

.....

## Estudio de Mercado – Perú

### Sector de Dotación Institucional



➤ *Hoteles*

➤ *Restaurantes*

➤ *Hospitales*

**Proexport Colombia**  
**y**  
**Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversion (BID-FOMIN)**

**Proexport – Colombia**  
Dirección de Información Comercial e Informática  
[www.proexport.gov.co](http://www.proexport.gov.co)  
[www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)  
Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36  
Tel: (571) 5600100  
Fax: (571) 5600118  
Bogotá, Colombia

**Banco Interamericano de Desarrollo**  
[www.iadb.org](http://www.iadb.org)  
Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19  
Tel: (571) 3257000  
Fax: (571) 3257050  
Bogotá, Colombia

**Equipo Consultor**  
Consultor Senior: Luis Alberto Buitrago J ([labuitra@yahoo.com](mailto:labuitra@yahoo.com))  
Consultor Junior: Lissette González Peña  
Cra. 16 # 80-11 Of. 203  
Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19  
Tel: (571) 5307100 / 2363784 / 2395362  
[BA\\_CI@infonegocio.net.pe](mailto:BA_CI@infonegocio.net.pe)  
Bogotá, Colombia

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACION AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin).

© 2003. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Citese como: Proexport Colombia. 2003. Estudio de Mercado Perú – Sector de Insumos de la Confección. Programa de Información al Exportador por Internet - Proyecto Cooperación Técnica No Reembolsable No. ATN/MT-7253-CO. Proexport Colombia – BID-FOMIN. Bogotá, Colombia, 282 páginas.

Bogotá, Agosto del 2004

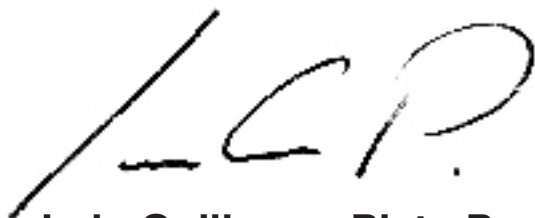
## **Estimado Empresario:**

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo del gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP' with a stylized flourish.

**Luis Guillermo Plata P.**  
Presidente PROEXPORT

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>INFORMACION GENERAL</b>	<b>1</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>1</b>
DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL SECTOR	1
<b>SUBSECTORIZACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>MARCO LEGAL</b>	<b>4</b>
<b>SITUACIÓN DEL SECTOR EN EL MARCO CAN Y PERSPECTIVAS ALCA</b>	<b>5</b>
<b>CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICION DEL MERCADO</b>	<b>11</b>
<b>TAMAÑO DEL MERCADO</b>	<b>11</b>
EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DEL SECTOR DE TURISMO EN EL PERÚ	11
EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DEL SECTOR DE SALUD EN EL PERÚ	16
DINÁMICA DE COMERCIO EXTERIOR	20
IMPORTACIONES	21
ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES	22
<b>DESCRIPCIÓN DEL MERCADO</b>	<b>35</b>
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO	35
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO DEL SECTOR SALUD	37
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO	39
Turismo	40
Salud	42
FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	43
<b>CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA</b>	<b>46</b>
Análisis de la demanda del sector turístico	47
Turistas extranjeros	48
Turistas nacionales	50
Análisis de la demanda del sector Salud	52
<b>DESCRIPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES</b>	<b>56</b>
<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	<b>58</b>
<b>ESTRUCTURA DE LA OFERTA</b>	<b>58</b>
ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE ALIMENTOS	58
ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE ASEO	61
ESTRUCTURA DE LA OFERTA MUEBLES Y ENSERES	62
ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE SERVICIOS	64
<u>UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS</u>	65
<b>MEZCLA DE MERCADEO</b>	<b>66</b>
<u>ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS</u>	66

REGISTRO FOTOGRÁFICO	67
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION</b>	<b>72</b>
<b>SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>72</b>
MACRO REGIÓN CENTRO PERIFERIA	72
MACRO REGIÓN NORTE	78
MACRO REGIÓN SUR	80
MACRO REGIÓN CENTRO	81
MACRO REGIÓN ORIENTE	83
<b>DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DOTACIÓN</b>	
<b>INSTITUCIONAL</b>	<b>84</b>
CANAL INSTITUCIONAL	88
CANAL DISTRIBUIDORES	89
FERIAS Y ASOCIACIONES GREMIALES	91
<b>CONDICIONES COMERCIALES CON LOS DISTRIBUIDORES Y COMERCIALIZADORES</b>	<b>99</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES COSTUMBRES Y CULTURA DE NEGOCIOS</b>	<b>100</b>
<b>ACCESO AL MERCADO</b>	<b>110</b>
<b>LEGISLACIÓN CAMBIARIA Y TRIBUTARIA DEL SECTOR</b>	<b>110</b>
DERECHOS ARANCELARIOS	111
IMPUESTOS INTERNOS	111
<i>Impuesto General a las Ventas (IGV)</i>	112
<i>Impuesto de Promoción Municipal (IPM)</i>	112
<i>Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)</i>	113
<u>REQUISITOS Y RESTRICCIONES</u>	113
Certificado de Origen	113
<b>REGISTRO SANITARIO</b>	<b>114</b>
Productos Alimenticios	114
Productos de Aseo	119
Productos de Servicios	125
<b>CONTRATACIÓN CON EL ESTADO PERUANO</b>	127
<b>REGISTRO DE MARCAS</b>	<b>129</b>
<b>SITUACIÓN DE LOS PRODUCTOS COLOMBIANOS</b>	131
<b>ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE NACIONALIZACIÓN EN PERÚ</b>	<b>132</b>
<i>CÁLCULO DEL COSTO DE IMPORTACIÓN</i>	132
<i>COSTO TOTAL DE LA IMPORTACIÓN</i>	132
<i>GASTOS DE IMPORTACIÓN</i>	133
<b>INVERSIÓN EXTRANJERA</b>	<b>134</b>
COMO CONSTITUIR UNA EMPRESA EN PERÚ	135
<i>Sociedad Anónima</i>	136
<i>Sucursales</i>	138
<i>Contratos Asociativos</i>	138
OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS EN PERÚ	139
<i>Registro Único de Contribuyentes RUC</i>	139
<i>Registro de Inversión Extranjera</i>	140
<i>Licencia Municipal de Funcionamiento</i>	141
<i>Registro Patronal</i>	141

<b>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</b>	<b>142</b>
<b>PROCESO EXPORTADOR A PERÚ</b>	<b>143</b>
<b>DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA LA EXPORTACIÓN</b>	<b>146</b>
<b>PROCESO DE NACIONALIZACIÓN</b>	<b>150</b>
<i>IMPORTACIONES CON DESTINOS ESPECIALES – FERIAS INTERNACIONALES</i>	156
<i>MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL</i>	159
<b>ESTRUCTURA DE LA OFERTA</b>	<b>163</b>
TRANSPORTE MARÍTIMO	164
TRANSPORTE AÉREO	170
TRANSPORTE TERRESTRE	173
<i>Transporte Terrestre Internacional</i>	173
<i>Transporte Terrestre Nacional</i>	174
EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS DE SERVICIOS DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	177
TERMINALES DE ALMACENAMIENTO DE MERCANCÍAS	179
Agentes de Aduanas	181
Depósitos Aduaneros Autorizados	182
Concentración de las empresas prestadoras de servicios	184
<b>PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES</b>	<b>185</b>
<b>ANÁLISIS INTEGRAL DEL SECTOR UTILIZANDO LA MATRIZ DOFA</b>	<b>185</b>
<b>PERSPECTIVAS A CORTO Y MEDIANO PLAZO E INVERSIONES FUTURAS</b>	<b>187</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>190</b>

## TABLAS

TABLA 1: SEGMENTACIÓN DEL SECTOR, 2003	3
TABLA 2: ETAPAS DE INTEGRACIÓN CAN	5
TABLA 3: SITUACIÓN ACTUAL DEL ARANCEL EXTERNO	6
TABLA 4: INDICADORES TURÍSTICOS, 1998-2000.	13
TABLA 5: ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, 1999-2001.	14

TABLA 6: COMPARACIÓN DEL ÍNDICE DE OCUPABILIDAD, 2000 Y PRIMER SEMESTRE 2002_	15
TABLA 7: EVOLUCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DEL SECTOR SALUD, 1990-2001. _____	18
TABLA 8 : IMPORTADORES INSTITUCIONALES, 2003. _____	20
TABLA 9: FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES DEL SECTOR DE DOTACIÓN INSTITUCIONAL. _____	45
TABLA 10: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO PER CAPITA _____	49
TABLA 11 : DISTRIBUCIÓN DEL TURISMO INTERNO POR NIVEL DE INGRESO, 2000. _____	50
TABLA 12: GASTO TRIMESTRAL EN SALUD POR NIVELES DE INGRESO, 1998. _____	53
TABLA 13: DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL, 2002. _____	74
TABLA 14 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN EL CONO NORTE. _____	75
TABLA 15 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN EL CONO ESTE. _____	76
TABLA 16 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN EL CONO SUR. _____	77
TABLA 17 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN LIMA TRADICIONAL. _____	78
TABLA 18 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN TRUJILLO. _____	80
TABLA 19 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES CORREDORES ECONÓMICOS INTRAREGIONALES DE LA MACROREGIÓN CENTRO, 2002. _____	82
TABLA 20 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES CORREDORES ECONÓMICOS INTRAREGIONALES DE LA MACROREGIÓN ORIENTE, 2002. _____	84
TABLA 21: HOTELES CUATRO Y CINCO ESTRELLAS _____	109
TABLA 22: CÁLCULO DEL VALOR DE LOS IMPUESTOS _____	133

TABLA 23: CADENA LOGÍSTICA PARA EXPORTAR AL PERÚ, 2003. _____	144
TABLA 24: UNIDADES DE BASE SI, 2003. _____	146
TABLA 25: DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS PUERTOS PERUANOS, 2003. _____	167
TABLA 26: TRÁFICO DE CARGA POR TIPO DE OPERACIÓN Y SEGÚN PUERTOS, 2003. _____	168
TABLA 27: TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE LOS PUERTOS ADMINISTRADOS POR ENAPU SA, (USD), 2003. _____	169
TABLA 28: PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS, 2003. _____	172
TABLA 29: DISTANCIAS ENTRE LIMA Y LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PERÚ, 2003. ____	175
TABLA 30: TARIFAS DE TRANSPORTE TERRESTRE PARA PAQUETES, 2003. _____	176
TABLA 31: SERVICIOS Y COSTOS DE LOS TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA MERCANCÍAS POR VÍA MARÍTIMA, 2003. _____	180
TABLA 32: RANKING DE ALMACENES Y / O DEPÓSITOS ADUANEROS, 2003. _____	183
TABLA 33 : ANÁLISIS INTEGRAL DEL SECTOR UTILIZANDO LA MATRIZ DOFA _____	185

## GRAFICAS

GRÁFICA 1: ARANCEL PROMEDIO DEL AEC EN PARTIDAS CON FALTA DE ACUERDO, 2003. _	7
GRÁFICA 2: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS EN PERÚ (OFERTA HOTELERA), 1998 - 2002. _____	12
GRÁFICA 3: EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS EN PERÚ (OFERTA HOSPITALARIA), 1997 - 2001. _____	18
GRÁFICA 4: MÉDICOS DEL SECTOR, 1992-2001. _____	19



GRÁFICA 5 : ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA DOTACIÓN INSTITUCIONAL EN EL RUBRO DE ALIMENTOS, DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS, 2002. ____	23
GRÁFICA 6: ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA DOTACIÓN INSTITUCIONAL EN EL RUBRO DE ASEO, DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS, 2002. _____	24
GRÁFICA 7: DATOS IMPORTADOR DEL RUBRO DE ALIMENTOS, ANN ARBOR PERÚ, 2002 ____	26
GRÁFICA 8 : DATOS IMPORTADOR DEL RUBRO DE ALIMENTOS, DELOSI, 2002. _____	27
GRÁFICA 9 : DATOS IMPORTADOR DEL RUBRO DE ALIMENTOS, SIGDELO, 2002. _____	28
GRÁFICA 10 : DATOS IMPORTADOR DEL RUBRO DE ALIMENTOS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE LA SELVA SRL, 2002. _____	29
GRÁFICA 11: DATOS IMPORTADOR RUBRO DE ALIMENTOS, KEYSTONE DISTRIBUTION SAC, 2002. _____	30
GRÁFICA 12 : DATOS IMPORTADOR RUBRO DE ASEO, RIVELSA, 2002. _____	31
GRÁFICA 13 : DATOS IMPORTADOR RUBRO DE MUEBLES Y ENSERES, DECORLUX SAC, 2002. _____	32
GRÁFICA 14 : DATOS IMPORTADOR RUBRO DE MUEBLES Y ENSERES, CANZIANI SA, 2002. ____	33
GRÁFICA 15: DATOS IMPORTADOR DEL RUBRO DE ELECTRODOMÉSTICOS, OCCIDENTAL TRADING SOCIEDAD ANÓNIMA, 2002. _____	34
GRÁFICA 16 : PIB HOTELES Y RESTAURANTES Vs. PIB GLOBAL, 1992-2002. _____	35
GRÁFICA 17: PIB SALUD PRIVADA VS. PIB GLOBAL, 1992-2001. _____	38
GRÁFICA 18: DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO HOTELERO, 1999. _____	41
GRÁFICA 19 : DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO HOSPITALARIO, 1996. _____	42
GRÁFICA 20: ORIGEN DEL TURISTA EXTRANJERO, 2000 . _____	48
GRÁFICA 21 : MOTIVO DE VIAJE TURISTA NACIONAL, 2000. _____	51

GRÁFICA 22: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE PERÚ, SEGÚN NIVEL SOCIO ECONÓMICO, 2002.	54
GRÁFICA 23: CONCENTRACIÓN DE LOS NIVELES SOCIO ECONÓMICOS POR REGIONES, 2002.	55
GRÁFICA 24: DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE PERÚ, POR GÉNERO Y GRUPOS DE EDAD, 2002.	56
GRÁFICA 25: STAND ARCOR, 2003.	67
GRÁFICA 26: ALCOBA DE HOTEL, 2003.	68
GRÁFICA 27: COMEDOR, 2003.	68
GRÁFICA 28: STAND GLORIA, 2003.	69
GRÁFICA 29: COCINA, 2003	69
GRÁFICA 30: BARRA, 2003.	70
GRÁFICA 31: STAND LAIVE, 2003.	71
GRÁFICA 32 : PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE APROVISIONAMIENTO EN LOS ESTABLECIMIENTOS.	85
GRÁFICA 33 : ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE DOTACIÓN INSTITUCIONAL	88
GRÁFICA 34: TIPOS DE PROCESOS DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES DEL ESTADO POR TIPO DE COMPRA, 2003.	94
GRÁFICA 35: PROCESOS DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES DEL ESTADO, SEGÚN VALOR REFERENCIAL, 2003.	97

## ANEXOS

ANEXO 1 : FORMATOS DE INSCRIPCIÓN PARA NOTIFICACIÓN SANITARIA.	191
--	-----

ANEXO 2 : LISTADO DESARROLLADO DE INSUMOS, INSTRUMENTAL EQUIPO DE USO MEDICO, QUIRURGICO U ODONTOLÓGICO _____	195
ANEXO 3 RELACION DE MATERIAL MEDICO, INSTRUMENTAL Y EQUIPO DE USO MEDICO QUIRÚRGICO U ODONTOLÓGICO QUE NO REQUIEREN DE REGISTRO SANITARIO PARA SU IMPORTACIÓN Y/O COMERCIALIZACION _____	226
ANEXO 4 : FORMATO INSCRIPCION – REINSCRIPCIÓN, REGISTRO SANITARIO Y DE HIGIENE DOMESTICA _____	238
ANEXO 5 : FORMATO INSCRIPCIÓN – REINSCRIPCIÓN PARA EL REGISTRO SANITARIO DE EQUIPO MÉDICO QUIRÚRGICO U ODONTOLÓGICO _____	242
ANEXO 6: SOLICITUD DE INSPECCIÓN, 2003. _____	247
ANEXO 7: ORDEN DE PEDIDO, 2003. _____	249
ANEXO 8: INFORME DE VERIFICACIÓN, 2003. _____	251
ANEXO 9: FACTURA COMERCIAL, 2003. _____	253
ANEXO 10: CERTIFICADO DE ORIGEN, 2003. _____	255
ANEXO 11: VOLANTE (MANIFIESTO DE CARGA), 2003. _____	257
ANEXO 12: DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANA (FORMATO A), 2003. _____	258
ANEXO 13: DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANA (FORMATO B), 2003. _____	259
ANEXO 14: DECLARACIÓN ÚNICA DE ADUANA (FORMATO C), 2003. _____	261
ANEXO 15: DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR EN ADUANA , 2003. _____	263
ANEXO 16: DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR EN ADUANA , 2003. _____	265
ANEXO 17: TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA CARGA AÉREA, 2003. _____	266
ANEXO 18: TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA CARGA MARÍTIMA, 2003. _____	267
ANEXO 19: AGENTES ADUANEROS AUTORIZADOS, 2003. _____	269



## INFORMACION GENERAL

### Resumen Ejecutivo

Descripción del comportamiento del sector

#### ***Crecimiento de la industria turística y del sector salud a pesar de la recesión.***

Durante los últimos dos años, la economía peruana ha mostrado síntomas de recuperación después de la crisis económica por la que atravesó el país en los últimos años. Adicionalmente, la industria turística ha invertido fuertes sumas de dinero en la implementación y mejoramiento de los establecimientos, al tiempo que ha presentado un marcado esfuerzo por mejorar la prestación del servicio en las diferentes categorías de establecimientos.

#### ***Alto crecimiento en el número de personas que visitan el Perú.***

El Perú es considerado como uno de los países con un gran potencial turístico, especialmente para países europeos y de Norteamérica, mostrando una tendencia creciente en el número de personas que ingresan a este país.

#### ***Insuficiente demanda para la oferta de hoteles***

A lo largo de los últimos años, la oferta de hoteles y establecimientos turísticos se ha visto incrementada a tal punto, que la demanda, a pesar de ser creciente, no alcanza a equilibrarla, esto se refleja de igual forma en los niveles de desocupación que mostraron los establecimientos, llegando a cifras hasta del 50%.

#### ***Sector de salud ha buscado modernizar su estructura y extender su cobertura***

Las inversiones por parte del gobierno en busca de una mejora del sistema de salubridad pública llevado a generar nuevas herramientas y a ampliar el número de establecimientos al servicio de la población, no obstante, se considera que es insuficiente para la demanda de servicios de salud requeridos por la población. Por otro lado, la implementación de los nuevos sistemas privados de salud EPS, ha generado un interés de los establecimientos privados en extender y mejorar sus instalaciones, así como sus equipos y herramientas tecnológicas.

***Buenas perspectivas para el futuro***

Con la reactivación económica del Perú, se espera un crecimiento en los niveles de consumo de los habitantes, generando a su vez un incremento en el uso los servicios de salud, así como un incremento en el gasto destinado a turismo. Además, existen buenas perspectivas a nivel internacional de movilización de turismo hacia países de Sur América.

**Subsectorización**

A lo largo del presente estudio se entenderá por sector de dotación institucional, aquel que reúne los productos que puedan ser vendidos o comercializados en el mercado donde los clientes objetivo son hoteles, restaurantes y hospitales. Vale la pena señalar que este mercado incluye igualmente la demanda de otros establecimientos como bares, cafés, discotecas, casinos, clubes, gimnasios, u otros establecimientos, cuya finalidad sea el prestar algún tipo de servicio y su estándar de medida sea la satisfacción del cliente.

Además, es importante destacar, que este estudio fue realizado desde el enfoque de la demanda, lo cual significa que se identificaron las principales magnitudes de los sectores a los cuales van dirigidos los productos, para así llegar a concluir el potencial de oferta del sector.

Los segmentos están determinados por 4 grandes grupos de productos: El rubro de alimentos, el cual comprende productos lácteos, productos cárnicos, aceites, golosinas, y abarrotos; el rubro de Aseo, el cual comprende productos cosméticos y de tocador, además de productos de limpieza como jabones y preparaciones tensoactivas y de limpieza acondicionadas a las ventas al por menor; el rubro de muebles y enseres, el cual cubre productos como muebles de madera, electrodomésticos, menaje para mesa y cocina; y por último, el rubro de servicios y equipos médicos, que incluye los servicios de consultoría y software y los equipos que puedan adquirir los establecimientos médicos de acuerdo a los anexos adjuntos a este estudio.

Estos rubros fueron definidos, de acuerdo a la potencialidad de incursionar en el mercado institucional peruano, y se establecieron a partir de los 27 sectores analizados durante todo el proyecto, dentro de su estructura de comercialización una oportunidad dentro del canal institucional.

Tabla 1: Segmentación del Sector, 2003

SEGMENTACION DEL SECTOR, 2003					
SECTOR	DOTACION INSTITUCIONAL			MANUFACTURA	CONSUMO MASIVO
	HOTELES	RESTAURANTES	HOSPITALES		
Electrodomésticos	*	*	*		
Artículos para cocina o mesa	*	*	*		
Papel para uso en oficinas				*	
Envases y empaques				*	
Insumos para confección					
Muebles de madera para uso en oficinas	*	*	*		
Maquinaria industrial				*	
Extractos pigmentos y pinturas				*	
Cosméticos					
Productos de aseo personal	*	*			
Manufacturas de plástico				*	
Plástico en formas primarias				*	
Productos farmacéuticos					*
Productos químicos orgánicos				*	
Lácteos	*	*	*		*
Carne	*	*	*		*
Aceite					*
Golosinas	*	*			
Abarrotes	*	*			
Alimentos para Animales					*
Autopartes					*
Consultoría (Diferente a Ingeniería)	*	*	*		

SEGMENTACION DEL SECTOR, 2003					
Software	*	*	*		
Salud					*
Ingeniería y construcción					*
Aparatos eléctricos				*	
Insumos para la Construcción				*	

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

### Marco Legal

Como países miembros de la Comunidad Andina de Naciones<sup>1</sup>-CAN-, Colombia disfruta de los beneficios de la Zona de Libre Comercio que para el caso de Perú llega a una liberación total del arancel en el 2005.

En el caso específico de cada uno de los rubros, cuentan con reglamentación específica, es el caso de los productos lácteos y la franja de precios impuesta por el gobierno peruano a la entrada de estos artículos. Así como los requisitos que deben cumplir los demás productos alimenticios los cuales deben cumplir con los requerimientos internacionales, y que han sido asimilados por la legislación peruana. En la comunidad andina de naciones no existe una norma específica aplicable al comercio de golosinas, aunque hay que resaltar se deben tener en cuenta otras directrices que aplican para los otros alimentos de consumo humano.

En el ámbito nacional es muy importante tener en cuenta el papel de regulador que juega el Ministerio de Salud a través de la Dirección General de Salud –DIGESA- la cual es la entidad encargada de velar por las condiciones fitosanitarias y de higiene sanitaria dentro del Perú.

Mientras en el caso de los productos de aseo y cosméticos, se tiene en cuenta la reglamentación impuesta por el DIGEMID (Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas del Perú).

Por otra parte, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Propiedad Intelectual -INDECOPI-, ejerce influencia en el sector principalmente en cuanto a la normalización, registro de marcas y registro de patentes. Esta entidad es clave dentro del proceso de

<sup>1</sup> Zona de Libre Comercio creada según el Acuerdo de Cartagena o Pacto Andino suscrito en 1969 que pretendía establecer en primera fase una unión aduanera conformada por Perú, Colombia, Ecuador, Bolivia y Venezuela



entrada al mercado peruano. Es la responsable del estudio y la aplicación de normatividad. Igualmente, es la encargada de dar solución a demandas por Dumping.

En cuanto a la Inversión Extranjera es importante destacar los Convenios de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones que suscriben los gobiernos nacionales, así como los mecanismos de protección de las inversiones establecidos en el Acuerdo de Cartagena.<sup>2</sup>

#### Situación del sector en el marco CAN y perspectivas ALCA

A nivel general los procesos de integración económica de cualquier área de países, como el caso de la CAN siguen las etapas que se presentan en la siguiente tabla.

**Tabla 2: Etapas de Integración CAN**

Nivel Integración	Eliminación Aranceles	Arancel Externo	Políticas Comerciales	Políticas Económicas	Políticas Globales
Zona de libre comercio	*				
Unión Aduanera	*	*			
Mercado Común	*	*	*		
Unión Económica	*	*	*	*	
Integración Global	*	*	*	*	*

Fuente: INTEGRACION ECONOMICA , LUIS DELLANEGRA PEDRAZA (2002)

La Comunidad Andina de Naciones CAN, ha demorado casi 30 años en llegar a la Unión Aduanera, de forma imperfecta; Este proceso, sin embargo se ha acelerado en los últimos 3 años. Con base en esta posición, en la actualidad se inician las negociaciones con miras al ALCA como Zona de Libre Comercio.

El caso peruano es diferente al de los demás miembros de la CAN principalmente por que ha entrado y salido del Acuerdo de Cartagena. El Arancel Externo Común –AEC- adoptado por la CAN, previamente a la reinclusión de Perú, contempla cuatro niveles de arancel 5, 10, 15 y 20

<sup>2</sup> PROINVERSION es la Agencia de Promoción de la Inversión Privada del Perú, entidad dedicada al fomento de la inversión extranjera. La presentación institucional se puede observar en [www.proinversion.org.pe](http://www.proinversion.org.pe).

por ciento. Estas tasas se aplican de menor a mayor nivel, correspondiendo al grado de elaboración del producto; de tal manera que los insumos y materias primas tienen la menor tasa, 5% de los aranceles y los bienes de consumo final o elaborados, la mayor, 20%. Esta estructura corresponde a determinados procesos de desarrollo industrial que llevan en marcha especialmente países como Colombia y Venezuela con el objetivo de estimular y proteger el desarrollo de la industria nacional, pues una de las metas de la adopción del AEC es brindar una adecuada protección a los sectores industriales, de ahí su estructura escalonada, con mayor grado de protección a los bienes de consumo final o elaborados hechos en el país.

En el caso del Perú, ya en 1992 el país se apartó del programa de Liberalización Comercial de la CAN y adopta desde ese año una política de apertura comercial, con la baja general en las tasas arancelarias que no contemplaba la protección de ningún tipo de industria nacional. Actualmente Perú tiene un arancel de solo dos niveles, 12% y 20%, donde el 98% de las importaciones tiene un arancel del 12%. Esta estructura arancelaria no contempla mayormente distinción entre bienes de capital, de insumo o bienes finales. De esta forma, la protección que se da a la industria por medio de este arancel es casi inexistente.

Ante esta situación, el pasado abril el 94% del comercio de la CAN quedó con Arancel Externo Común -AEC-, que es la propuesta que presentaron los países andinos frente a las negociaciones de la Zona de Libre Comercio de las Américas -ALCA-. Los países que quedaron cubierto por el AEC en un 100% de los productos (Colombia, Venezuela, Ecuador y Bolivia) se acogieron a la **Decisión 370**, mientras que Perú, que logró un avance de 62% de las posiciones arancelarias, a la **Decisión 535**. En general los niveles de arancel según la Decisión 370 se acuerda los siguientes aranceles, cuyas principales categorías son:

**Tabla 3: Situación Actual del Arancel Externo**

AEC acordado	Porcentaje de Partidas	Comprende Principalmente
0%	2,0	Semillas
5%	48,4	Insumos Industriales y bienes de capital no producidos en la región
10%	12,2	Otros insumos y bienes de capital
20%	37,4	Carnes, productos agrícolas no incorporados a franjas de precios, productos de tocador y limpieza, textiles y confecciones, muebles y electrodomésticos

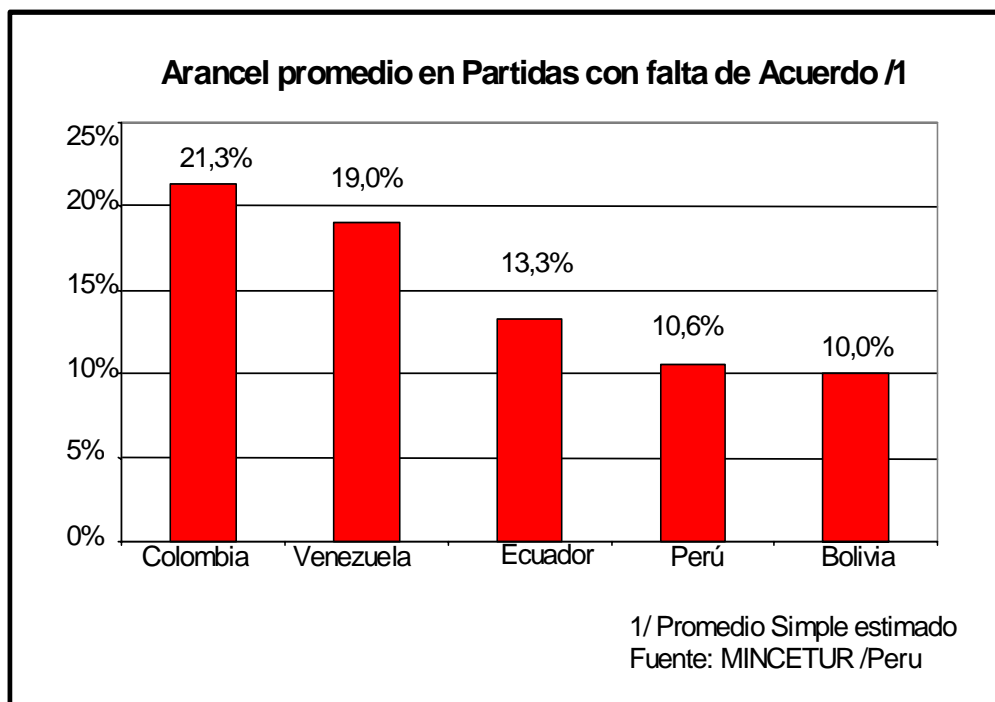
Fuente: CAN 2002

Elaboración: Grupo Consultor

Como se observó no fue posible llegar en las negociaciones a un acuerdo en el 38% de partidas del universo arancelario con Perú, las cuales fueron complejas debido a las diferencias en las cadenas productivas de los países miembros en sectores sensibles de alimentos (azúcar, aceites, lácteos), metalmecánica, petroquímica, farmacéuticos y automotores, entre otros.

En la siguiente Gráfica se puede observar el arancel promedio del AEC por país en las partidas con falta de acuerdo, donde Perú tiene al igual que Bolivia tienen el más bajo nivel.

**Gráfica 1: Arancel promedio del AEC en Partidas con Falta de acuerdo, 2003.**



La percepción peruana es que su posición fue la que más cedió, en términos de una elevación de tasas arancelarias en importantes productos, argumentada por el equipo negociador del presidente Alejandro Toledo de defender la decisión política para reanimar el proceso de integración con la CAN, aún recibiendo críticas por la falta

de una propuesta homogénea y articulada frente al Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).<sup>3</sup>

En particular, los gremios industriales del Perú no están dispuestos a ceder en este aspecto porque ello implicaría la pérdida de competitividad en algunos rubros al tener que abastecerse de insumos regionales posiblemente más caros y, en algunos casos, de menor calidad; así como, en otros casos, representaría una sustancial reducción de su actual protección efectiva.

En síntesis, el AEC<sup>4</sup> es imperfecto y presenta fisuras frente al ALCA y EE.UU. Específicamente, el AEC le permite a Bolivia continuar aplicando una tasa arancelaria de 10% a las partidas que para los demás países se han fijado en 20%. Además, se mantienen la diferencias producidas por acuerdos preferenciales suscritos con terceros países, programas de incentivos a la exportación, acuerdo automotor, entre otros.

Esto se puede traducir en un AEC imperfecto que generará, posiblemente, demandas entre los países miembros debido a la violación de normas de origen, entre otros factores. En particular, la decisión de las autoridades peruanas tomadas en mayo de plantear la aplicación de sanciones comerciales contra Colombia, Venezuela y Ecuador por imponer barreras a las exportaciones nacionales fue recibida con aceptación por los empresarios.<sup>5</sup>

La cual, según el presidente de la Sociedad de Comercio Exterior, Juan Mulder, expresó: "Me parece que por fin nos hemos dado cuenta de quiénes son nuestros socios y amigos. Los colombianos son sumamente proteccionistas; cuando el Perú demuestra que está mejorando en competitividad nos ponen sanciones y nos castigan con aranceles extras. Está bien la actitud que ha tomado el Perú".

Con miras al ALCA, no facilita el objetivo de alcanzar un acuerdo bilateral con EE.UU. ya que los funcionarios de este país han percibido como una mala señal los avances del AEC.<sup>6</sup> Al igual, la Unión Europea

---

<sup>3</sup> EL PERUANO de Lima, 16/mayo del 2003

<sup>4</sup> AEC = Arancel Externo Común

<sup>5</sup> Al respecto el gobierno Peruano colocó sanciones a Colombia cuenta con tres sanciones que afectan con 5% del gravamen hasta cinco productos en cada sanción. Ecuador tiene cinco casos sancionados con el mismo gravamen a sus exportaciones que afectarían a un mayor número de exportaciones (hasta 22 productos) y Venezuela tiene cinco casos sancionados, uno que afecta a cinco productos con 10% de gravamen y cuatro casos (17 productos) con sobretasa del 5%.(GESTION de Lima, mayo 8 del 2003).

<sup>6</sup> El subsecretario del Tesoro para Asuntos Internacionales, Randal Quarles, dijo que es importante que todos estén "remando en el mismo barco, que es el Área de Libre

ha expresado sus inquietudes sobre el proceso de integración “tenemos la esperanza de que los países andinos concreten lo que siempre han dado a conocer como el mercado común y la unión aduanera, mientras esto no ocurra la Comisión Europea no está en disposición de negociar una zona de libre comercio”.<sup>7</sup>

Durante el pasado mes de agosto del 2003,<sup>8</sup> la posición peruana a nivel internacional continuó por la vía de las negociaciones bilaterales. Perú y Brasil, suscribieron un acuerdo parcial de libre comercio en el marco del Mercado Común del Sur (Mercosur). Este regirá a partir del 1 de noviembre y comenzará con 600 productos a los cuales no se le aplicarán aranceles. Adicionalmente, la negociación con Paraguay y Uruguay culminaría dentro de 60 días en el convenio comercial suscrito con el Mercosur. El Perú por su parte, incluyó una cláusula para eliminar los subsidios a la exportación.

Además, Perú propuso que en 15 años se desgraven 6,000 partidas arancelarias, mientras que Brasil sugirió la desgravación inmediata de 17 partidas. Igualmente, los presidentes de ambas naciones decidieron que no se necesitará pasaporte para que los ciudadanos viajen de un país a otro. A nivel diplomático, según el canciller peruano Allan Wagner, tras la firma de los acuerdos de Perú, Brasil y el MERCOSUR, considera que la política exterior peruana continuará con el objetivo de suscribir tratados de libre comercio con Estados Unidos y la Unión Europea.

El acuerdo que se logró en abril sobre el Arancel Externo Común -AEC- ha dado un giro en el mes de septiembre pasado ante la petición de los países de revisar posiciones en las cuales existía pleno acuerdo. El argumento son "las enormes dificultades para adoptar el AEC, debido a que esto significa subir el arancel a algunos productos con su subsiguiente encarecimiento".

---

Comercio para las Américas". "Creo que es básico que los países de la región permanezcan enfocados en el ALCA, porque hay muchos obstáculos políticos en su contra, y el éxito ahí es un éxito para toda la región". (EL COMERCIO de Quito 10/5/03)

<sup>7</sup> Declaración del Jefe de la Delegación de la Comisión Europea en Perú, Mendel Goldstein, GESTION de Lima, 21/abril del 2003.

<sup>8</sup> Gestión, 26 de Agosto del 2003

Con ese argumento, Perú pidió la revisión del AEC para 1,700 partidas arancelarias, entre las que se encuentran 226 para Ecuador y 146 para Colombia, muchas de las cuales son materias primas e insumos, por lo que se incrementarían los costos para fabricantes e importadores y, en consecuencia, para los consumidores finales.<sup>9</sup>

En conclusión, en la actualidad los acuerdos comerciales realizados bajo el marco de la CAN no tiene una perspectiva clara, estable y de reglas comunes para los miembros. El reconocimiento del problema amplía las fisuras en la CAN y debilita cualquier posición unificada en las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (Alca). En consecuencia, el país andino que logre un tratado bilateral con Estados Unidos generará la unión de los demás países andinos exceptuando Venezuela que ha expresado su posición anti Alca.

---

<sup>9</sup> Gestión, 11 de Septiembre del 2003

## CARACTERISTICAS Y COMPOSICION DEL MERCADO

### Tamaño del mercado

Cuando se habla de dotación institucional se da por hecho que consiste en compras realizadas por instituciones o entidades que alcanzan un consumo lo suficientemente grande para tener una estructura de compras y de adquisiciones sólida, de tal forma que pueda generar para sí un factor competitivo como son las economías de escala en la reducción de costos, consecuencia de las compras realizadas al por mayor.

Es por esto que para determinar el tamaño del mercado peruano de productos destinados a suplir el consumo institucional, y llegar a identificar la oportunidad para los productos colombianos, este análisis se realiza a partir de los dos principales sectores demandantes de las empresas que comercializan dotación institucional, el turístico, el cual esta compuesto por hoteles, restaurantes, transporte, y servicios, entre otros, y el mercado del sector salud, integrado por hospitales tanto públicos y clínicas privadas, las cuales requieren frecuentemente una oferta interesante para sus compras.

La medición de estos sectores se hace por medio de los indicadores más relevantes, los cuales permiten medir el crecimiento y evolución de cada uno de estos sectores, así como los factores cualitativos y cuantitativos que inciden en su desarrollo dentro de la industria hospitalaria y turística peruana.

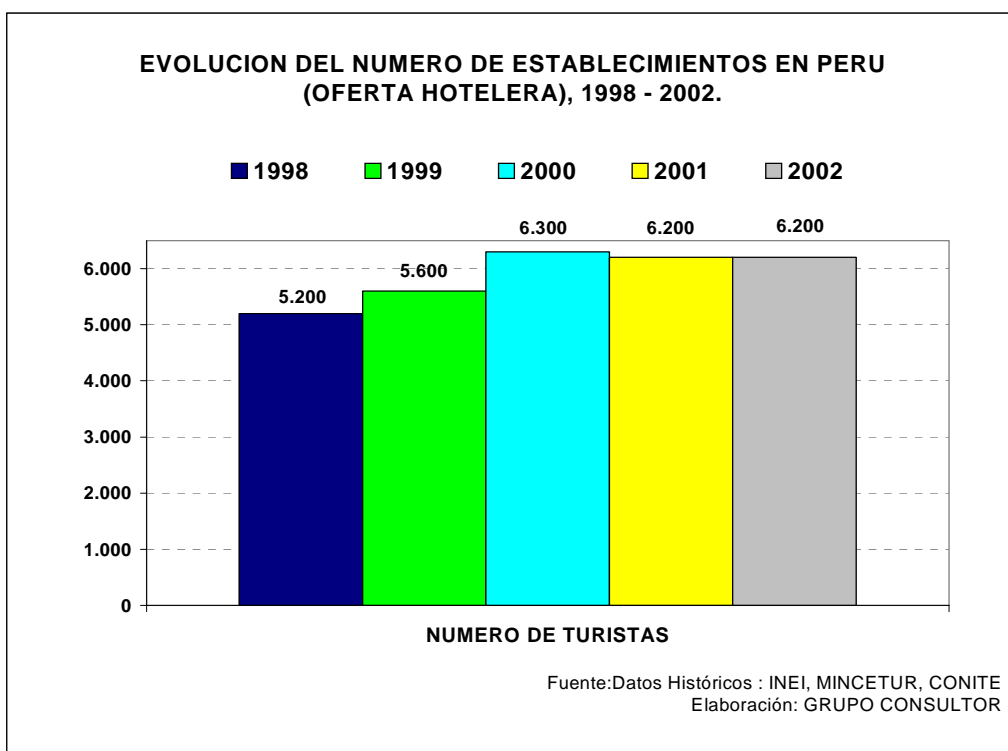
### Evolución de la actividad del sector de Turismo en el Perú

En el Perú, los servicios del sector turismo están dirigidos y regularizados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el cual se encarga de promover la competitividad empresarial por medio de políticas e instrumentos que estimulen la productividad. Específicamente en el sector turismo, existe la Comisión de Promoción del Perú, encargado de formular y desarrollar las estrategias encaminadas a posicionar la imagen del país promoviendo la industria turística.

Durante el último quinquenio, el sector turismo en el Perú, medido en el número de establecimientos existentes mostró una tendencia creciente. Entre 1998 y 2002, este indicador incrementó en un 19.2%. Esta evolución positiva se sustenta en la estabilización y regularización de la oferta local, así como en las estrategias implementadas para la promoción turística del Perú en el extranjero, además de la implementación de medidas e incentivos a esta industria.

A pesar de este crecimiento mostrado durante el quinquenio, se puede apreciar en la siguiente gráfica que durante los años 2000 y 2002 este sector tuvo su crecimiento y por el contrario descendió pasando de 6300 establecimientos en el año 2000 a 6200 en el año 2002, como consecuencia principalmente de una etapa de saturación y estabilización después del boom turístico suscitado desde 1993.

**Gráfica 2: Evolución del número de Establecimientos en Perú (oferta hotelera), 1998 - 2002.**





Otro indicador del sector es el número de turistas que ingresan al país o que hacen uso de instalaciones hoteleras, el cual señala que el número de turistas durante este periodo ha incrementado en un 26%<sup>10</sup> aproximadamente, alcanzando un total de 1.039.800 personas. Por otro lado, el nivel de ingreso de divisas por concepto de turismo, otro instrumento de medida del sector turístico, muestra un decrecimiento del 5.25%.

**Tabla 4: Indicadores Turísticos, 1998-2000.**

INDICADORES TURISTICOS, 1998 – 2002					
	1998	1999	2000	2001	2002*
<b>Número de Turistas (Arriivos Internacionales)</b>	<b>819.530</b>	<b>943.917</b>	<b>1.026.867</b>	<b>1.008.344</b>	<b>713.712</b>
<b>Ingreso de Divisas por concepto de turismo (millones US\$)</b>	<b>913</b>	<b>890</b>	<b>911</b>	<b>865</b>	

Fuente : BCR

Elaboración : Grupo Consultor

Por otro lado, la infraestructura turística peruana se clasifica en diferentes segmentos, en hoteles, restaurantes, agencias de viaje, aeropuertos y transporte. Con el fin de aportar información del sector y para que el empresario colombiano tenga un conocimiento amplio sobre el mercado y pueda elaborar una mejor oferta para estos establecimientos a continuación se describe la organización del segmento hotelero y de restaurantes.

La oferta del mercado de hoteles se compones de hoteles de cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, además de los albergues y establecimientos no categorizados. Como se puede apreciar en la tabla, los establecimientos que muestran una evolución importante son aquellos clasificados como albergues, los cuales se ubican en su mayoría en la selva peruana (Departamentos de Loreto, Madre de Dios, San Martín y Ucayali), esta tendencia se sustenta principalmente en el tipo de turismo que se realiza en el Perú, catalogado como turismo de aventura, el cual esta muy relacionado con la naturaleza, y que por lo general involucra establecimientos que ofrecen precios económicos.

<sup>10</sup> Proyecciones MAXIMIXE, 2002

\* Datos enero – septiembre del 2002

Adicionalmente, el índice de ocupabilidad muestra que el sector ha presentado altos índices de desocupación, la cual ha venido aumentando en las más importantes ciudades turísticas del país y en todos las categorías de hoteles.

**Tabla 5: Establecimientos hoteleros, 1999-2001.**

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, 1999 - 2001					
	1999	2000	2001	EVOLUCION 1999 - 2001	PARTICIPA 2001
Hoteles 5 Estrellas	25	26	28	12%	0.45%
Hoteles 4 Estrellas	24	24	25	4%	0.40%
Hoteles 3 Estrellas	407	482	524	29%	8.40%
Hoteles 2 Estrellas	869	997	1,031	19%	16.53%
Hoteles 1 Estrellas	1,312	1,251	1,186	-10%	19.01%
Albergues	38	60	72	89%	1.15%
No Categorizados	2,963	3,499	3,372	14%	54.06%
<b>TOTAL</b>	<b>5,638</b>	<b>6,339</b>	<b>6,238</b>	<b>11%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente : MITINCI-MINCETUR

Elaboración : Grupo Consutor

**Tabla 6: Comparación del índice de ocupabilidad, 2000 y primer semestre 2002**

COMPARACIÓN DEL INDICE DE OCUPABILIDAD, 2000 Y PRIMER SEMESTRE 2002				
	CUSCO %	AREQUIPA %	LIMA %	LA LIBERTAD %
Hoteles 5 Estrellas (Año 2000)	66.7	65.14	44.92	11.29
Hoteles 5 Estrellas (Primer semestre 2002)	51.2	35.8	N.D	15.1
Hoteles 4 Estrellas (Año 2000)	59.25	39.76	41.84	35.45
Hoteles 4 Estrellas (Primer semestre 2002)	51.6	31.7	N.D	35
Hoteles 3 Estrellas (Año 2000)	41.0	23.32	29.86	29.8
Hoteles 3 Estrellas (Primer semestre 2002)	34.3	22.5	N.D	26.4
Hoteles 2 Estrellas (Año 2000)	21.6	17.24	29.92	19.5
Hoteles 2 Estrellas (Primer semestre 2002)	17.2	18.1	N.D	20.7
Hoteles 1 Estrellas (Año 2000)	23.54	22.88	32.0	22.3
Hoteles 1 Estrellas (Primer semestre 2002)	20.4	27.2	N.D	21.0
Albergues (Año 2000)	N.D	N.D	N.D	N.D
Albergues (Primer semestre 2002)	84.3	N.D	N.D	N.D
No categorizados (Año 2000)	ND	N.D	N.D	N.D
No categorizados (Primer semestre 2002)	19.5	16.7	N.D	N.D

Fuente : MINCETUR, MITINCI  
Elaboración : Grupo Consultor

- BANCO WIESE SUDAMERIS, Reporte Sectorial, Sector Turismo, agosto 2001
- MAXIMIXE, Riesgos de mercados, Sector hoteles, agosto 2002.

Otro integrante importante del sector turístico lo conforma los restaurantes, los cuales, dentro de la infraestructura turística, representan un gran potencial de demanda. Se estima que la oferta de restaurantes alcanza los 40 mil establecimientos, representando aproximadamente 455 mil mesas y 1.37 millones de sillas, de las cuales el 88% corresponde a restaurantes de un tenedor, y 10% a restaurantes de dos tenedores<sup>11</sup>.

#### Evolución de la actividad del sector de Salud en el Perú

En Perú los servicios de salud son provistos por el sector público, a través del Ministerio de Salud – MINSA, la seguridad social – ESSALUD, y los hospitales de las Fuerzas Armadas y Policiales. En el sector privado, a través de clínicas (afiliadas a las EPS's e independientes), médicos privados, institutos especializados, laboratorios clínicos y los servicios de emergencia, principalmente.

El MINSA, ESSALUD y el sector privado operan de manera independiente, sin que exista una coordinación adecuada ni esquemas de financiamiento bien definidos, generando un cruce de subsidios entre las instituciones e ineficiencias en el uso de recursos e infraestructura.

Los servicios ofrecidos por el MINSA y ESSALUD están organizados en cuatro niveles de atención:

- Primer nivel: puestos y centros de salud que realizan servicios de atención básica, con énfasis en aspectos preventivos y promocionales, y en acciones recuperativas.
- Segundo nivel: hospitales locales.
- Tercer nivel: hospitales generales.
- Cuarto nivel: hospitales especializados.

Las EPS's son empresas e instituciones privadas o públicas, diferentes a ESSALUD, cuyo objetivo es prestar servicios de atención en salud con infraestructura propia y/o de terceros: Clínicas independientes, hospitales, centros de radiodiagnóstico, etc. Inicialmente se constituyeron cuatro EPS's: Rímac, Santa Cruz, Novasalud y Pacíficosalud, sin embargo, a mediados del año 2000, la EPS Santa Cruz fue absorbida por Rímac Internacional.

Existe evidencia empírica que indica que los usuarios del sector privado pertenecen en promedio, a un nivel socioeconómico más alto que los usuarios de ESSALUD, los cuales, a su vez, pertenecen a un nivel socioeconómico relativamente mayor que los del MINSA. Sin embargo,

---

<sup>11</sup> La inversión en Perú 2002 - 2003

estas organizaciones no tienen estrategias definidas para dirigir su atención a los públicos específicos.

En cuanto a la estructura del Minsa, este organismo ejecuta sus acciones a través de tres direcciones generales, La Dirección General de Salud Ambiental, encaminada a resguardar la salud ambiental, La Dirección de Medicamentos, Insumos y Drogas, encargada de asegurar la calidad de los servicios y productos farmacéuticos que se comercializan y La Dirección Nacional del Salud de las Personas, encargada de promover la salud integral de las personas.

El acceso a los servicios de salud en Perú se caracterizó hasta 1992 por la escasa cobertura de los servicios públicos, especialmente en las zonas rurales y más pobres. Sin embargo, en ese año se inicia un cambio debido a la inversión en infraestructura en los centros de atención primaria, es decir en los puestos y centros de salud.

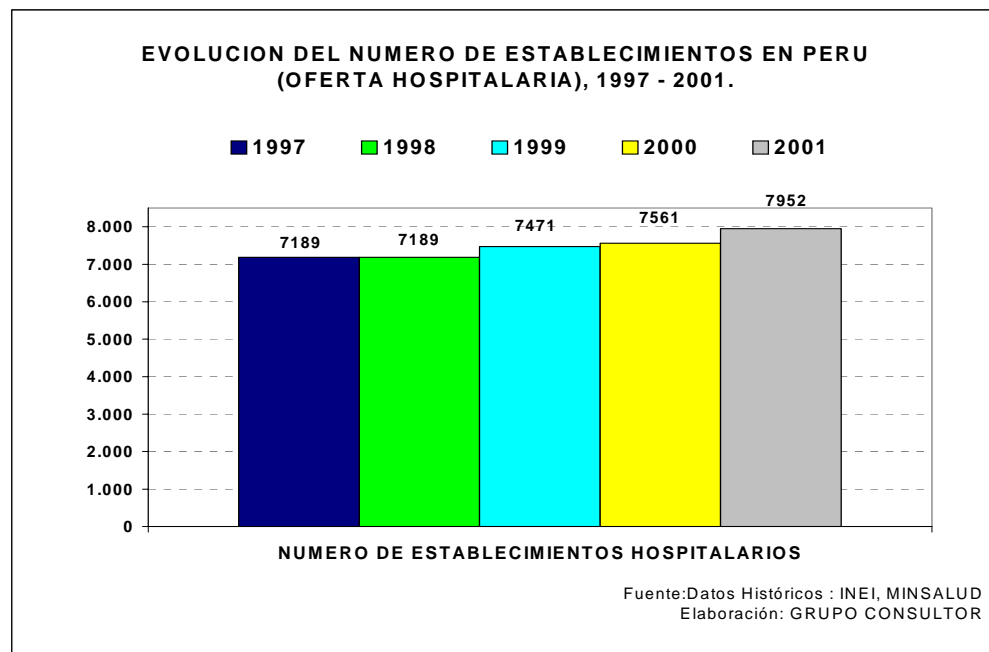
Entre los años 1997 y 2001, la evolución en el número de establecimientos fue correspondiente al 7.61% porcentaje menor a los registrados en el periodo entre 1992 y 1996<sup>12</sup>, cuando la inversión en el sector permitieron que en este periodo, el número de establecimientos para la atención primaria en salud creciera en un 61% y el número de hospitales en un 4%. De estos establecimientos<sup>13</sup>, aproximadamente el 87% pertenecía al sector público en 1996.

---

<sup>12</sup> Fuente: INEI, Ministerio de Salud de Perú-MINSA: "Perú: Encuesta Demográfica y de Salud Familiar 1996-ENDES.

<sup>13</sup> Según los datos del II Censo de Infraestructura Sanitaria y Recursos del Sector Salud, 1996

**Gráfica 3: Evolución del número de establecimientos en Perú (oferta hospitalaria), 1997 - 2001.**



**Tabla 7: Evolución de la infraestructura del sector salud, 1990-2001.**

Tipo de establecimiento	1990	1992	1996	1998	1999	2000	2001
<b>Total de establecimientos</b>	<b>4,551</b>	<b>4,617</b>	<b>7,189</b>	<b>7,189</b>	<b>7,471</b>	<b>7,561</b>	<b>7,952</b>
<b>Hospitales</b>	<b>368</b>	<b>455</b>	<b>472</b>	<b>472</b>	<b>475</b>	<b>481</b>	<b>481</b>
<b>Centros de salud</b>	<b>1,020</b>	<b>1,083</b>	<b>1,849</b>	<b>1,849</b>	<b>1,936</b>	<b>1,995</b>	<b>2,008</b>
<b>Puestos de salud</b>	<b>3,163</b>	<b>3,079</b>	<b>4,868</b>	<b>4,868</b>	<b>5,060</b>	<b>5,085</b>	<b>5,463</b>
<b>Camas hospitalarias</b>	<b>35,832</b>	<b>36,725</b>	<b>42,979</b>	<b>42,979</b>	<b>46,412</b>	<b>47,340</b>	<b>43,074</b>

Establecimientos del sector salud: Se refieren al conjunto de recursos físicos (planta física, instalaciones, equipos y materiales) que constituyen un local destinado a la atención de salud.

Camas hospitalarias: Son aquellas camas instaladas para el uso de los pacientes hospitalizados durante su estadía en el establecimiento de salud.

Fuente: INEI - Ministerio de Salud (MINSALUD) - Oficina de Estadística e Informática.

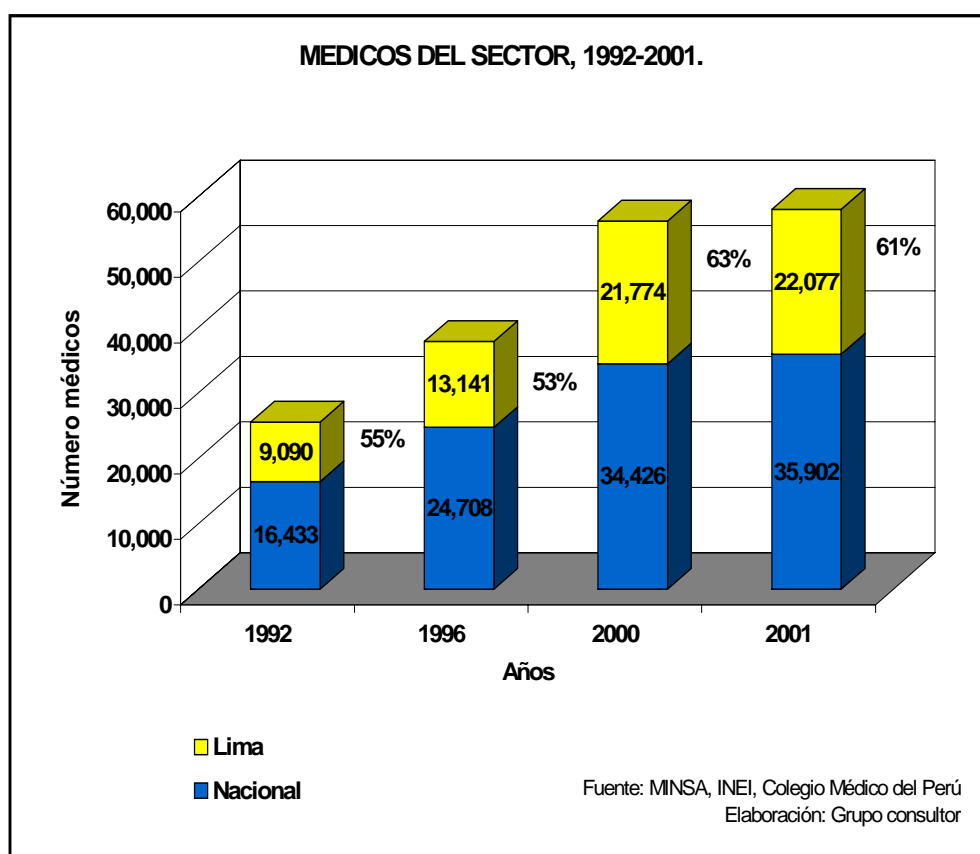
I Censo de Infraestructura Sanitaria y Recursos Humanos, 1992

II Censo de Infraestructura Sanitaria y Recursos del Sector Salud, 1996

Como se puede apreciar, tanto el número de hospitales, como los centros y puestos de salud crecieron en número durante el periodo contemplado en la tabla anterior. Así mismo, el personal médico, es otro indicador importante dentro de la estructura de salud.

Si se observan las cifras correspondientes al número de médicos del sector, se encuentra que el mayor crecimiento se presentó en el cuatrienio 1992-1996 con un incremento del 50%. En el cuatrienio 1996-2000 esta cifra creció un 39%. En 1996, el 66% de los médicos pertenecía al sector público y el 34% al sector privado.

**Gráfica 4: Médicos del sector, 1992-2001.**



Es notoria la concentración de cuerpo médico existente en Lima, con una participación de más del 50%. Esta situación, obedece principalmente a la distribución desigual de la población y del ingreso que existe en Perú.

Según la Organización Mundial de la Salud, Perú se ubicó en 2001 como el quinto país con mayor mortalidad infantil en América, después de Haití, Bolivia, Guyana y Guatemala, respectivamente; Colombia se encontraba en el lugar 16. En contraste, la mortalidad de adultos en Perú en 2001 se ubicaba en el lugar 17, cinco puestos por encima de Colombia.

#### Dinámica de Comercio Exterior

La dinámica de Comercio Exterior del sector de Dotación Institucional, se desarrolla con un enfoque cliente, esto quiere decir, que para llegar a la identificación de productos importados por empresas peruanas destinadas al mercado de dotación se tuvieron en cuenta dos criterios, el primero, una muestra de empresas las cuales se encuentran en los diferentes rubros de productos, y que pueden proveer tanto a hoteles como restaurantes y que participan de este mercado en cada uno de los sectores estudiados a lo largo de seis meses de trabajo de campo en Perú y el segundo criterio es el análisis de estos importadores para llegar a concluir a que sectores de comercialización van dirigidos.

**Tabla 8 : Importadores Institucionales, 2003.**

IMPORTADORES INSTITUCIONALES, 2003	
RUBRO	IMPORTADOR
ALIMENTOS	ANN ARBOR PERU S. A. (DOMINO'S PIZZA)
	DELOSI S.A. (KENTUCKY FRIED CHICKEN, BURGUER KING )
	KEystone DISTRIBUTION PERU S.A.C. (MC. DONALDS)
	PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE LA SELVA S.R.L
	SIGDELO S.A. (PIZZA HUT)
ASEO	KEystone DISTRIBUTION PERU S.A.C.
	RIVELSA S R L
	SIGDELO S.A.
MUEBLES Y ENSERES	DECORLUX PROYECTOS S.A.C.
	DECORLUX S.A.C.
	OCCIDENTAL TRADING SOCIEDAD ANONIMA

Fuente : ADUANET, 2003.

Elaboración : Grupo Consultor



El rubro de alimentos lo compone empresas importadoras que comercializan y distribuyen principalmente en las grandes cadenas de restaurantes, tales como, Kentucky Fried Chicken, Mc. Donalds, Pizza Hut, Domino's Pizza. Estas empresas son encargadas del proceso de compra y adquisiciones de insumos para la comercialización de sus productos en el mercado. Los requerimientos de producto de estas compañías son basados en los estándares internacionales de sus respectivas casa matriz, por ser franquicias americanas.

En cuanto al rubro de muebles y enseres, el principal importador es la compañía Occidental Trading SA, la cual se ha identificado en el medio de cómo la empresa líder en el tema de dotación hotelera de electrodomésticos y utensilios de cocina. En lo referente a muebles de madera, se incluye la empresa Decorlux, y Muebles Canziani, la cual además de producir localmente muebles finos para hogar y oficina, importa productos para su portafolio buscando complementar su portafolio con productos más económicos.

#### Importaciones

Las importaciones realizadas por estos importadores hacen parte de los sectores de abarrotes, aceites, carne, embutidos, golosinas, grasas, lácteos, aseo, cosméticos, electrodomésticos, y muebles.

Resaltando que las empresas participantes en el análisis del rubro de alimentos, muestran un alto nivel de comercio intrasectorial, siendo un ejemplo de esto la compañía keystone distribution Peru S.A.C. la cual importa de todos los sectores los productos necesarios para la realización de su actividad comercial.

VALOR DE LAS IMPORTACIONES POR SECTORES, 1998 - 2002						
RUBRO	SECTOR	1998	1999	2000	2001	2002
ALIMENTOS	ABARROTES	59.553	70.407	69.839	159.781	23.301
	ACEITES	97.658	44.882	596.109	1.247.892	1.139.122
	CARNE	120.661	50.793	74.883	107.013	59.298
	EMBUTIDOS	404.640	621.864	768.617	164.321	826.833
	GOLOSINAS	202.307	78.553	76.985	46.687	103.244
	GRASAS	10.599	37.927	40.174	38.061	134.074
	LACTEOS	46.543	27.940	334.732	442.425	571.567
Total ALIMENTOS		941.963	932.368	1.961.342	2.206.183	2.857.442
ASEO	ASEO Y COSMETICOS	116.914	110.716	197.307	189.579	232.765
Total ASEO		116.914	110.716	197.307	189.579	232.765
MUEBLES Y ENSERES	ELECTRODOMESTICOS	52.493	72.978	39.247	100.942	85.565
	MCUEBLES	17.466	28.215	72.928	12.610	141.373
Total MUEBLES Y ENSERES		69.959	101.193	112.176	113.552	226.938
Total general		1.128.838	1.144.278	2.270.826	2.509.316	3.317.146

Fuente : ADUANET, 2003

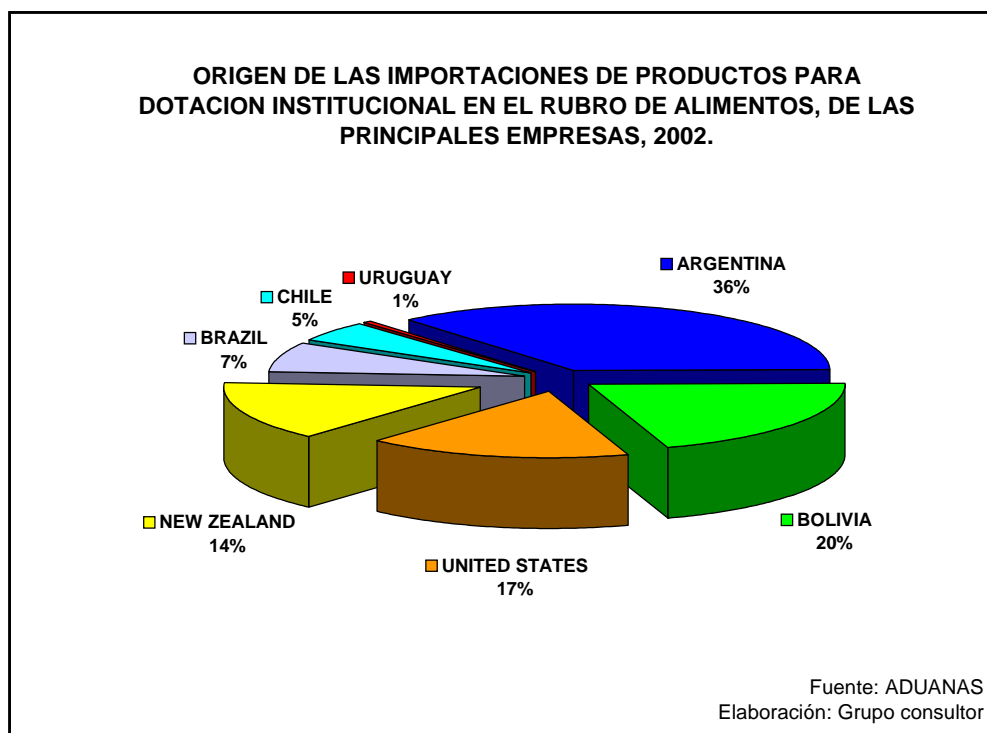
Elaboración : Grupo Consultor

Esta muestra, también refleja el crecimiento de las importaciones no solo de las empresas sino también del sector al cual pertenece cada uno de los productos. Tomando el caso de alimentos, durante el periodo 1998 a 2002 el crecimiento alcanzó el 203%, cifra que además se sustenta en el crecimiento de la industria alimenticia en el mercado peruano. Y si se tienen en cuenta las perspectivas de evolución y crecimiento de este sector, unido a las proyecciones de incremento de la demanda, se espera que este comportamiento siga mostrando índices positivos.

Por otro lado, las importaciones de productos de aseo, que igualmente reflejan un crecimiento en el valor de sus importaciones, debido a que la industria se ha desplazado a otros países dentro del área andina, como es expuesto en el estudio de productos de aseo, y en sentido más focalizado, a que las importaciones realizadas por la empresa Rivelsa, importadora de productos de dotación institucional han crecido en un 97% durante el mismo periodo.

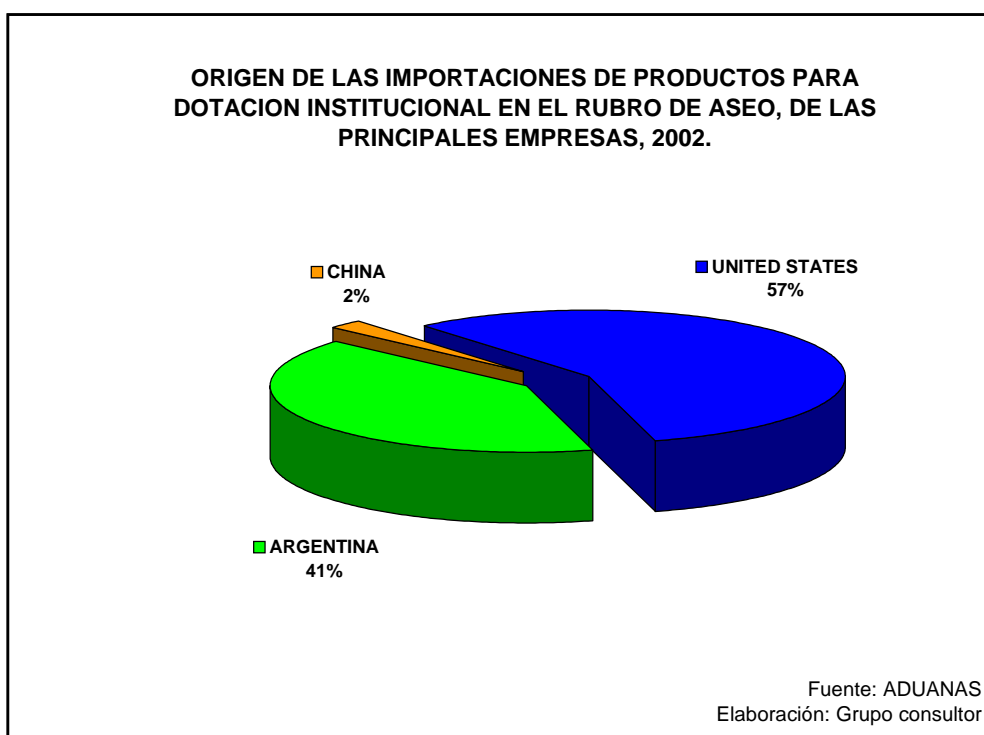
Origen de las importaciones

**Gráfica 5 : Origen de las importaciones de productos para Dotación Institucional en el rubro de alimentos, de las principales empresas, 2002.**



En el rubro de alimentos como se mencionó anteriormente esta integrado por empresas que representan productos de marcas americanas, las cuales aparentemente importan sus productos desde su casa matriz o su país de origen, pero en este caso, muestran que el principal origen de estas importaciones son Argentina, seguido por Bolivia y Estados Unidos, derrumbando el paradigma de autoabastecerse, abriendo las puertas hacia la posibilidad de comprar productos de empresas diferentes, siempre y cuando reciban la misma calidad y las mismas especificaciones técnicas a las que están recibiendo los insumos y que les exige la franquicia.

**Gráfica 6: Origen de las importaciones de productos para Dotación Institucional en el rubro de aseo, de las principales empresas, 2002.**



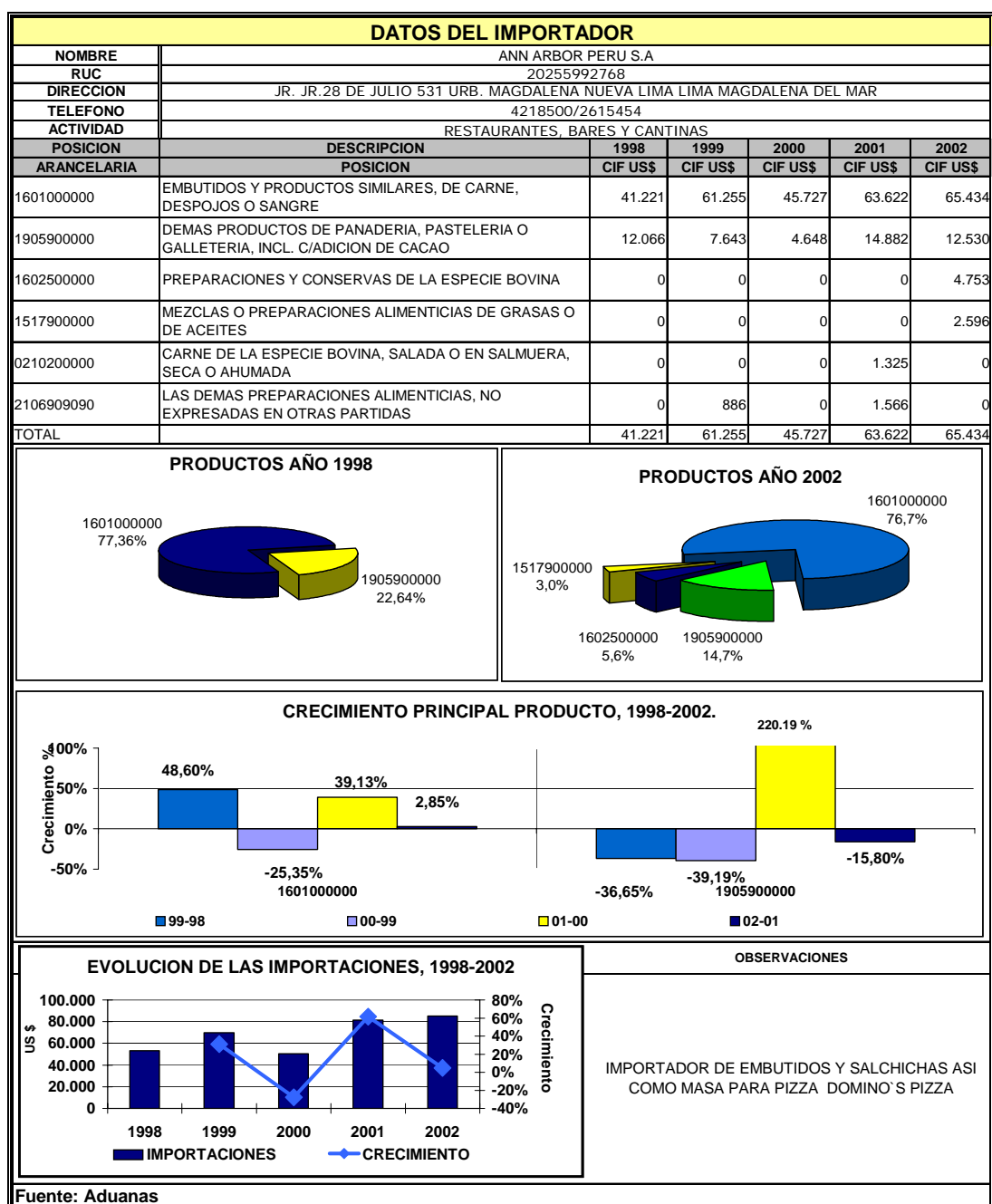
Por otro lado, el principal origen en el rubro de aseo es Estados Unidos, es Estados Unidos, debido a que los participantes del comercio de este rubro origen norteamericano y además por las especificaciones del producto que importan, solo es abastecido por empresas de esta región.

Es igualmente importante destacar que el comportamiento de la muestra seleccionada en cada uno de los sectores es creciente, evidenciando un comportamiento general de la economía, la cual muestra síntomas de recuperación y expansión, además de la evolución en el consumo de productos más especializados y con un mayor grado de valor agregado, aunque el mercado peruano, se rija principalmente por la variable precio.

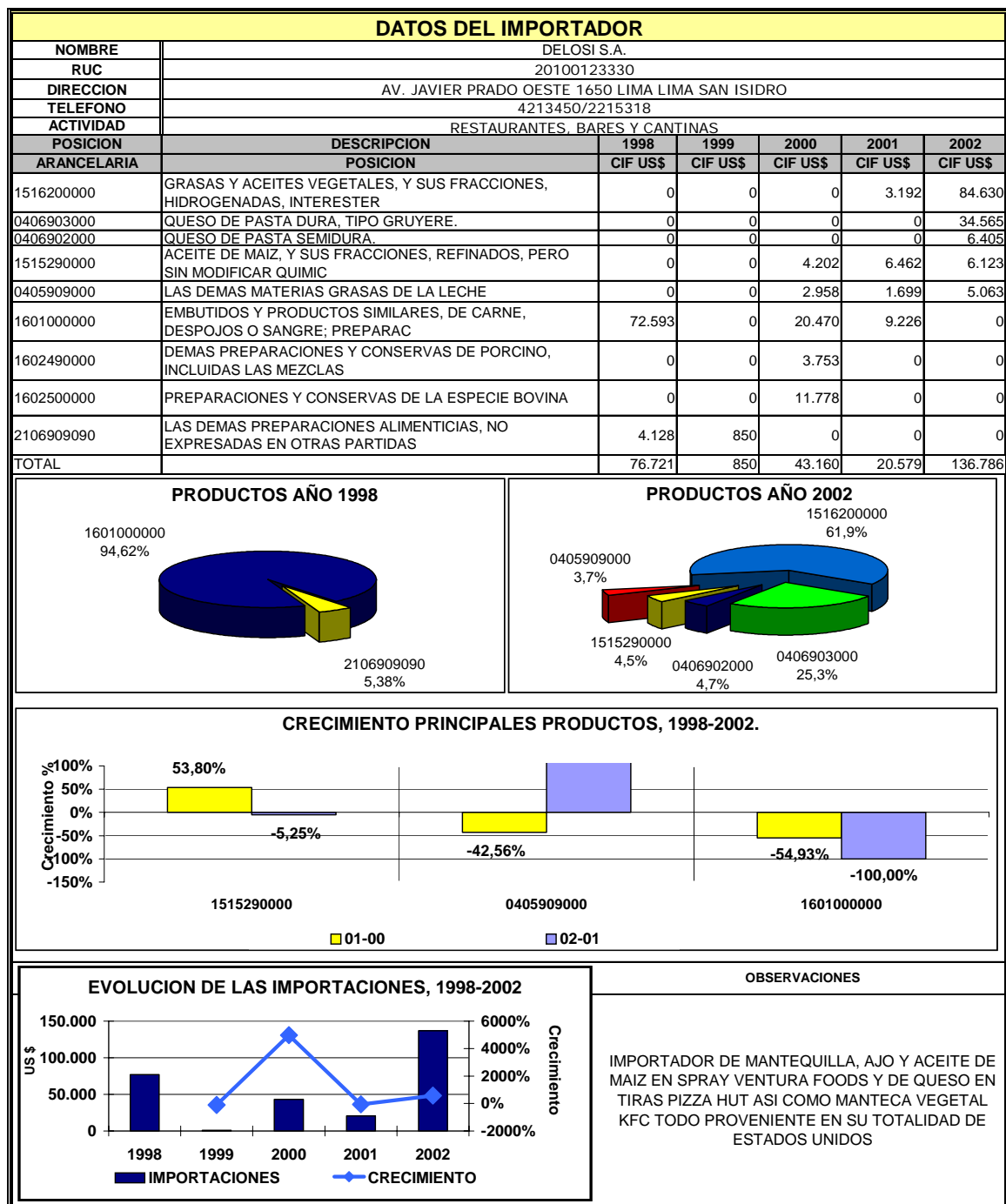
Con el fin de complementar la aplicación del modelo cliente producto propuesto en este estudio, a continuación se hará una presentación de

cada una de las empresas tomadas como muestra en el análisis del comportamiento importador del sector. Estas fichas hacen relación a los productos que cada una importa, su origen, evolución y crecimiento durante el periodo 1998 a 2002 y la apreciación acerca de cada uno de los productos y servicios que comercializa.

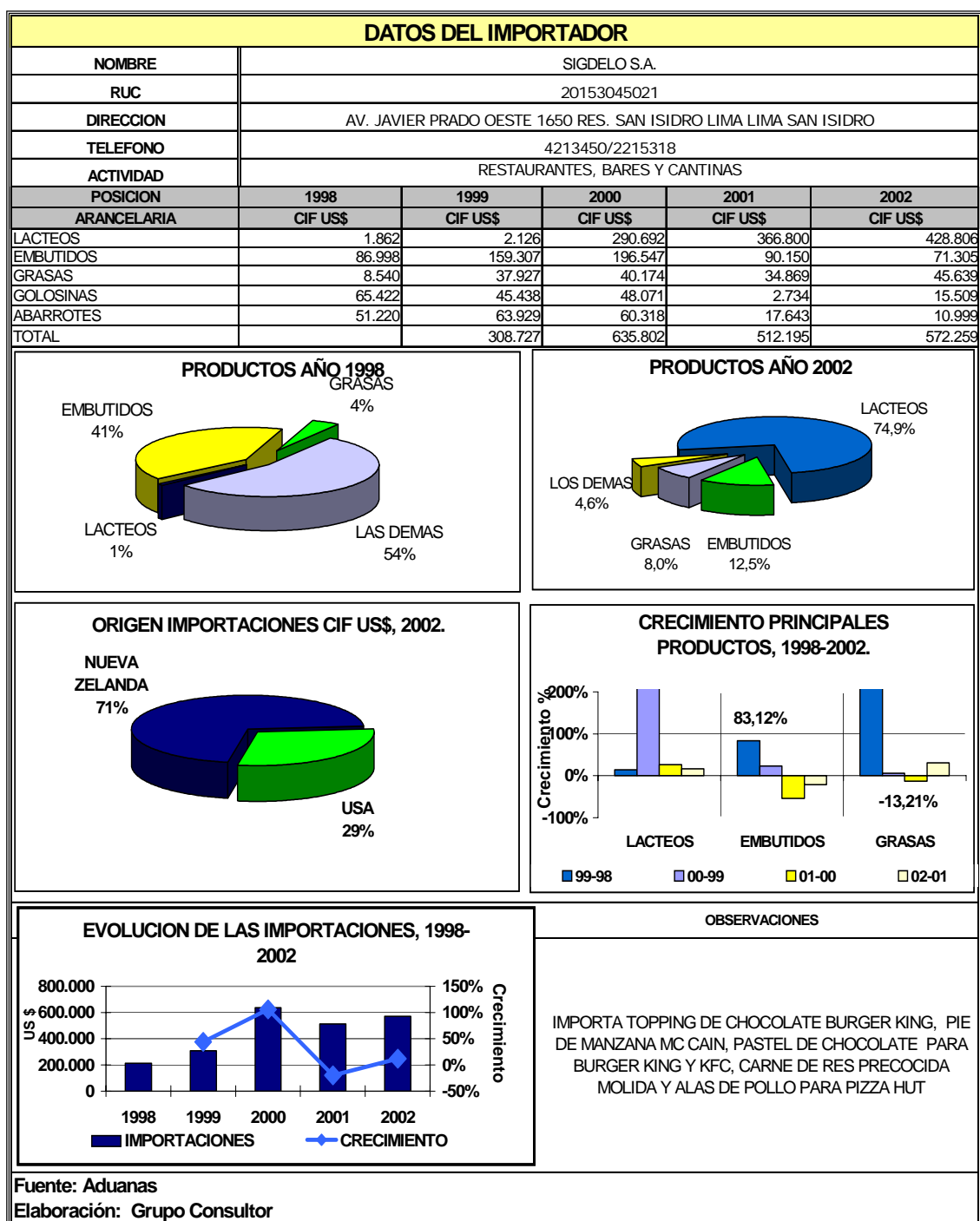
**Gráfica 7: Datos Importador del rubro de alimentos, Ann Arbor Perú, 2002**



Gráfica 8 : Datos importador del rubro de alimentos, Delosi, 2002.

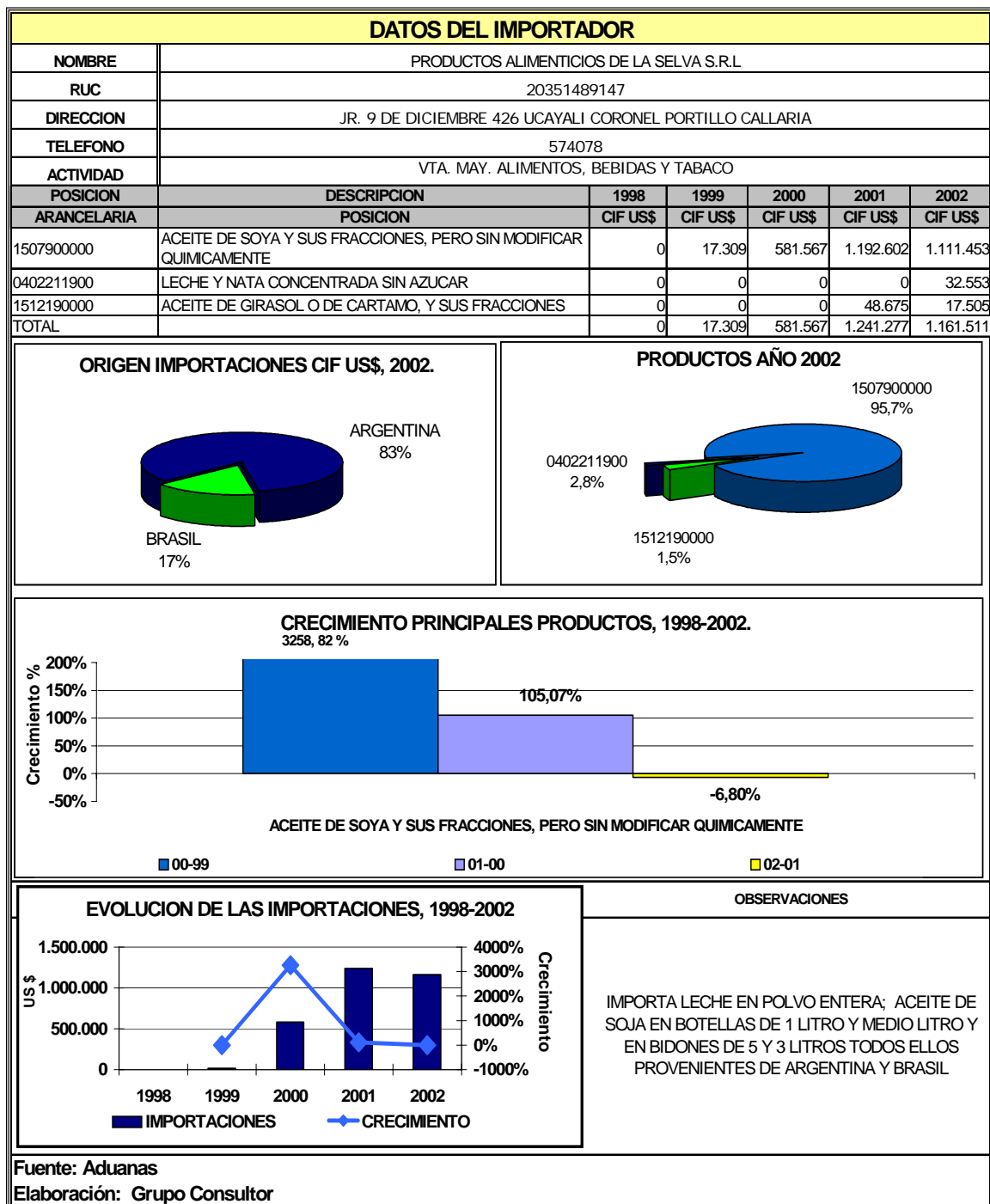


**Gráfica 9 : Datos importador del rubro de alimentos, Sigdelo, 2002.**

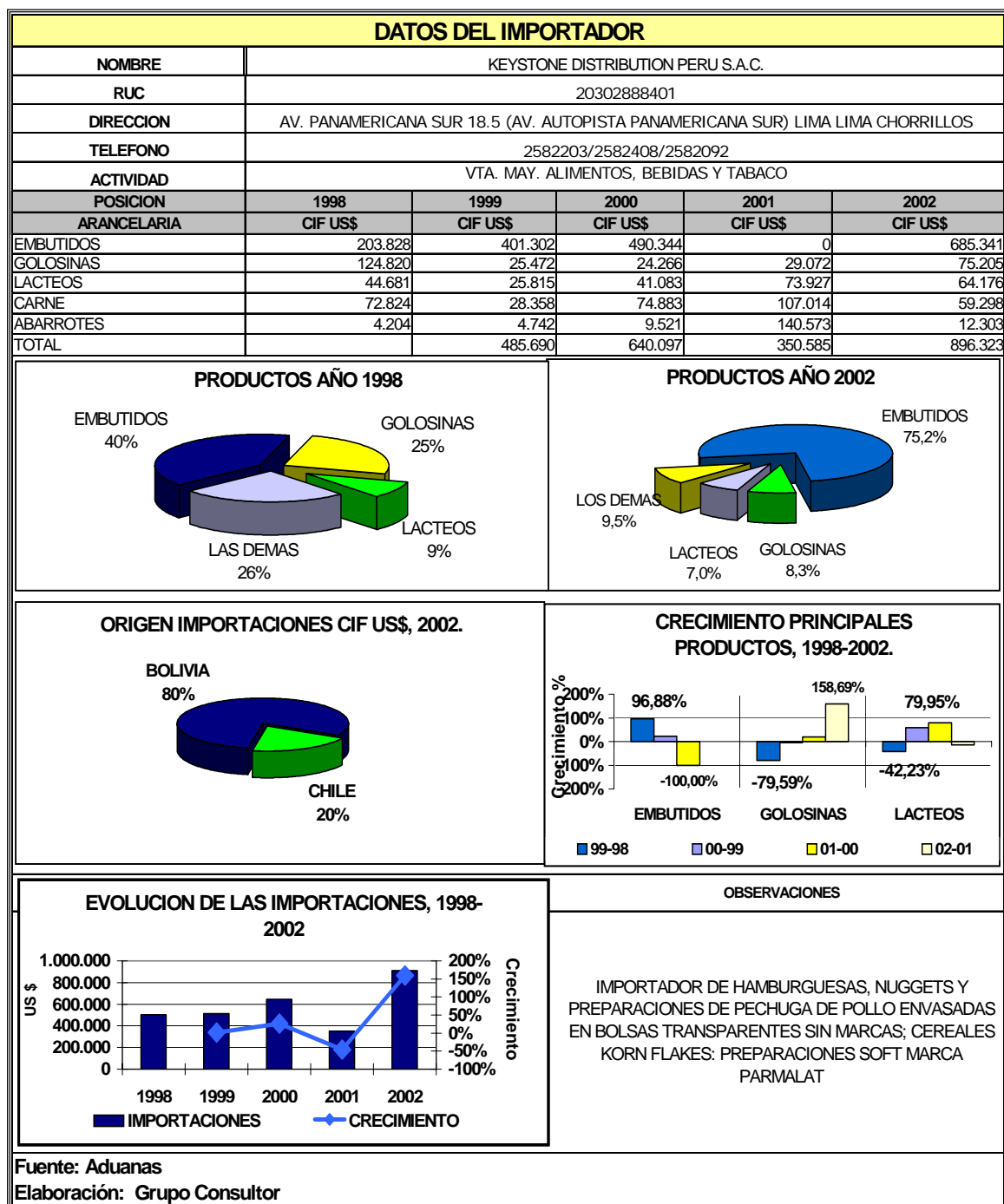




**Gráfica 10 : Datos importador del rubro de alimentos, Productos alimenticios de la Selva SRL, 2002.**

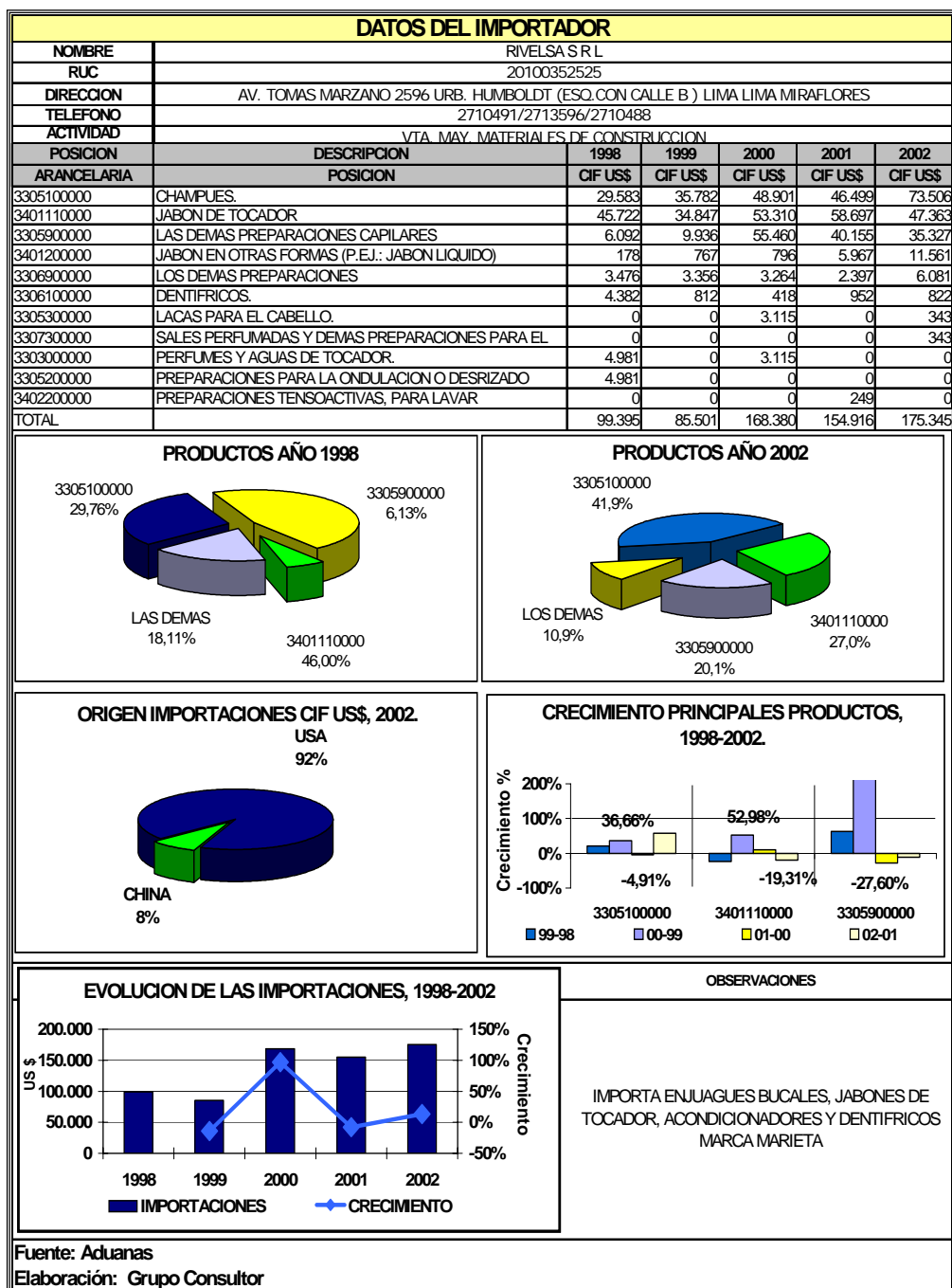


Gráfica 11: Datos importador rubro de alimentos, Keystone distribution SAC,

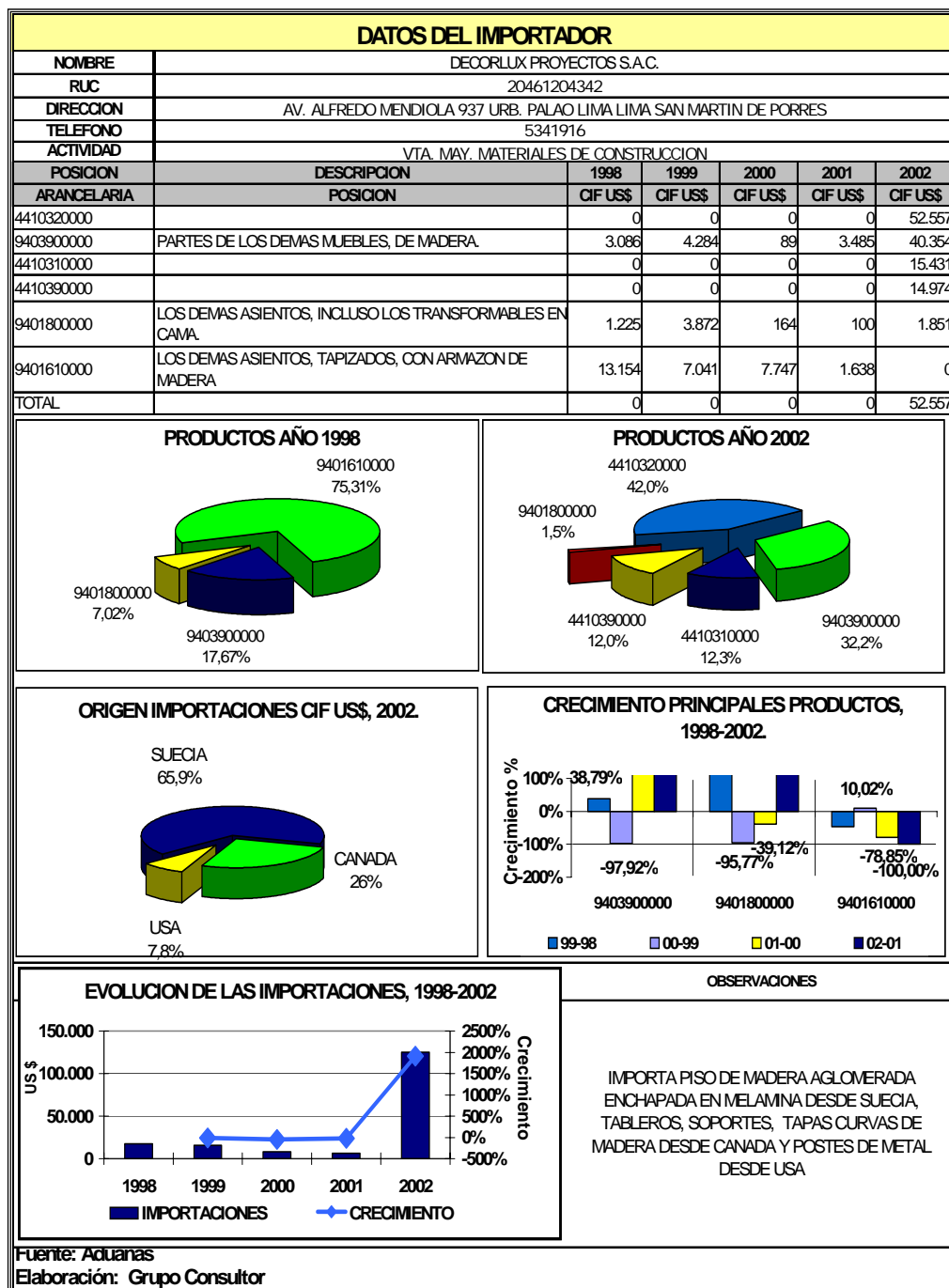


2002.

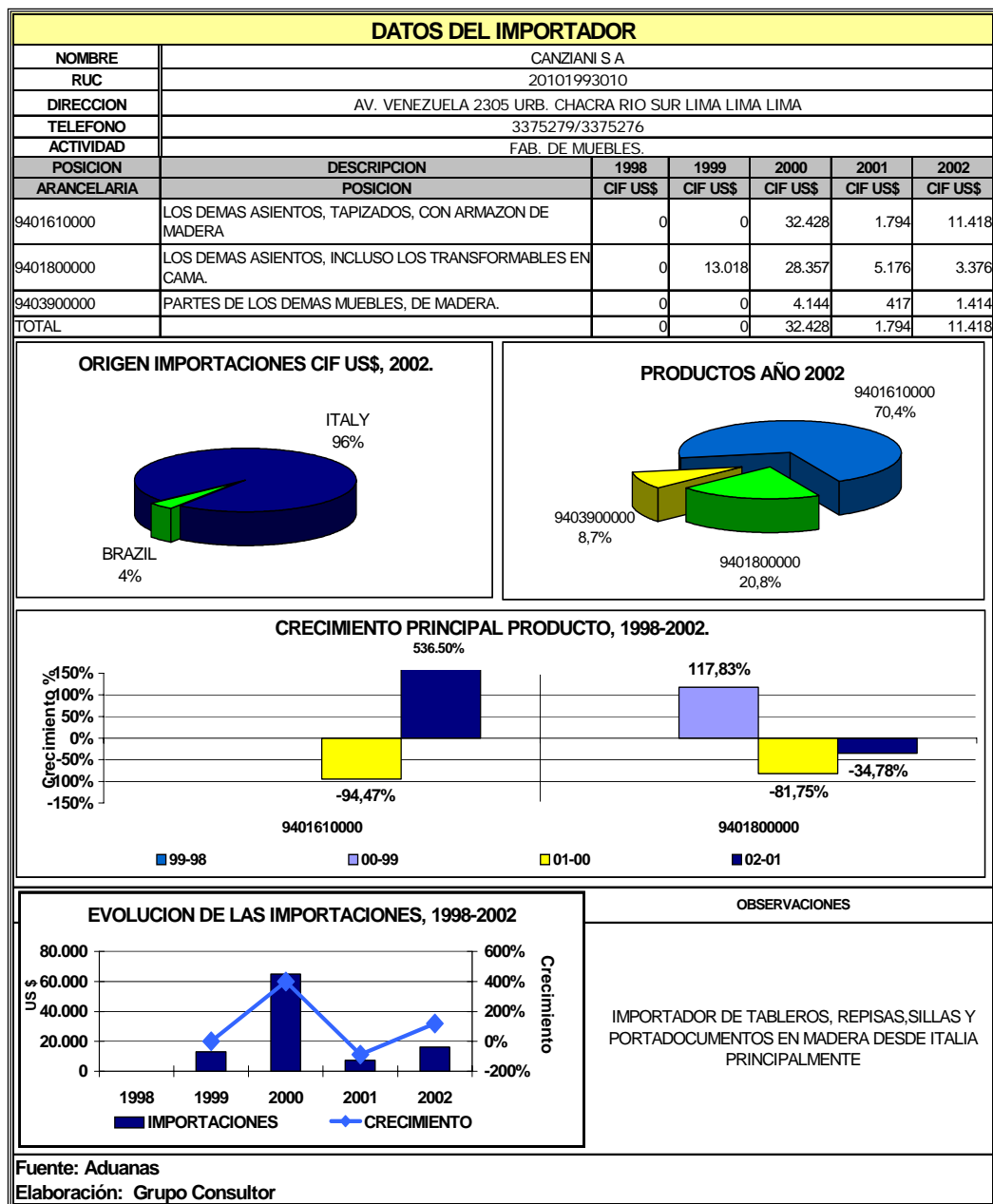
Gráfica 12 : Datos importador rubro de aseo, Rivelsa, 2002.



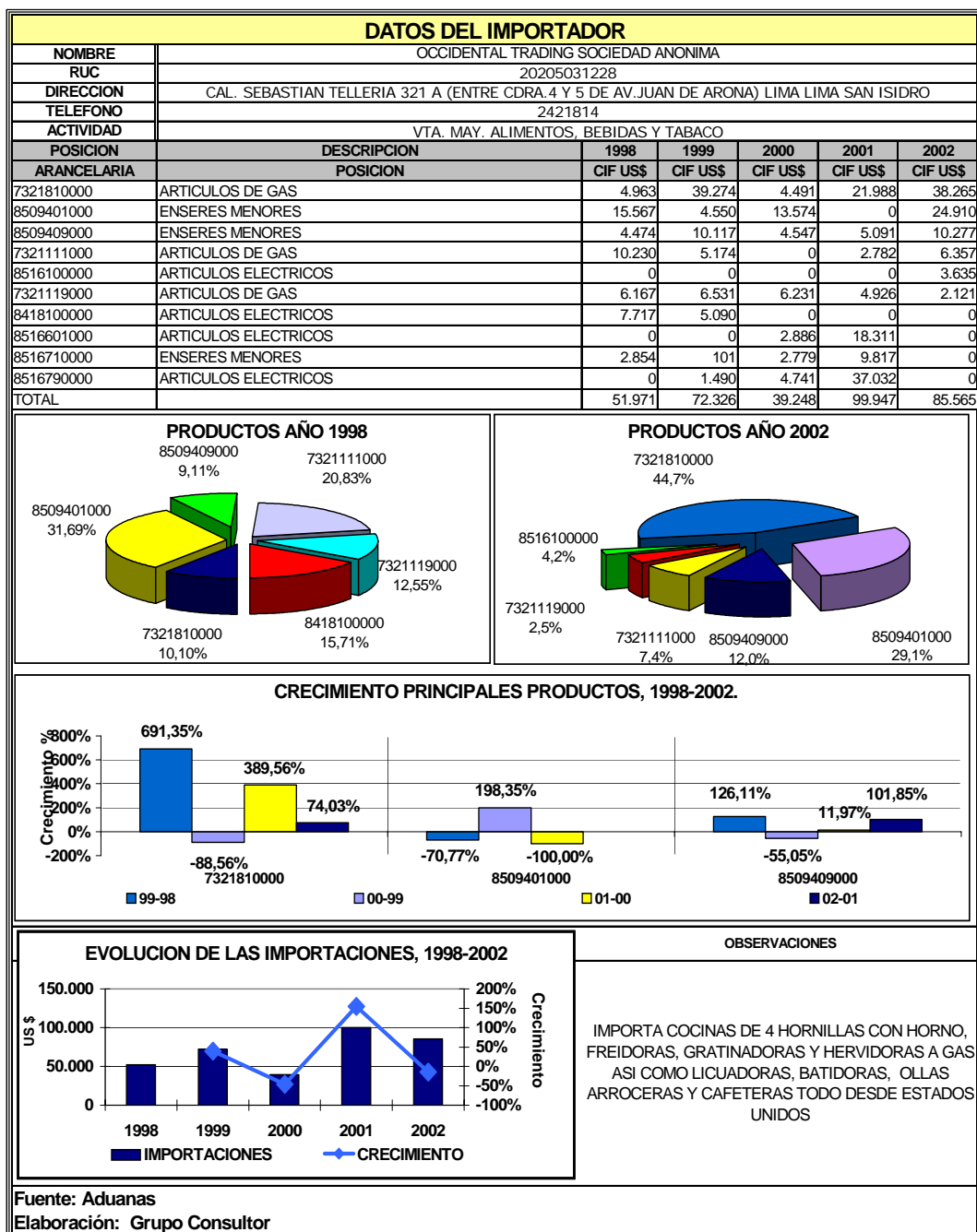
**Gráfica 13 : Datos Importador rubro de muebles y enseres, Decorlux SAC, 2002.**



**Gráfica 14 : Datos Importador rubro de muebles y enseres, Canziani SA, 2002.**



**Gráfica 15: Datos Importador del rubro de electrodomésticos, Occidental Trading Sociedad Anónima, 2002.**

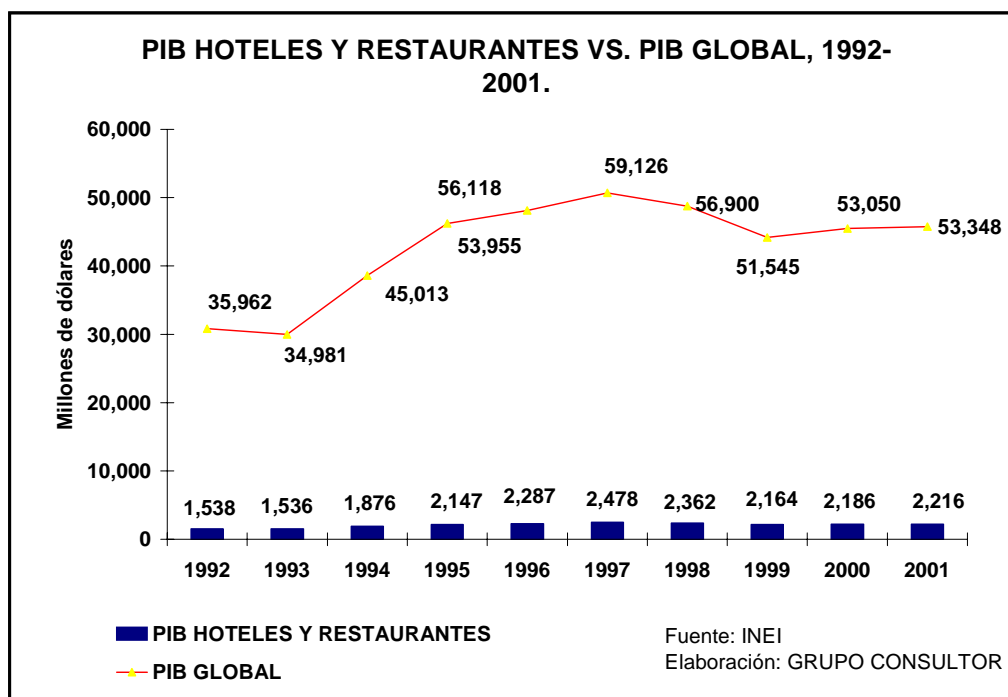


## Descripción del Mercado

## Descripción del Mercado Turístico

Según las estadísticas proporcionadas por el INEI (Instituto Nacional de Estadísticas e Información), el sector turismo, específicamente en las actividades de hotelerías y de restaurantes, representó en el año 2001 un 4.2% del PIB, porcentaje que se ha mantenido desde 1994. El flujo turístico hacia el Perú incrementó desde 1993 como consecuencia del grado de estabilidad política, social, y al clima de seguridad que se vivía en el país, además de la imagen proyectada en el exterior.

**Gráfica 16 : PIB Hoteles y Restaurantes Vs. PIB Global, 1992-2002.**



Los indicadores, como la evolución del número de establecimientos y la evolución del número de personas que ingresan al Perú por concepto de turismo, señalan que el sector viene atravesando por un periodo de relativo estancamiento; por un lado se encuentra el creciente ingreso de turistas y, por otro se aprecia la caída en la entrada de nuevos

establecimientos al sector. Lo anterior concluye que el crecimiento de la industria hotelera no ha sido suficientemente cubierto por la demanda, generando una sobreoferta del servicio hotelero en el mercado, acarreando una caída en las tarifas del hospedaje, permitiendo que el turista tenga la posibilidad de acceder a mejores opciones hoteleras por el mismo valor. En este sentido, se explica la caída en un 10% del número de establecimientos de una estrella, los cuales no pudieron soportar la competencia y fueron más vulnerables al estancamiento de la economía interna, y a la reducción de la demanda de su público objetivo, (principalmente turista mochileros)<sup>14</sup>.

Por otra parte, el comportamiento de la Capacidad de Ocupación Hotelera (COH), la cual ha venido mostrando cifras de desocupación en todas las categorías de hoteles presentes en el mercado, señala igualmente esta sobreoferta. Es por esto que el objetivo de los empresarios de este sector es impulsar la demanda hacia los hoteles de dos y tres estrellas, los cuales están encaminados a satisfacer la demanda del turismo interno; y satisfacer a los turistas extranjeros que no alcanzan a cubrir el costo de un hotel cinco estrellas, pero que se encuentran buscando alternativas cómodas para su plan turístico.

Las expectativas positivas del mercado durante el periodo 1996 – 2000 motivaron la llegada de grandes cadenas hoteleras internacionales, las cuales representaron gran diferenciación y ventaja competitiva con respecto a otros hoteles. En este periodo ingresaron cadenas como Holliday In y Marrit en septiembre del 2000, y Sol Melía en julio del mismo año. Además, entre 1996 y el año 2000 se inauguraron 27 hoteles de 4 y cinco estrellas.

Los destinos turísticos más destacados en el Perú, los se encuentran en la zona sur, principalmente en las ciudades de Cusco, Arequipa y Puno, seguidas por las ciudades de la zona norte, donde se encuentran Trujillo, Cajamarca, y Chiclayo; y por último la ciudad de Lima, a la cual llegan los turistas extranjeros y los turistas de negocios, por ser esta el polo de desarrollo económico y político del país.

Como complemento del sector, los restaurantes constituyendo una parte importante dentro de la industria turística, es considerado como un sector con gran influencia dentro de esta industria, debido a la gran oferta culinaria que posee el Perú, que además despierta gran inquietud al turista. En términos generales, el turista promedio asigna el 14%<sup>15</sup> de su presupuesto en a este rubro. Por otro lado, los restaurantes de fast

---

<sup>14</sup> MAXIMIXE, Riesgos de Mercados, agosto 2002.

<sup>15</sup> BANCO WIESE SUDAMERIS, Reporte Sectorial, Sector Turismo, agosto 2001.



foods, se ha desarrollado en Perú de forma importante en los últimos años, como consecuencia de los cambios de hábitos alimenticios y la incorporación de la mujer al entorno laboral.

Este mercado se encuentra atendido por empresas multinacionales con reconocidas marcas como Burger King, y Mac. Donalds, además de empresas locales como Bambos, en el segmento de hamburguesas. Por otro lado también participan empresas como Kentucky Fried Chicken y Mediterráneo, en el segmento de pollos, y Pizza Hut y Domino's Pizza en el segmento de pastas.

Durante el periodo de crisis que atravesó el Perú, las ventas de este sector decrecieron como consecuencia de la disminución del gasto de la población, haciendo que las empresas recurrieran a estrategias de marketing que incentivaran el consumo de estos productos. Entre los años 1992 y 2000 el crecimiento en el número de establecimientos obedeció al 96%.

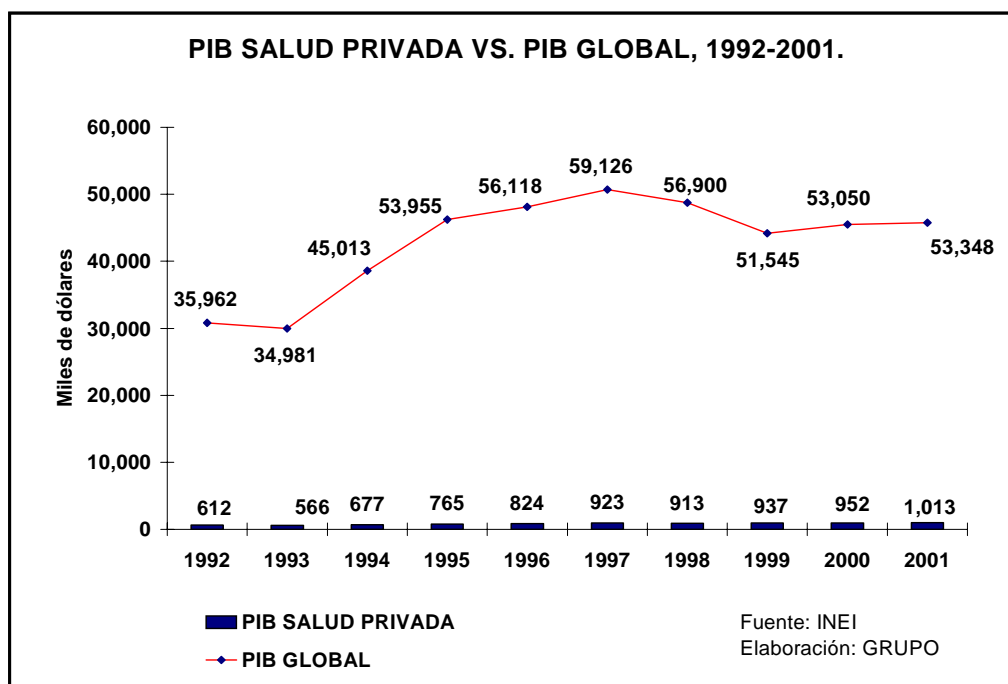
#### Descripción del Mercado del Sector Salud

Con respecto a la salud privada, si se considera el PIB<sup>16</sup> derivado de las actividades de atención de pacientes en clínicas, sanatorios, centros de atención odontológicos y otras instituciones sanitarias particulares; se encuentra que éste contribuye en promedio con el 2% del PIB Global peruano.

El mayor crecimiento del PIB de salud privada se presentó en los años 1993 y 1994, cuando se observaron incrementos del 46% y del 32%, respectivamente. Por el contrario, en los años 2000 y 2001 se dieron los crecimientos más bajos, que correspondieron al 5% y al 7%.

---

<sup>16</sup> PIB: Producto Interno Bruto.

**Gráfica 17: PIB salud privada vs. PIB global, 1992-2001<sup>17</sup>.**

Se observa también que en 1998, año en el cual comenzaron a funcionar las EPS, el crecimiento fue tan sólo del 9%, mientras que en 1997 había sido del 22%.

En términos generales, la situación del sector salud en Perú ha mejorado, en la medida en que el acceso a atención de salud ha incrementado, han decrecido las tasas de mortalidad materna, mortalidad y desnutrición.

Por otro lado, el crecimiento medido en indicadores, como el número de médicos y el número de establecimientos, hace pensar que el desarrollo de este sector ha sido lento, aunque avanza en pos de una mejora de la salud pública. Además, con la implementación de nuevos esquemas de servicios como son los ofrecidos por las EPS y los establecimientos

<sup>17</sup> Tasas de cambio: Año 1992, S/.1,25 por dólar; año 1993, S/.1,98 por dólar; año 1994, S/.2,19 por dólar; año 1995, S/.2,24 por dólar; año 1996, S/.2,44 por dólar; año 1997, S/.2,66 por dólar; año 1998, S/.2,92 por dólar; año 1999, S/.3,38 por dólar; año 2000, S/.3,49 por dólar; año 2001, S/.3,51 por dólar.

privados, la tendencia de incrementar el cubrimiento de sus servicios continuará hacia el futuro.

Un factor importante dentro del sector es la asignación desigual de recursos por parte del estado entre las diferentes regiones y departamentos del país, donde se destacan los bajos niveles de inversión en las regiones más pobres, mientras regiones con más ingreso reciben un alto nivel de inversión. Esta situación afecta principalmente a la población de menores recursos.

En algunas provincias se han implementado planes y programas para el establecimiento e implementación de redes de establecimientos y servicios de salud de primer y segundo nivel con el objetivo de complementar los servicios de salud provistos por los puestos de salud y hospitales, de cierta área geográfica.

#### Distribución Geográfica del Mercado

Perú se caracteriza por ser un país en el cual su capital, Lima, concentra casi un 70% del mercado de consumo, y en el ambiente empresarial, concentra el 42% de toda la industria presente en este país<sup>18</sup>. Esto la posiciona como la región más desarrollada.

En segundo nivel se encuentran regiones como Arequipa, Junín, Cusco, Puno, Lambayeque, Piura, Ancash, e Ica, las cuales representan el 39% de la concentración empresarial. A continuación se encuentran las regiones Intermedias como Cajamarca, Huanuco, San Martín, Loreto, Ayacucho, Ucayali, Tacna y Huancavelica, que representan el 13%. Mientras el restante 6% lo componen regiones con menor desarrollo y menor concentración de empresas, las cuales son: Pasco, Apurímac, Amazonas, Tumbes, Moquegua y Madre de Dios.

Lima, siendo el principal foco empresarial se caracteriza por ser una región con un comportamiento altamente comercial, además de ser centro político y financiero, con el ingrediente de ser una ciudad importadora por la cual ingresan la mayor parte de las mercancías provenientes del extranjero, y cuya producción se destina a cubrir el mercado nacional incluyendo las provincias con artículos de mayor valor agregado. Sin embargo, es abastecida de productos agrarios y alimentos desde el interior.

---

<sup>18</sup> INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMATICA DEL PERU. III Censo Nacional Económico 1993 – 1994 (CENEC).

La integración territorial de Lima con las demás regiones del país se efectúa por medio de tres ejes: la Carretera Panamericana, la cual une al norte con el sur del país conectando en sus respectivas fronteras, límites con Ecuador, Chile y Bolivia; la Carretera Central, que une el este con el oeste y permite la conexión de la sierra con la selva; y el Puerto del Callao y el Aeropuerto Jorge Chávez, los cuales son a su vez conexiones internacionales. Es importante, resaltar que la comunicación por cada una de las vías se realiza a través de esta ciudad.

Las regiones de segundo nivel y las regiones intermedias, están sujetas al desarrollo económico y comercial de Lima, razón por la cual no son independientes y no se vuelven competitivas por sí mismas. Adicionalmente, la actividad principal de estas regiones es la actividad agrícola y agroindustrial, proveyendo de insumos a la capital.

Lo importante en la distribución geográfica del mercado es que los productos importados llegan a Lima, y así como en el caso de la producción local que principalmente se ubica en la capital, y desde ahí se coordina la actividad logística con los diferentes distribuidores con cubrimiento nacional para llegar a todos los lugares del país.

### **Turismo**

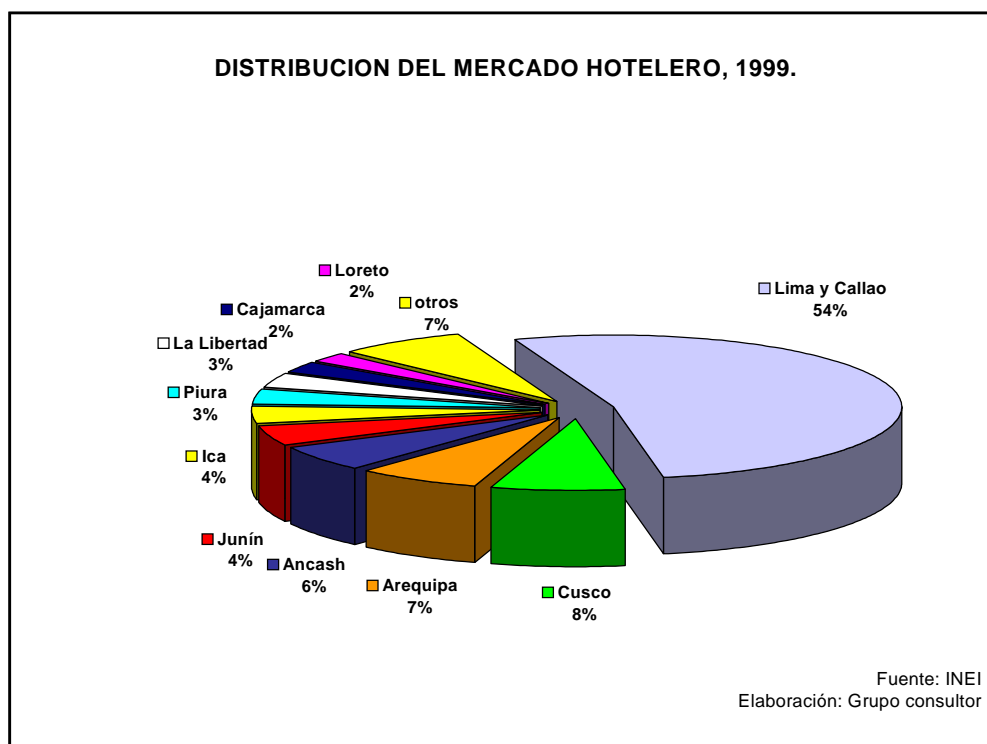
En el Perú existen tres circuitos turísticos importantes, algunos de los cuales son más desarrollados que otros. El primero es el comprendido por la ciudad de Lima y Callao; el segundo, el comprendido por la Región turística del sur, compuesta por 10 departamentos (Ica, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac, Madre de Dios, Cusco, Puno, Ucayali y Huancavelica) y el tercero por la región turística del norte compuesto por nueve departamentos (Tumbes, Piura, Lambayeque, Cajamarca, La Libertad, Ancash, Amazonas, San Martín y Loreto).

Cada uno de estos circuitos cuentan con infraestructura y recursos diferentes, debido principalmente a las condiciones geográficas, así como los atractivos con los que cuentan, esto hace suponer la diversidad de servicios y requerimientos que se presentan en las diferentes regiones, anteriormente expuestas.

La concentración hotelera en la ciudad de Lima se debe principalmente a la afluencia de extranjeros, pues esta ciudad recibe el mayor número de vuelos internacionales, al tiempo que concentra la mayoría de las

actividades, tanto comerciales como turísticas y de negocios. En esta ciudad se encuentran los establecimientos (hospedajes y restaurantes) de mayor categoría; en el año 1999 se calculó que del total de hoteles cinco estrellas del Perú, cerca del 75% se ubicaron en esta ciudad. El grueso de establecimientos se encuentran en la zona de San Isidro y Miraflores, aunque cabe resaltar que la mayoría de hoteles son categorizados como de una y dos estrellas<sup>19</sup>.

**Gráfica 18: Distribución del Mercado Hotelero, 1999.**



El segundo punto de mayor concentración hotelera se encuentra en el circuito sur, formado por Cusco, Arequipa, y Puno, siendo el atractivo de esta zona el turismo histórico y natural. La ciudad de Cusco alberga el mayor número de establecimientos hoteleros después de Lima, presntando un crecimiento desordenado y sin planeación, la proporción de hoteles cinco estrellas en esta ciudad corresponde tan solo a dos establecimientos<sup>20</sup>, mientras el 52% son catalogados como no

<sup>19</sup> La inversión en el Perú 2002 – 2003.

<sup>20</sup> MAXIMIXE, Riesgos de Mercados, Hoteles, agosto 2002.

categorizados. En Arequipa, esta cifra corresponde al 57% y no existen hoteles cinco estrellas. Por otro lado Puno, es la conexión entre Brasil, Chile, Bolivia y Argentina, convirtiéndose en un punto importante

especialmente para los turistas provenientes de Bolivia, caracterizándose por la concentración de hoteles de una y dos estrellas, los cuales alcanzan una participación del 87%.

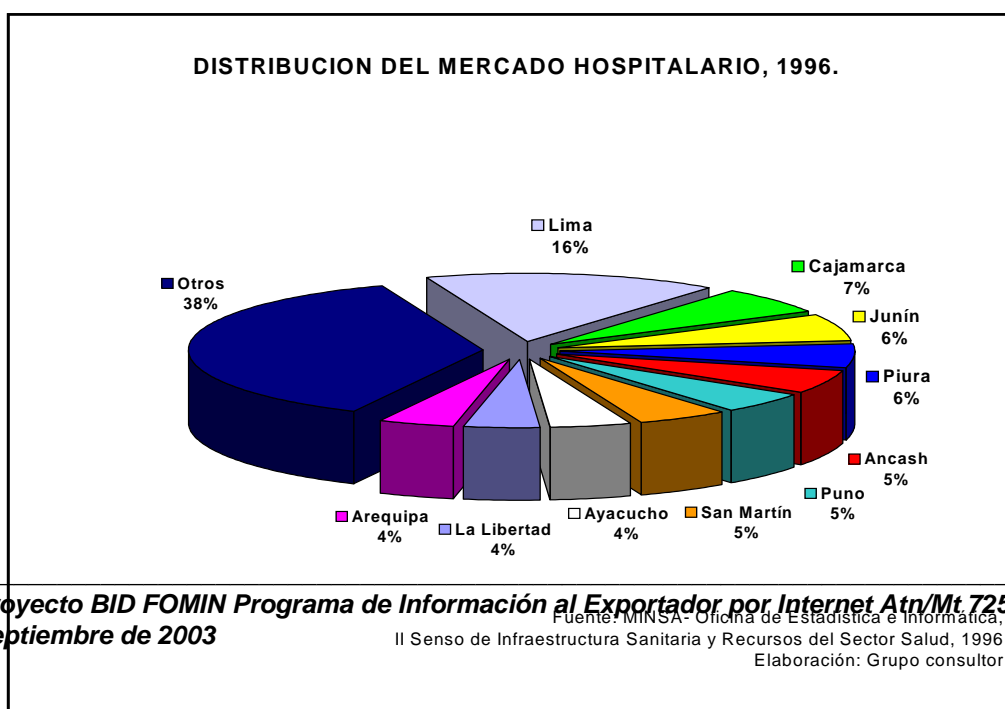
El tercer circuito, se cataloga como la zona menos desarrollada en cuanto a turismo se refiere, cuyas ciudades más importantes son Trujillo y Chiclayo. Tan sólo un hotel en la ciudad de Trujillo es categorizado como cinco estrellas, mientras en otras ciudades de la región estos establecimientos solo alcanzan la categoría de cuatro estrellas.

### Salud

La distribución geográfica del mercado hospitalario muestra una concentración de establecimientos en la ciudad de Lima, la cual, además de presentar el mayor nivel de ingreso, concentra el más alto índice de población; seguido por regiones como Cajamarca, Junín, y Piura.

No obstante, la tendencia se dirige hacia una distribución más igualitaria debido a las inversiones del sistema público y extensión del cubrimiento de los sistemas privados de salud.

**Gráfica 19 : Distribución del mercado hospitalario, 1996.**



Esta desigual distribución se origina principalmente por la segmentación social y económica en el Perú. Según las proyecciones realizadas por el INEI para el año 2002, la población total del país asciende a 26,7 millones de habitantes, constituyendo alrededor de 5,4 millones de hogares<sup>21</sup>, de los cuales, el 1.4% pueden ser considerados de Nivel Socio Económico (NSE) A, el 9.3% de NSE B, el 26.2% de NSE C, el 34.8% de NSE D, y el 27% de NSE E. Como puede apreciarse más de la mitad de la población del Perú es de bajos recursos.

Tradicionalmente los departamentos más pobres son los de la sierra centro y sur, mientras la población con mejor condición económica se encuentra en la zona de la costa. La población se puede clasificar como urbana y rural, donde la rural presenta altos índices de pobreza y niveles de necesidades básicas insatisfechas muy altas. Al año 2001, el 54.8% de la población era pobre y el 24.4% vivía en pobreza extrema.

#### Fuerzas Competitivas Relevantes

La entrada de nuevos competidores en el mercado de productos destinados a la dotación institucional presenta un bajo grado de dificultad debido a la capacidad de todas las empresas de todos los sectores a participar de él.

Por otra parte se presenta una elevada rivalidad competitiva en los diferentes rubros en torno a la variable precio principalmente por el decrecimiento de la demanda en los últimos años, y la baja diferenciación en los requerimientos de la demanda, para algunos productos como son alimentos y aseo principalmente.

También se registra un elevado dinamismo en cada uno de los rubros analizados. La competencia se manifiesta fundamentalmente en torno al servicio al cliente, y al desarrollo de nuevas formas de comercialización y presentación de los productos, así como a la adecuación de artículos para segmentos bajos, los cuales componen la mayoría del consumo local y extranjero.

---

<sup>21</sup> El número de hogares se calculó bajo el supuesto de un promedio de 4.9 personas por hogar, para el total de habitantes proyectado por el INEI.

El poder de negociación de los proveedores, y la pequeña proporción del sector empresarial no permite que los proveedores puedan tener un fuerte poder de negociación. Esto se debe principalmente a la alta competencia y a las especificaciones técnicas de los requerimientos de los clientes. Desde luego, existen productos en donde el poder de negociación de los proveedores se califica como alto, estos artículos son aquellos que son especializados, que requieren de una gran inversión en dinero y que el distribuidor, representante o comercializador es exclusivo y único en el mercado, esto se presenta frecuentemente en el rubro de equipos médicos.



**Tabla 9: Fuerzas Competitivas relevantes del sector de dotación institucional.**

FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR DE DOTACIÓN INSTITUCIONAL	
Fuerzas Competitivas	INTENSIDAD
Nuevos fabricantes: Alta / Nuevos Importadores : Alta	
A. Entrada de nuevos competidores	Fácil acondicionamiento de productos y estructura de ventas para incursionar en el mercado institucional.
	Elevada concentración de los productos ofrecidos en el mercado.
	Márgenes comerciales en reducción por incidencia de la competencia por precio
	Conocimiento del consumidor final durante toda la cadena de aprovisionamiento.
	Conocimiento del mercado y de los canales por parte de las empresas locales
	Productos importados competitivos en precio y calidad con respecto a la oferta local.
	Amplia utilización del canal de distribuidores para el abastecimiento
	Programación de compras durante el año, especialmente en los hoteles cinco estrellas
Alta	
B. Intensidad de la competencia	Baja diferenciación de productos en el mercado, a menos que sean especializado o considerados de lujo o suntuarios.
	Crecimiento del consumo vía precios y mejoramiento de la calidad, desarrollando economías de escala
	Refuerzo de la imagen de las principales empresas en los diferentes segmentos, por medio del posicionamiento de marcas y la incorporación de nuevos productos
	Fuerte competencia entre productores, distribuidores y representantes por medio de estrategias de precios
	Canales distribución cerrados y cortos, además de eficientes tiempos de entrega y optimización del proceso logístico.
	Tendencia de diversificación de la oferta: por el lanzamiento de productos de mayor valor agregado y variedad
	Innovación en la oferta: por el desarrollo de nuevos productos y especialidades.
	Estructura empresarial flexible, en busca de satisfacer las necesidades de los clientes.
Media	
C. Amenaza de productos sustitutos	Alta sustitución de todos los productos, en la medida que conserven sus características originales.

	Baja probabilidad de sustitución de productos de equipos médicos y servicios
<b>Alta</b>	
<b>D. Poder de negociación de los clientes</b>	Motivada principalmente por el tamaño de la oferta y el reducido tamaño de la demanda
	Desconocimiento de los consumidores y sus preferencias
	Alta concentración de la demanda en pocas empresas del sector
<b>Baja</b>	
<b>E. Poder de negociación de los proveedores</b>	Alto cuando se trata de productos especializados y tecnológicos, como es el caso de equipos médicos.
	Dependencia de las condiciones económicas y sociales para seguir la evolución del sector.
	Muchos proveedores con escaso desarrollo tecnológico, y pocos con capital para ofrece productos a la vanguardia del mercado

#### Características de la Demanda

Como se mencionó en capítulos anteriores, el sector turismo en Perú ha venido mostrando síntomas de saturación en el número de establecimientos que ofrecen el servicio hotelero, ocasionando al sector una tendencia hacia la baja de las tarifas, representado para las organizaciones un mayor esfuerzo en mejorar y maximizar los rendimientos y competitividad de sus establecimientos.

De igual forma, en el sector salud, la expansión hacia segmentos de menores ingresos y la incorporación a nuevos sistemas privados de salud, los cuales han evolucionando en un ambiente de austeridad y contracción de la demanda en general, consecuencia de la crisis económica del país, y la necesidad de las empresas de reducir sus costos y el número de operaciones logísticas realizadas sin sacrificar los niveles de calidad de los productos y el abastecimiento de los mismos a sus clientes.

En consecuencia, la dirección y organización basadas en la optimización de cada una de las áreas del establecimiento está perdiendo vigencia a favor de enfoques con una dirección que procure un funcionamiento eficiente y satisfactorio para todas las partes del negocio (clientes-establecimiento- proveedores). Es por esto que el concepto de servicio al cliente y la adecuación de productos para satisfacer sus necesidades ha convertido a este último en una fuente de información muy

importante, acerca de la calidad del producto y el servicio que se debe ofrecer en los diferentes establecimientos.

El arte de integrar la gestión de abastecimiento con una visión de calidad total dirigida a los clientes, representa un proceso de mejora continua y de una integración de los proveedores al desarrollo del esquema administrativo de la organización, capaz de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Aunque estas constituyan una percepción individual, se centran básicamente en los aspectos materiales y funcionales del servicio. Por ello se constituye en una misión para la empresa desarrollar una gestión de aprovisionamientos integrada, que asegure que los productos y servicios sean percibidos por los clientes internos y externos de acuerdo con las necesidades que desea satisfacer.

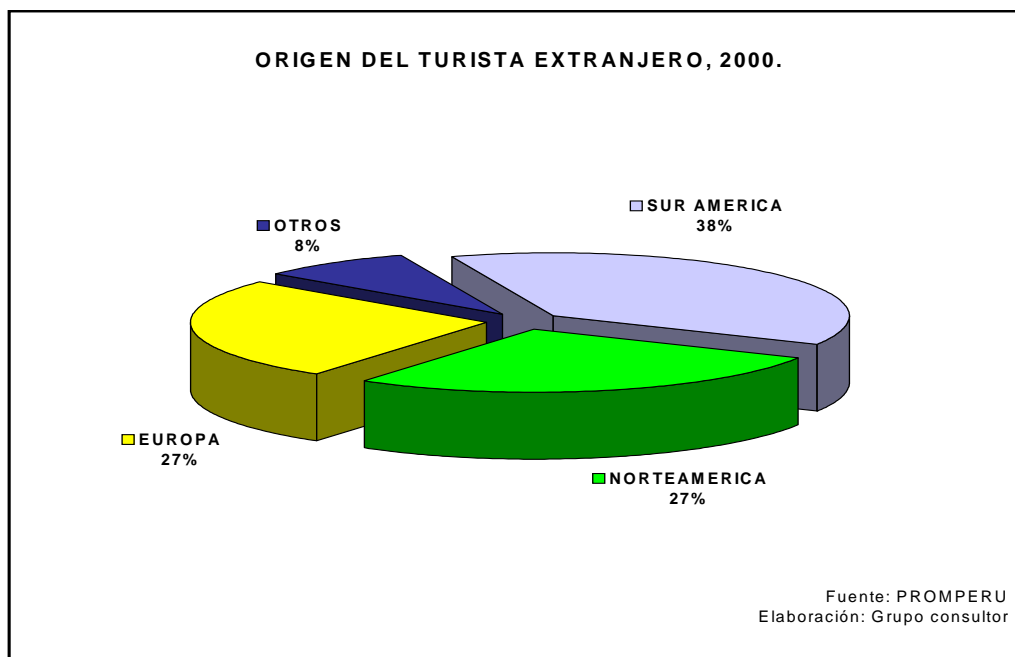
Es por esto que en este capítulo considera como punto de partida el cliente y las valoraciones que a este se le puedan asignar, como son su caracterización demográfica y sociográfica, en torno a la caracterización tanto del sector salud como del sector turismo. Este último, además, se tendrá en cuenta la frecuencia y las temporadas de visita a este país, así como el tipo de acomodación y entretención que buscan según las condiciones de su visita.

#### **Análisis de la demanda del sector turístico**

La demanda del sector turístico se puede caracterizar de dos formas, la primera, de acuerdo al segmento del mercado es decir el tipo de turismo que se realiza de aventura, histórico, natural; la segunda, de acuerdo a la categoría del turista, es decir, la procedencia del mismo; ya sea nacional, la cual incluye aquellos residentes nacionales que visitan otras regiones distintas a las propias, los cuales se movilizan por diferentes motivos (negocios, visita a familiares, turismo); o extranjero, que considera los extranjeros que visitan el Perú. Para efectos de caracterizar al consumidor de este sector, el turista se describirá de acuerdo a la segunda categoría, es decir, se clasificará como nacional o extranjero<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> LA INVERSIÓN EN PERU 2002 – 2003, Turismo.

*Turistas extranjeros***Gráfica 20: Origen del turista extranjero, 2000 .**

El turismo de extranjeros en Perú está marcado por dos temporadas; la comprendida entre los meses de julio y agosto, como consecuencia del periodo de vacaciones y verano en el hemisferio norte y por tanto en Estados Unidos y Europa; y la comprendida entre diciembre y enero, por ser periodo de vacaciones de países vecinos como Chile, Argentina y Ecuador.

En promedio, el gasto per cápita de los turistas se distribuye de la siguiente forma:

**Tabla 10: Distribución del gasto per capita**

DISTRIBUCION DEL GASTO PERCAPITA	
RUBRO	%
Alojamiento	20
Comida	14
Compra de Artesanías	8
Transporte aéreo interno	8
Bebidas fuera de comidas	8
Visitas Turísticas	7
Transporte dentro de la ciudad	6
Entretenimiento y recreación	6
Transporte Terrestre	6
Otras Compras	5
Otros	12

Fuente : Promperú

Elaboración : Grupo Consultor

Dentro de los motivos del viaje, se ha identificado que el 75% del turismo realizado hacia el Perú es por vacaciones, el 10% por visita a familiares y un 8% por viaje de negocios.

Siendo el turismo vacacional el principal motivo para visitar el Perú, los turistas se caracterizan por ser jóvenes entre los 25 y 34 años, alcanzando el 56% del total de visitantes; y en su mayoría son hombres, participando con el 61%. Es importante destacar que tan sólo el 22% de los visitantes hicieron uso de una agencia de viajes, y los que lo hicieron fueron de origen asiático. Las actividades realizadas en el viaje fueron, en orden de participación las relacionadas con el arte, la cultura, y las compras.

El servicio de hospedaje que utiliza este tipo de turista es preferencialmente de tipo económico, albergues, hoteles y hostales, existiendo una relación directa entre los turistas que utilizan agencia de viajes y sus preferencias por el tipo de acomodación requerida.

Los turistas de negocios, se caracterizan por viajar de forma independiente, sin requerir los servicios de una agencia de viajes, tan solo por el 21% de los viajeros hizo uso de este servicio. Por otro lado, el 94% llegó a Lima, por concentrarse en esta ciudad la mayor actividad comercial y de negocios del país. Este tipo de turista busca establecimientos lujosos, estando dispuestos a pagar altos precios por una buena ubicación, además de instalaciones modernas y seguras.

Para este tipo de clientes<sup>23</sup> los hoteles de cuatro y cinco estrellas han establecido una infraestructura adecuada.

En cuanto a las preferencias en el tipo de restaurante, como se mencionó anteriormente en la tabla de Distribución del gasto per capita, tanto el turista vacacionista, como el turista de negocios destina un 14% de su presupuesto en promedio, a comida. Buscando generalmente comida tradicional peruana.

#### *Turistas nacionales*

La segunda categoría de turistas son los clasificados como nacionales, aquellos residentes que se desplazan a una región diferente a la de origen. Proviene principalmente de la ciudad de Lima y Callao (68%<sup>24</sup>), en donde se encuentra la mayor concentración de la población con alto nivel de ingreso y de gasto, el restante 32% se distribuye por todo el territorio peruano. Este tipo de turistas muestra periodos de viaje relacionados con las vacaciones escolares, entre septiembre y noviembre, Fiestas Patrias en julio, Semana Santa y Navidad.

La distribución del turismo realizado de acuerdo al nivel de ingreso familiar, se presenta, en un alto porcentaje en los segmentos altos de la población, en donde los excedentes del ingreso son mayores, y tienen los medios para destinar dinero al turismo. De esta forma, se muestra la siguiente composición:

**Tabla 11 : Distribución del Turismo interno por nivel de ingreso, 2000.**

DISTRIBUCION DEL TURISMO POR NIVEL DE INGRESO, 2000	
Menos de US\$ 150	13%
Entre US\$ 150 y US\$ 299	54%
Entre US\$ 350 y US\$ 800	40%
Mas de US\$ 800	29%

Fuente : Promperu

Elaboración : Grupo Consultor

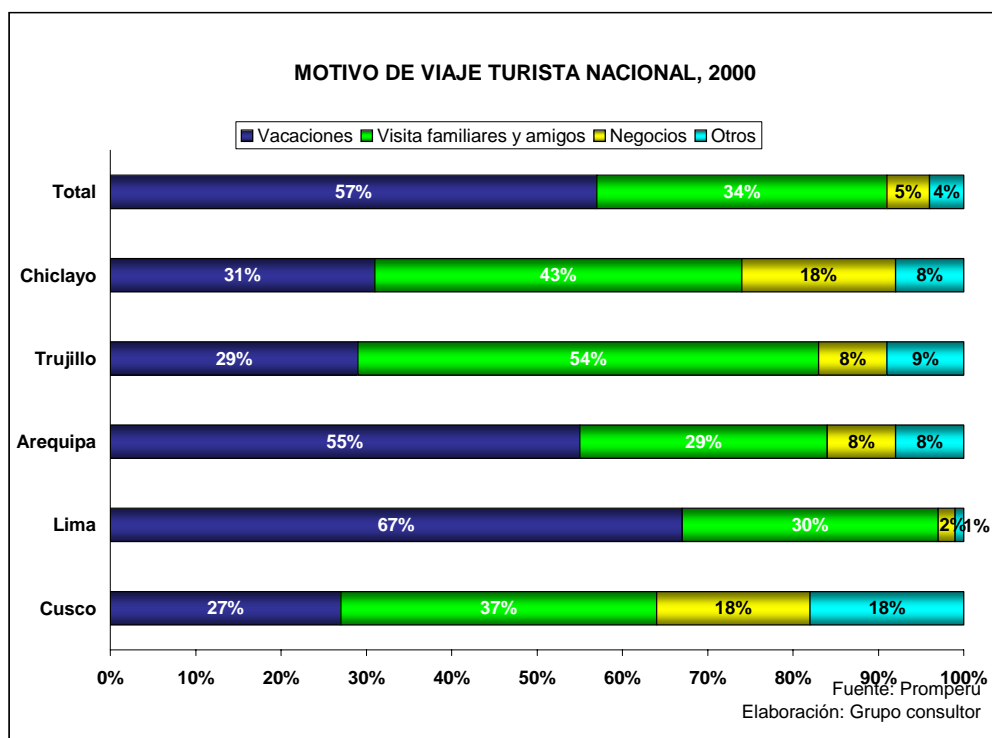
El motivo principal para el turismo son vacaciones, en un 57%. Visita a familiares y amigos un 34%. A continuación se muestra la composición del motivo del viaje dependiendo la región de origen del turista, compuesto principalmente por adultos jóvenes entre los 25 y 44 años,

<sup>23</sup> BANCO WIESE SUDAMERIS, Reporte Sectorial, Sector Turismo, agosto 2002.

<sup>24</sup> PROMPERU, Perfil del Turista Nacional 2000.

quienes representan un 41%, mientras el 31% lo compone el segmento de jóvenes entre 15 y 24 años, el restante 28% lo compone los demás.

**Gráfica 21 : Motivo de viaje Turista Nacional, 2000.**



En general este turista se hospeda en casa de familiares y amigos, 64%, mientras el 13% lo hace en hoteles y hostales y el restante 11% lo hace en hostales. No busca los servicios de una agencia de viajes ya que lo considera costoso. El 64% se hospeda en casas de familiares o amigos, mientras que el 13% lo hace en hoteles y el 11% en hostales.

Por otro lado, se detectó que la población de Lima asiste en un 38.9% a restaurantes en la zona de residencia, mientras el 24.3% prefiere asistir a Norky 's, un restaurante de pollo asado a la brasa, cuyo segmento objetivo son los estratos C, D y E, correspondiente a estratos 2, 3 y 4 como posteriormente se explicará. En tercer lugar se encuentran los chifa, estos son restaurantes de comida china con ingredientes peruanos y acondicionados a las preferencias peruana.

En lo referente a comida fast food, el sitio de preferencia es Kentucky Fried Chicken con el 28.5% de preferencia, seguido por Bombos, con el

23.9%, siendo el restaurante de hamburguesas nacional. Entre otros se encuentran Mc. Donalds, Pizza Hut y Burguer King.

#### **Análisis de la demanda del sector Salud**

Igualmente, para determinar la oferta de productos a clínicas y hospitales, se considerará en primer lugar la estructura del sector salud, el cual está integrado por el sector público y el sector privado, el gasto que destinan las familias al rubro de salud de acuerdo a su nivel de ingreso y por último la composición sociográfica de la población.

Al respecto, es importante mencionar que el 44% del gasto público se destinó a la Seguridad Social (ESSALUD), contribuyendo de esta forma con el 59% del gasto sanitario en Perú, mientras el gasto privado, entre los que se encuentran los seguros médicos privados (EPS's y otros) contribuyeron con el 21,7%.

El gasto trimestral en salud por nivel de ingreso, refleja la importancia que tiene este rubro dentro de la estructura de gasto de cada una de las familias, siendo para los segmentos bajos un factor de alto valor, mientras para familias de estratos superiores representa una menor proporción. De esto se puede concluir que la demanda del sector salud está limitada por el ingreso de la población, la cual en su mayoría es de bajos recursos.

Siendo este rubro una de las principales necesidades a cubrir dentro de la estructura de gastos familiares, la población tiende a buscar soluciones económicas, acudiendo principalmente a los servicios públicos de salud, y centros privados de primer nivel, en los cuales reciben atención básica, y recurriendo a establecimientos públicos para atención de problemas de salud más complejos o que requieran algún tipo de especialidad.



**Tabla 12: Gasto trimestral en salud por niveles de ingreso, 1998.**

Nivel de ingreso trimestral por hogar	Gasto promedio trimestral US \$ (A)	Ingreso promedio trimestral US \$ (B)	Gasto / Ingreso (A / B)
Menos de US \$350	22,63	207,98	10,88%
De US\$350 a US\$700	38,22	512,83	7,45%
De US\$700 a US\$1.000	57,88	849,80	6,81%
De US\$1.000 a US\$1.400	75,40	1.183,78	6,37%
De US\$1.400 a US\$1.700	85,35	1.538,92	5,55%
De US\$1.700 a US\$2.000	97,04	1.867,61	5,20%
De US\$2.000 a US\$2.400	113,25	2.212,87	5,12%
De US\$2.400 a US\$2.800	133,05	2.561,07	5,20%
De US\$2.800 a US\$3.000	132,16	2.905,18	4,55%
Más de US\$3.000	175,42	6.005,20	2,92%

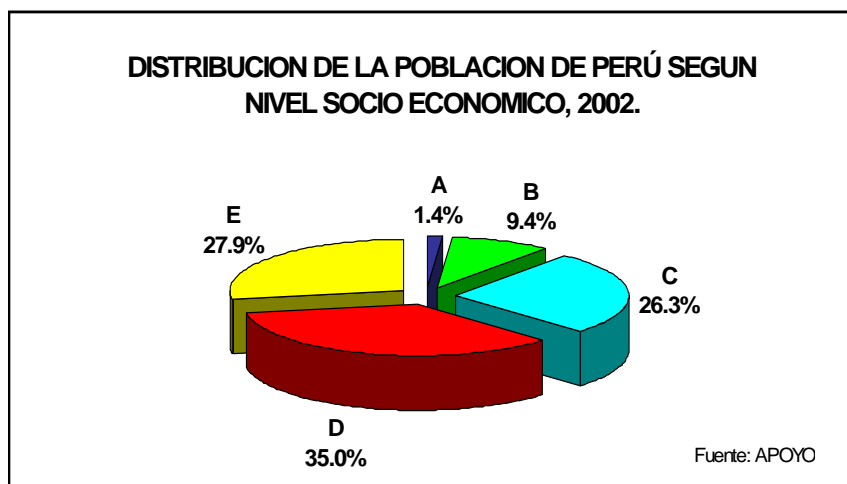
Fuente: INEI, ENAHO 98 II

Elaboración: La inversión en el Perú 2002-2003.

Por otro lado, la composición de la población peruana según las proyecciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadística INEI para el año 2002 indican que la población total del país asciende a 26,7 millones de habitantes, y alrededor de 5,4 millones de hogares<sup>25</sup>. De estos, el 1.4% de hogares pueden ser considerados de Nivel Socio Económico (NSE) A, el 9.3% de NSE B, el 26.2% de NSE C, el 34.8% de NSE D, y el 27% de NSE E.

<sup>25</sup> El número de hogares se calculó bajo el supuesto de un promedio de 4.9 personas por hogar, para el total de habitantes proyectado por el INEI.

**Gráfica 22: Distribución de la población de Perú, Según Nivel Socio Económico, 2002.**



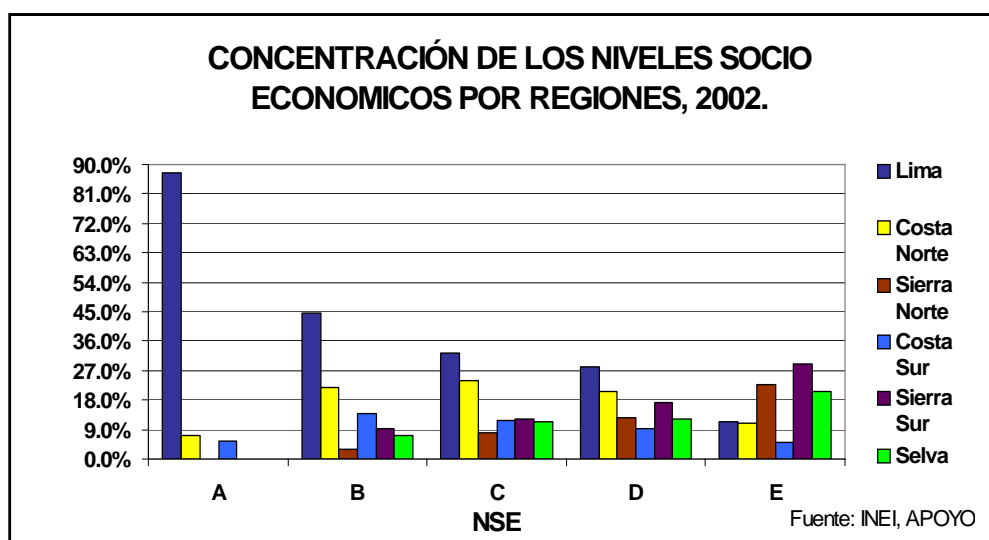
De acuerdo a la percepción que se tiene del mercado, el NSE A se asimilaría al estrato 6 colombiano, correspondiente a las personas con mejores condiciones de vida y mayor ingreso, es el grupo poblacional con viviendas lujosas, posesión de varios vehículos por familia, disponibilidad de viajes al extranjero y educación privada, entre otras características. Por otro lado, los estratos colombianos 1 y 2 se asemejan, respectivamente, a los NSE E y D por tener características habitacionales y de vida semejantes, tales como vivienda en condiciones precarias y en alquiler, actividad económica del jefe del hogar independiente y bajo acceso a servicios públicos. Por su parte, los estratos socioeconómicos colombianos 3, 4 y 5 estarían repartidos entre los NSE peruanos B y C, incluyendo el NSE B el estrato 5 y la parte alta del estrato 4, caracterizándose por condiciones altas de vida, vivienda con todos los servicios, vehículo familiar, acceso a servicios de salud, educación privada, y disponibilidad de gasto para vacaciones, aunque no necesariamente al extranjero. El NSE C por su parte es la típica familia de clase media colombiana, con vivienda propia o hipotecada, con acceso a servicios públicos pero educación pública en algunos casos.

Ahora, para establecer un parámetro real de la caracterización de los niveles socio económicos peruanos a continuación se relaciona el

ingreso familiar mensual promedio (USD): NSE A: US\$2.956, NSE B US\$680, NSE C: US\$280, NSE D: US\$199 y NSE E: \$126<sup>26</sup>.

Lima Metropolitana se caracteriza por tener la mayor concentración de NSE A y condiciones socioeconómicas mejores de manera general, seguido por las ciudades costeras. Los niveles B y C se encuentran distribuidos por toda la población urbana del país; y el nivel D, el más numeroso, se distribuye proporcionalmente en todo el territorio nacional. Finalmente, el nivel socioeconómico más bajo (E) se concentra principalmente en la sierra.

**Gráfica 23: Concentración de los Niveles Socio Económicos por Regiones, 2002.**



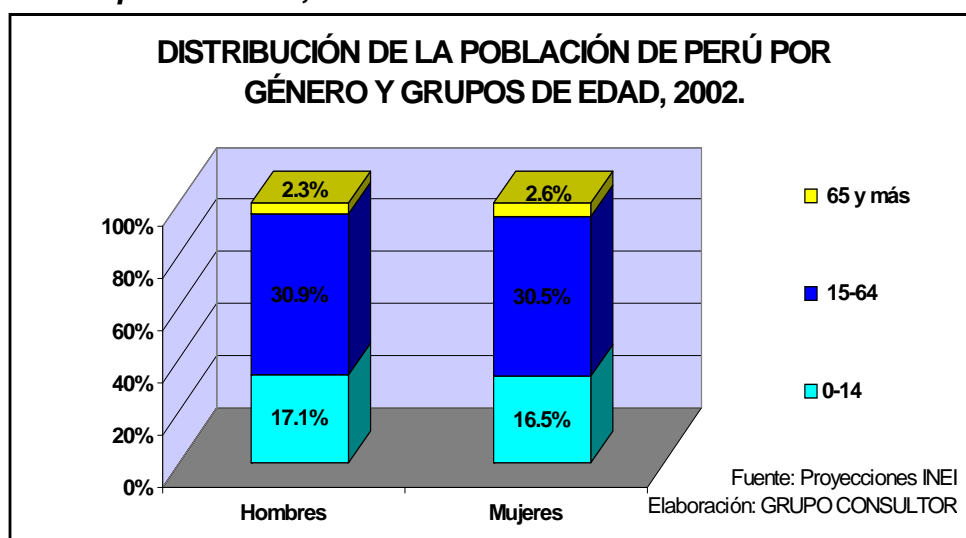
Esta distribución muestra que el poder adquisitivo de la población se concentra en Lima y en las regiones costeras. Según estimaciones de los gremios y las Cámaras de Comercio del país<sup>27</sup>, el 70% del mercado se concentra en Lima, no solo a causa de la concentración de riqueza, sino también por las características poblacionales de la zona; como se mencionó en el capítulo de Descripción del Mercado.

<sup>26</sup> APOYO, OPINIÓN Y MERCADO, "Niveles Socio Económicos en Perú", 2000.

<sup>27</sup> Resultados obtenidos a través de entrevistas con la Cámara de Comercio de Lima y Arequipa

Por otra parte, la distribución por género es muy equitativa en Perú. Según las proyecciones poblacionales del INEI para el 2002, el 50.3% de los peruanos son hombres y el 49.7% son mujeres. Del total de la población, el 33.7% corresponde a menores de 0 a 14 años, el 61.4% corresponde a población adulta entre 15 y 64 años y el 4.9% restante son personas mayores de 65 años. La composición de hombres y mujeres por grupos de edad guarda la misma relación que el total y se ilustra en el siguiente gráfico:

**Gráfica 24: Distribución de la Población de Perú, por Género y Grupos de Edad, 2002.**



### Descripción de los consumidores

Así como ha evolucionado la industria hotelera peruana, también se ha visto forzada a desarrollar estándares de calidad internacional y servicios que atraigan a sus clientes, con productos importados o del mercado local, lo que ejerce una influencia muy importante en los sistemas de producción, comercialización y precios.

Es por esto que los empresarios han identificado la necesidad de un continuo mejoramiento en la calidad de los productos y renovación de conocimiento de tecnología y marketing. Igualmente se consideran importantes otros factores que presionan el mejoramiento del sector

como son los cambios en las tendencias de consumo, y la competencia del sector impulsada por el crecimiento y la variedad de consumidores.

El objetivo principal de los establecimientos hoteleros, hospitalarios, restaurantes, bares y demás, como se mencionó anteriormente, es el servicio al cliente y la fidelidad de los mismos medida en el grado de satisfacción de sus necesidades mediante productos y servicios. Es por esto que estos establecimientos hacen sus compras de acuerdo al segmento objetivo al cual atienden.

En general, buscan identificar su establecimiento por medio de productos diferenciados con características muy similares en todos los segmentos, tales como son el bajo costo, fácil adquisición, continuidad en la proveeduría, innovación y buena calidad. En la actualidad, es muy importante que las empresas colombianas interesadas en el mercado peruano puedan ofrecer productos con especificaciones de calidad que acrediten su portafolio, lo cual es muy valorado por las empresas locales.

## ANALISIS DE LA COMPETENCIA

### Estructura de la oferta

La estructura de la oferta del sector de Dotación Institucional será analizada con base a las conclusiones a las cuales se llegaron en los diferentes sectores estudiados de la economía peruana. Esto como consecuencia del amplio campo de acción de este sector. Por esta misma razón la oferta se ha dividido en cuatro grandes rubros: Alimentos, Aseo, Muebles y Enseres y Servicios.

Cada uno de estos rubros están compuestos por diversos productos, en el caso de aseo, lo integran los productos de tocador (bucal, capilar, corporal), en presentaciones pequeñas y personales y productos de limpieza. Los muebles y enseres se componen de muebles de madera, electrodomésticos y artículos de cocina . Y los servicios de software y Consultoría. Para los alimentos se consideran productos lácteos (sachets), cárnicos en el caso de los restaurantes, abarrotes y golosinas.

Además, por tratarse de diferentes sectores económicos, se dificulta la identificación de las empresas participantes en cada uno de los rubros, es por esto que se tomarán en consideración las principales empresas de cada uno de estos, para llegar a una aproximación de la oferta de productos.

Es importante resaltar que en este sector la gran mayoría de empresas no solo tienen como actividad principal el sector institucional, sino por el contrario, esta actividad constituye un área dentro de su estructura de ventas y comercialización, así lo expresaron las empresas que fueron entrevistadas en cada uno de los sectores analizados.

### Estructura de la Oferta de Alimentos

El comportamiento de la oferta de productos alimenticios depende en gran medida de los indicadores más importantes de cada sector, además de las empresas que lo integran. En el año 2002, aunque no se

tienen cifras oficiales del Ministerio de la Producción, se presentó un comportamiento favorable, principalmente por el desempeño de las empresas mas grandes del sector, como Alicorp SA, Gloria, Kraft Foods Perú y Molitalia, las cuales incrementaron sus niveles de ventas<sup>28</sup> con respecto al año anterior.

Los segmentos que mejor comportamiento presentaron durante el 2001 y 2002 fueron el de productos lácteos, aceites, productos de confitería y producción de azúcar. En cuanto al sector lácteo, las empresas más importantes son Gloria y Nestle, lideres en el mercado, aunque se debe observar que existen mas 200 empresas fabricantes de productos lácteos. Las cuales no solo se dedican a este segmento, sino que incluyen dentro de su portafolio de productos incluyen líneas de alimentación en jugos y embutidos, como es el caso Laive.

Dentro del segmento de confitería, el cual comprende los productos de chocolatería, galletería, caramelos y snack, la producción peruana total entre 1998 y 2002 registro un crecimiento del 15%, impulsado principalmente por la categoría de galletas, la cual aumento su producción para dicho periodo en 8.303 toneladas, es decir un incremento en términos relativos del 14.5%, participando con el 73% de la producción total de confitería en el 2002.

La industria galletera en Perú, presionada por la competencia internacional de los últimos años, ha reaccionado positivamente con estrategias publicitarias, para promover el consumo, innovación tecnológica y el desarrollo de nuevos productos<sup>29</sup>, además de la reducción de costos de fabricación y adaptación a las necesidades específicas del consumidor<sup>30</sup>.

En la industria de alimentos el mercado institucional es abastecido por las grandes empresas, estas llegan a estos establecimientos por medio de sus distribuidores o directamente, los cuales se especializan en llegar a satisfacer la demanda de hoteles, y restaurantes. Un ejemplo de este caso es Nestle del Perú.

---

<sup>28</sup> DIARIO GESTION, Negocios, Empresas de Alimentos Peruanas muestran mejores resultados que sus similares de la región, noviembre 2002

<sup>29</sup> Alimentos, Marzo 2003

<sup>30</sup> Gestión Mayo 2003

En este sector también se encuentran empresas que compran productos del exterior para abastecer su cadena de establecimientos, las cuales se caracterizan por representar productos de marcas extranjeras locales, como Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut. Un caso específico es el de Keystone Distribution, la cual efectúa las importaciones de requerimientos para todos los restaurantes Mc. Donalds.

Para caracterizar este segmento tomaremos el comportamiento y reseña de las empresas más importantes las cuales en el transcurso de la investigación se detectó su participación en el mercado Institucional. Una de ellas es Gloria, la cual durante el año 2002, concentró el 76% de la producción de leche evaporada. Así, como en lo que respecta a las ventas de leche fresca y yogurt tuvo una participación de 68% y 42%, respectivamente. Esta empresa está respaldada por El Grupo Gloria: Conglomerado industrial peruano conformado por empresas con presencia en Perú Puerto Rico y Bolivia. Las actividades donde se desempeñan las empresas que conforman el Grupo Gloria, están centradas en el sector lácteo, cemento, farmacéutico, envases de cartón y transporte. Las empresas que lo conforman son: Gloria S.A., Pil Andina S.A., Ipil cruz S.A., Farmacéutica del Pacífico S.A.C., Centro Papelero S.A.C., Yura S.A., Cemento Sur S.A., Racionalización Empresarial S.A.

La estrategia empresarial del Grupo, se basa en el liderazgo de sus marcas en el mercado, su presencia en el Perú. Su red de distribución nacional, la cual llega a más de 50,000 puntos de ventas. Cuenta con más de 2,800 trabajadores, y con más de 15,000 proveedores.

Dentro del mercado institucional, se encuentra relacionada con las licitaciones y adquisiciones que realiza el gobierno central, destinado a los programas de ayuda y financiamiento alimentario de la población, un ejemplo de esto es El Programa Vaso de Leche, el cual es financiado a través de transferencias de recursos del Ministerio de Economía y Finanzas a los Gobiernos Locales. Así mismo cuenta con un departamento especializado de ventas institucionales, el cual promueve programas de ayuda y venta de sus productos en el mercado diferente al de consumo masivo.

Según resultados de la investigación del sector lácteo y las entrevistas realizadas en hoteles y restaurantes, se estableció que los productos ofrecidos por esta empresa a los hoteles y restaurantes son importados, generalmente desde Chile o Estados Unidos con marca Gloria. Así mismo la empresa Laive, proveedora de productos alimenticios en sachets y presentaciones pequeñas, los importa para suplir su demanda



institucional de hoteles. Esta empresa, es la tercera empresa más importante en el sector lácteo, su principal actividad comprende la fabricación de una amplia variedad de productos lácteos, cárnicos y otras líneas alimenticias de las marcas "Laive" y "La Preferida". Detenta una participación de 15% en embutidos.

Otra empresa que se encuentra en el mercado de alimentos y la cual ha establecido un canal de abastecimiento dedicado a proveer mercado institucional es Nestle. La estrategia de esta empresa consiste en proveer de producto a distribuidores exclusivos para establecimientos que son considerados como canales alternativos. Llegan a estaciones de gasolina, cabinas de Internet, hoteles, restaurantes, entre otros.

Además, entre las empresas que se identificaron como proveedoras de productos para el sector son Avinka, Questo Perú, Santa Carolina, entre otras, participantes en la anterior feria de Dotación Hotelera y de restaurantes y afines.

#### Estructura de la oferta de Aseo

El mercado de Productos de aseo en general tiene un componente importado muy importante, principalmente porque las preferencias de la demanda se inclinan hacia los precios más bajos, mayor variedad y calidad de los productos. Al 2002, el 75% de los artículos presentes en el mercado eran importados.

El mercado de productos de aseo tanto para dotación institucional como para el mercado en general es dinámico en la medida que las empresas ofrezcan soluciones innovadoras y hagan sus productos casi personalizados, adecuados a los requerimientos de cada una de las instituciones, dependiendo de la categoría a la cual pertenezcan; así mismo, dependen de la situación económica de los consumidores y la cantidad que están dispuestos a pagar por productos que les ofrezcan mayor valor agregado, que comienzan a considerarse como suntuarios.

Durante los últimos cinco años *Procter & Gamble*, *Industrias Pacocha* y *Colgate-Palmolive* se han mantenido como las tres más grandes importadoras, así como las tres grandes empresas del mercado. Entre las tres concentran más del 60% del valor de las importaciones en promedio para cada uno de los años de estudio. Cada una ha desarrollado categorías fuertes y ha logrado ganar posicionamiento en el mercado.

En el sector de productos de aseo es muy importante el canal de dotación institucional. Las cadenas hoteleras demandan principalmente jabón de tocador y champú, y en la medida que el hotel es de mayor categoría, estos se preocupan por ofrecer al huésped una mayor variedad de productos cosméticos y de tocador, como pueden ser preparaciones para la higiene bucal y otros productos de tipo cosmético, como cremas y acondicionadores.

Este tipo de productos surgieron con el desarrollo de la industria hotelera y turística en la década de los noventa, cuando las medidas del gobierno fomentaron el crecimiento y evolución del sector. Como se mencionó anteriormente en esta época se comenzaron a incrementar el número de hoteles en el territorio nacional.

En la actualidad existen dos grandes proveedores institucionales, Productos Favel, productora peruana de productos de aseo y cosméticos, la cual cuenta con cerca del 70% del mercado de hoteles y restaurantes. Dispone de varias líneas de producto económico o personalizado, que le permiten ofrecer un amplio portafolio que no solamente se limita a productos de aseo personal o tocador, sino cosméticos como cremas, acondicionadores. Y Rivelsa, empresa dedicada principalmente al sector de la construcción pero se encuentra abasteciendo el mercado institucional debido a la franquicia de la empresa americana Marietta Corp., siendo esta proveedora exclusiva de la cadena Marriot y hoteles cinco y cuatro estrellas.

#### Estructura de la oferta Muebles y enseres

El sector de muebles en Perú muestra altos índices de informalidad y una gran oferta de las empresas que se encuentran en el mercado, existen proveedoras en todos los segmentos sociales. El comportamiento de esta industria en el periodo 1998 -2002 ha presentado un comportamiento inestable, debido principalmente a la alta vulnerabilidad del sector a los cambios de la economía, la cual ha presentado índices de decrecimiento y estancamiento durante los últimos años de la década de los noventa.

El mercado formal de muebles esta integrado por diferentes tipos de compañías, una son las empresas extranjeras que establecen subsidiarias para entrar en el mercado y que importan los productos desde su casa matriz, otras son las empresas de importadores locales que representan marcas de reconocido nombre internacional, y una tercera clase que son las empresas que son peruanas y sus productos son nacionales.

El mercado objetivo de estas empresas se encuentra los establecimientos posicionados en los segmentos A y B (segmentos altos de la población), las cuales buscan en la adquisición de muebles una inversión a largo plazo, tienen un marcado interés en la proyección de una buena imagen. Su portafolio de productos están ligados al concepto de elegancia y modernidad. De igual forma estas empresas tienden a ofrecer soluciones integrales para la adecuación de las áreas y espacios, con servicios adicionales como son las asesorías arquitectónicas para la optimización del espacio y el concepto.

En el mercado se encuentran empresas como Fursys y Carvajal SA, la cual pertenece al primer grupo de empresas descrito anteriormente. Ventanas Listas Y Decorlux, pertenecientes al segundo grupo y Canziani productor local de muebles. El punto en común de estas empresas, a pesar del origen de la manufactura de sus productos, se presenta en el destino de sus productos, el mercado institucional, ya sea de hoteles, hospitales, restaurantes, oficinas, teatros, y centros comerciales, entre otros.

Estas empresas tienen como objetivo principal abastecer el mercado de muebles de oficina, pero con la situación de la economía peruana con síntomas de recesión, la reducción de oficinas clase A y la incorporación de nuevas empresas en el sector, se vieron en la necesidad de abrir su oferta y ampliar el portafolio de productos.

En cuanto a la estructura del mercado de artefactos eléctricos de uso doméstico, los participantes más importantes son grandes multinacionales y representantes de marcas reconocidas a nivel internacional; este hecho marca la tendencia de consumo en el sector y justifica la mayor presencia de productos importados en el mercado. Algunas compañías como Bosch han establecido sus plantas productivas en este país y a pesar de esto siguen importando productos desde sus filiales en otros países.

Es importante destacar en este sector que la oferta local se limita a estufas y neveras, mientras los aparatos electrónicos, de audio y video son importados. Lo que indica que la competencia por el mercado institucional se encuentra en manos de las compañías distribuidoras de marcas internacionales y muy pocos productores locales. Es evidente que la alta concentración de los oferentes de este sector se ha incrementado, mostrando que las empresas tienen una tendencia al fortalecimiento y al posicionamiento de sus productos y una reducida participación de pequeños comerciantes y una casi nula diversificación de distribuidores.

En el mercado participan empresas locales que se dedican exclusivamente a proveer al estado<sup>31</sup>, es el caso de Electrodomésticos Ive, la cual produce estufas de kerosen y a gas. Participa en licitaciones y convocatorias del estado. También se encuentran empresas como LG, la cual se encuentra implementando estrategias comerciales para incorporar las ventas institucionales a hoteles<sup>32</sup>.

En cuanto a las empresas proveedoras de artículos de cocina, las empresas colombianas se encontrarán con Ximexa Rey y Aluminios Record, las cuales son líderes en el mercado en cada uno de los segmentos plástico y metal respectivamente. Estas dos empresas dentro de su estructura comercial cuenta con un departamento de ventas especializadas, el que cubre el mercado institucional. En este tipo de productos, al igual que en electrodomésticos se encuentran empresas que se dedican única y exclusivamente a proveer al estado, como es el caso de Aluminios Rey<sup>33</sup>, pero como consecuencia de la disminución del presupuesto del estado han tenido que incorporarse al mercado final.

#### Estructura de la oferta de servicios

En cuanto a los requerimientos de software, el Perú cuenta con diferentes tipos de empresas, las cuales están dirigidas a cubrir la demanda de todo tipo de establecimientos comerciales, lo cual podría considerarse como mercado institucional.

Dentro del conjunto de empresas del sector peruano de software y servicios de TI se pueden identificar los siguientes segmentos:

- Empresas productoras de software, que se dedican al desarrollo de aplicaciones para cubrir necesidades específicas de un sector o de un área de negocio, aunque no van dirigidas a un cliente particular.
- Empresas de servicios de TI, dentro de las cuales a su vez se pueden distinguir varias categorías, como son: Empresas desarrolladoras de software a la medida, servicios de Internet, consultoras en tecnología y procesos de negocios, integradoras de sistemas, outsourcing informático, educación y capacitación, procesamiento y entrada de datos, principalmente.

En este segmento se encuentran las empresas más grandes del sector, que usualmente ofrecen un portafolio que incluye la mayoría o

---

<sup>31</sup> ELECTRODOMESTICOS IVE, Entrevista realizada por el grupo consultor. julio 2003.

<sup>32</sup> AHORA, Entrevista realizada por el grupo consultor, junio 2003.

<sup>33</sup> ALUMINIOS REY, Entrevista realizada por el grupo consultor, Abril 2003.

todos los servicios mencionados. En contraste, las empresas de menor tamaño ofrecen mayor especialización.

Las empresas de este segmento usualmente actúan a la vez como distribuidores de las soluciones que implantan.

- Empresas importadoras de software, que en su mayoría corresponden a transnacionales del sector o a empresas distribuidoras.

Si se considera el nivel de facturación, las empresas que conforman el sector peruano de software y servicios, incluyendo las extranjeras, son casi en su totalidad medianas y pequeñas. Las únicas empresas clasificadas como grandes, según el ranking de las 10.000 principales empresas del Perú<sup>34</sup>, son IBM del Perú y GMD, ésta última perteneciente a uno de los más grandes grupos empresariales del sector de ingeniería en Perú.

Entre las principales empresas clasificadas como medianas según el ranking, se encuentran las multinacionales (Microsoft, Oracle y SAP), además de importantes empresas peruanas pertenecientes a los principales grupos empresariales del país y compañías de origen extranjero, principalmente.

En cuanto al número de empresas que componen el mercado peruano de software y servicios, sólo se conoce un estimativo de las empresas desarrolladoras de software, según el cual existen aproximadamente 150 entre pequeñas y medianas, que emplean aproximadamente 200 personas.

#### Ubicación regional de las empresas

Las empresas presentes en el mercado peruano tienen sus oficinas principales en la ciudad de Lima, desde ahí operan y dirigen todas las actividades referentes al mercado de los productos. Su operación incluye las actividades administrativas y productivas, así como logísticas. La razón de su ubicación, es la concentración de demanda y de la industria en la capital del país, así como la concentración de los canales distribuidores a los cuales pueden acceder. Además, que la tendencia importadora de los diferentes segmentos, hace que esta ciudad se convierta en el centro de distribución y comercialización.

---

<sup>34</sup> Perú: The Top 10.000 Companies. Publicado por Perú: Top Publications S.A.C.

### Mezcla de Mercadeo

#### Estrategias de mercadeo y publicidad utilizadas

Las empresas presentes en el mercado, ya sean locales o extranjeras, han tenido que recurrir a estrategias de mercadeo que ofrezcan productos innovadores y económicos, debido a la situación económica por la que atraviesa el país, y que apenas está mostrando índices de reactivación. Igualmente, a estrategias de diversificación de producto que ofrezcan un valor agregado y que realmente sea valorado por el consumidor final y genere un sentimiento de calidad y buen servicio.

En este sentido, se puede apreciar que gran un número de empresas productoras y comercializadoras están atendiendo al mercado institucional de forma preferencial, elaborando productos adecuados a sus necesidades y en presentaciones individuales para atender la demanda de los hoteles.

Es importante destacar que las estrategias de comercialización se desarrollan de acuerdo al segmento o actividad al cual pertenezcan los productos, ya sea alimentos, muebles y enseres, aseo o servicios, pues los consumidores tienen especificaciones y exigencias de acuerdo a sus requerimientos. De acuerdo a esto, las compañías colombianas deben centrar sus esfuerzos en ofrecer un óptimo servicio de asesoría y desarrollo de producto para captar el gusto del empresario peruano.

La divulgación de estos productos no se da por medios masivos de comunicación o mediante campañas publicitarias, se hace por medio de presentaciones en eventos del sector, cuando se trata de lanzamiento o introducción de productos nuevos, y donde la audiencia es clasificada y conocedora del tema, o publicitando en revistas y magazines especializados de la industria.

Uno de los eventos más importantes identificados para el sector es la 2da. Edición de la feria Hoteles & Cubiertos. Organizada por la empresa Peruferias. Esta feria se realizó entre el 16 y 20 de septiembre y la cual tuvo la asistencia de los principales oferentes de productos para el mercado institucional y los propietarios, ejecutivos y gerentes de compras de los principales establecimientos del país.

En este sector es importante también es importante otros medios de promoción como son las publicaciones de las agremiaciones especializadas, como la revista Ahora, la cual hace parte de la agremiación de hoteles, restaurantes y actividades afines.

Registro Fotográfico

**Gráfica 25: Stand Arcoroc, 2003.**



Fuente: Catálogo Hoteles y cubiertos

**Gráfica 26: Alcoba de Hotel, 2003.**



Fuente: Catalogo Hoteles y cubiertos

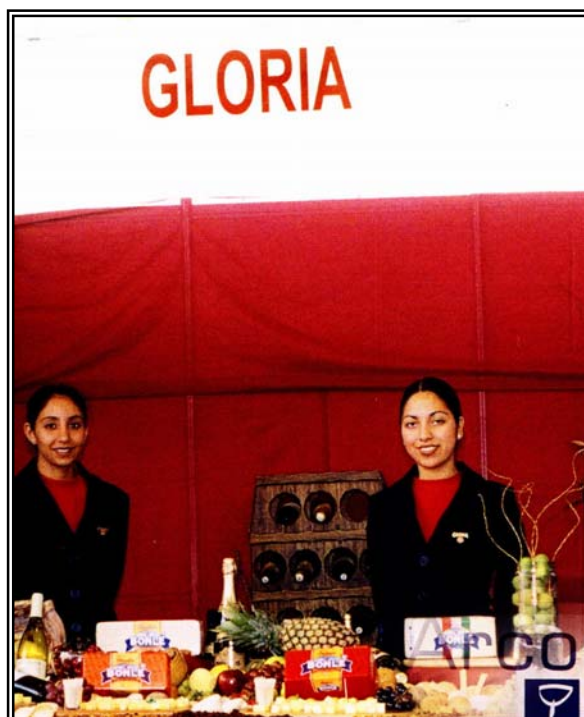
**Gráfica 27: Comedor, 2003.**



Fuente: Catalogo Hoteles y cubiertos



**Gráfica 28: Stand Gloria, 2003.**



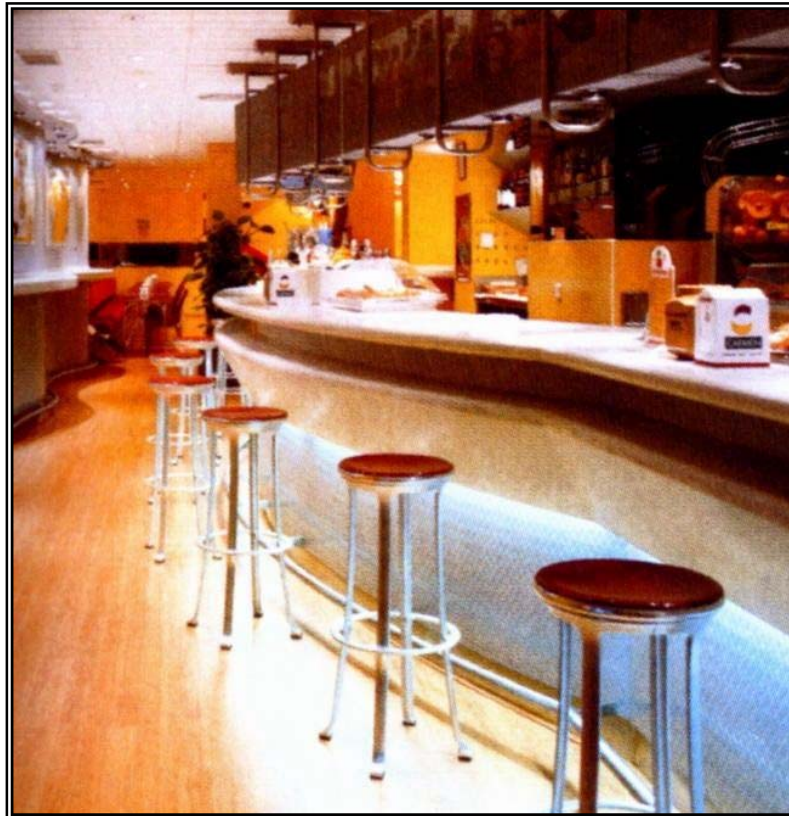
Fuente: Catálogo Hoteles y cubiertos

**Gráfica 29: Cocina, 2003**



Fuente: Catálogo Hoteles y cubiertos

**Gráfica 30: Barra, 2003.**



Fuente: Catalogo Hoteles y cubiertos

**Gráfica 31: Stand Laive, 2003.**



## CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION

### Sistemas de Comercialización

Como se observo en la descripción de la demanda, es importante para realizar una estrategia de comercialización a nivel nacional tener en cuenta la desigualdad en el desarrollo del país. La zona más desarrollada y que atrae las diferentes actividades, comprende el centro-periferia (Lima y Callao); existe un grupo de ciudades de menor desarrollo pero que destacan como polos de desarrollo regional, como son: Trujillo, Iquitos, Huancayo, Tacna y Arequipa; y por último, el resto del país que gira en torno a las dos anteriores.

Como resultado de este desarrollo se han generado los siguientes sistemas de comercialización: la región Centro-periferia, la macro región norte, macro región oriente, macro región centro y la macro región sur.

### Macro región Centro Periferia

La macro región centro periferia esta conformada por Lima y Callao, es el principal polo de desarrollo, siendo el foco político y financiero de este país.

El comportamiento comercial de Lima es el de una ciudad importadora por la cual ingresan la mayor parte de las mercancías provenientes del extranjero a Perú, la producción realizada en este territorio se destina a cubrir el mercado nacional proveyendo a las provincias de artículos de mayor valor agregado. Por otro lado, es abastecida de productos agrarios y alimentos desde el interior.

La centralización económica, política y financiera se ubica en los distritos de Callao, Lima, San Isidro y Miraflores, generando al mismo tiempo una concentración de la población, de productos y de servicios comercializados en Perú, ofreciendo gran diversidad y variedad en los mismos. Las decisiones que se toman en Lima afectan directamente a las provincias y departamentos que la rodean es el caso de Pasco, Junín, Huancavelica, Ica, Huáncayo y Ancash.

La integración territorial de Lima con las demás regiones del país se efectúa por medio de tres ejes: la Carretera Panamericana, la cual une

al norte con el sur del país conectando en sus respectivas fronteras con Ecuador, Chile y Bolivia; la Carretera Central, que une el este con el oeste y permite la conexión de la sierra con la selva; y el tercero es el Puerto del Callao y el Aeropuerto Jorge Chávez, los cuales son las conexiones internacionales, resaltando que la comunicación por cada una de las vías se realiza a través de esta ciudad.

Los principales centros productivos de la ciudad se encuentran ubicados a lo largo de la línea del ferrocarril del centro que se inicia en el Callao, en las avenidas Panamericana Norte y Sur, y la avenida Tupac Amaru, donde adicionalmente a su alrededor hay concentración de viviendas y comercio.

La estructura urbana y comercial que se ha desarrollado en Lima se divide en siete zonas. Comercialmente, las zonas de centro, sur oeste y sur este son considerados como el “market” lo cual influye considerablemente en la distribución y comercialización de productos de consumo masivo como son alimentos y productos de limpieza, aseo y uso personal, mientras los conos representan una forma especial de realizar esta labor mediante el uso de distribuidores. Cabe destacar que esta segmentación esta siendo eliminada debido a la presencia de los supermercados y los nuevos conceptos de comercialización que anteriormente eran practicados solo en lima tradicional y que ahora se extienden a estas zonas.

**Tabla 13: Distribución geográfica de la actividad comercial, 2002.**

DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL			
DENOMINACION COMERCIAL	ZONA	DITRITO	PARTICIPACION <sup>35</sup> COMERCIAL (%)
MERCADO DE CONOS	Cono Norte	Carabayllo, Comas, Independencia, los Olivos y San Martín de Porres	20.1
	Cono Este	Ate, El Agustino, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	16.9
	Cono Sur	San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo	12.6
MARKET	Centro	Breña, Cercado, La Victoria, Rimac, San Luis	24.4
	Sur Oeste	Barranco, Jesus Maria, Lince, Magdalena, Miraflores, Pueblo Libre, San Isidro, San Miguel, Surquillo	13.2
	Suer Este	La Molina, San Borja, Santiago de Surco, Chorrillos	5.1
CALLAO	Callao	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua, La Perla, La Punta, Ventanilla	7.6

Fuente: APOYO, OPINIÓN Y MERCADO, 2002

El consumo de las zonas está directamente ligado con los niveles de ingreso que perciben sus habitantes, en el caso del mercado de los conos se estima que alcanza un nivel del 41% en términos de valor<sup>36</sup>. Actualmente, estas zonas se encuentran en un proceso de expansión y consolidación dentro del ambiente limeño, pues vienen de considerarse como asentamientos humanos ilegales de emigrantes de las provincias del interior del país a ser centros potenciales de consumo de bienes y servicios.

La antigua concepción del mercadeo peruano en solo atender los segmentos de más posibilidades ha llevado a que esta tendencia colapse y sature el consumidor de estos segmentos sociales, por lo cual las cadenas de supermercados y distribuidores han comenzado a realizar estrategias de comercialización que capturen a consumidores de segmentos más bajos y que de alguna manera se podría considerar que están sin atender.

La zonas comerciales más importantes en cada uno de los conos se hará haciendo referencia a las principales vías comerciales y la concentración del tipo de establecimientos en dichas zonas.

<sup>35</sup> INEI, Directorio de Negocios de Lima Metropolitana 2000, Número de establecimientos en Lima

<sup>36</sup> APOYO CONSULTORIA, Informe Especial El Mercado de los Conos de Lima Metropolitana, Noviembre 2002



**Tabla 14 : Ubicación geográfica de los principales puntos de comercio en el Cono Norte.**

<b>UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN EL CONO NORTE</b>		
<b>DISTRITO</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTOS</b>
Comas	Av. Belaúnde con Av. Tupac Amaru	Grandes mayoristas, farmacias, restaurantes, otros comercios y servicios. Es una zona con un alto índice de delincuencia
Comas	Boulevard Retablo	Centro de entretenimiento nocturno
Los Olivos e Independencia	Av. Izaguirre con Panamericana Norte Y Av. Las Palmeras	Centro de entretenimiento nocturno (Boulevard Los Olivos), hipercorreo Metro, Santa Isabel, Mc. Donalds, Centro Bancario, Mercado Coviata, Otros comercios y servicios
Independencia y San Martín de Porres	Av. Tomás Valle con Av. Tupac Amaru y Panamericana Norte	Terminal interprovincial Fiori, Hipermercado Metro, Mayoristas, galerías, Mercado Central de Independencia,
San Martín de Porres y Rimac	Av. Habich con Av. Mendiola y Av. Tupac Amarú	Centro de Salud y Clínica Cayetano Heredia, Centros de Entretenimiento (Casinos y discotecas)
San Martín de Porres y Rimac	Av. Caqueta	Mercado de Caquetá, galerías, restaurantes y otros

Fuente: APOYO CONSULTORIA

Este cono se caracteriza por ser uno de los más avanzados en lo que se refiere a comercialización y desarrollo del consumo de sus habitantes, muestra de esto es que el centro comercial inaugurado en alguno de los conos fue el Megacentro del Cono Norte, ubicado en el Km. 15 de la Av. Panamericana Norte, en el distrito de Independencia, en el cual se pueden encontrar locales como Saga Falabella en formato de hipermercado, Ripley, Cinemark, establecimientos financieros, gimnasio y restaurantes como KFC, Mc. Donalds, Burger King, entre otros; además del Royal Plaza.

**Tabla 15 : Ubicación geográfica de los principales puntos de comercio en el Cono Este.**

UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN EL CONO ESTE		
DISTRITO	DIRECCION	TIPO DE ESTABLECIMIENTOS
San Juan de Lurigancho	Av. Los Proceres de la Independencia con av. Los Jardines	Hipermercado Metro, Mc. Donalds, Restaurantes, Farmacias, Comercio Ambulatorio, otros
San Juan de Lurigancho y el Agustino	Av. Mariátegui entre la Vía Evitamiento y Av. Gran Chimú	Tiendas de artefactos, restaurantes, centro bancario, almacenes, ferreterías, otros
Santa Anita y Ate	Av. Los Frutales y Carretera Central	Centro bancario
Ate	Carretera Central	Terminal interprovincial Fiori, Hipermercado Metro, Mayoristas, galerías, Mercado Central de Independencia,
Ate	Carretera Central	Centro de Salud y Clínica Cayetano Heredia, Centros de Entretenimiento (Casinos y discotecas)

Fuente: APOYO CONSULTORIA

Además de los puntos comerciales nombrados en la tabla anterior, es importante mencionar que en esta zona se encuentran grandes empresas como Gloria, Nestle, Teckno, Corporación Gráfica Navarrete, Infarmasa, entre otras. Por otro lado la actividad comercial de los supermercados en esta zona se inició en 1998 lo que representa que los canales tradicionales vienen siendo desplazados como consecuencia del manejo de economías a escala y sistemas logísticos más eficientes, lo cual se traduce en menores precios y mejores productos. Los establecimientos presentes en este sentido son Santa Isabel e Hipermercados Metro.

Por su parte, en el Cono Sur, una de las áreas más importantes es el distrito de Villa El Salvador, en el cual se concentran productores medianos y pequeños principalmente en los rubros de la carpintería, el cual participa con el 29.8%, metalmecánica, 29.5%, confecciones 12.4%, calzado 11.1%, también existen otras actividades con menor presencia como son la fundición, 4.1% y entre alimentos, molinería, plásticos, productos de papel, productos químicos participan con aproximadamente el 3.4%<sup>37</sup>.

<sup>37</sup> [www.pivesweb.com.pe](http://www.pivesweb.com.pe)



**Tabla 16 : Ubicación geográfica de los principales puntos de comercio en el Cono Sur.**

UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN EL CONO SUR		
DISTRITO	DIRECCIÓN	TIPO DE ESTABLECIMIENTOS
San Juan de Miraflores	Av. De los Héroes con av. San Juan	Gran Mercado Ciudad de Dios (venta de productos de consumo masivo, vestido, calzado), farmacias, restaurantes, pequeñas galerías, centro bancario, otros
Villa María Del Triunfo	Av. Mariátegui	Restaurantes, bodegas, farmacias, ferreterías, pequeños locales comerciales
Villa María del Triunfo	Av. Pierola con av. Villa María	Centro bancario, centro de entretenimiento nocturno (Boulevard Villa María)
Villa El Salvador	Entre la Av. Separadora Industrial y av. Pachacutec	Parque Industrial Villa El Salvador (venta de muebles, vestido, calzado, alimentos, etc.
Villa El Salvador	Av. Velasco con av. Micaela Bastidas	Venta de electrodomésticos, mercados, centro bancario, otros

Fuente: APOYO CONSULTORIA

En cuanto al denominado market o Lima tradicional se puede destacar que tiene la mayor influencia política, económica y financiera de esta zona, en la que se encuentran ubicados la mayor proporción de supermercados, hipermercados, comercio mayorista, mercado de abastecimiento, tiendas por departamento, especializadas, entre otras como restaurantes, centros comerciales y centros de entretenimiento.

Esta zona ha sido de mayor desarrollo en la ciudad pues concentra a la mayor parte de la población con ingresos altos y medios. Además de la ubicación preferida por las grandes empresas para establecer sus oficinas y show romos y centros de distribución y abastecimiento.

**Tabla 17 : Ubicación geográfica de los principales puntos de comercio en Lima Tradicional.**

UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN LIMA TRADICIONAL		
DISTRITO	DIRECCIÓN	TIPO DE ESTABLECIMIENTOS
<b>La Victoria</b>	Av. Parinacochas y av. San Pablo Av. Mexico av. 28 de Julio	Centro de Gamarra (producción, comercialización, distribución de confecciones), Mercado Mayorista, Mercado Minorista, Terminal Pesquero, Mercado 3 de Febrero, restaurantes, comercialización de autopartes, vidrio, madera, entre otros.
<b>Miraflores y San Isidro</b>	Av. Angamos av. Benavidez av. Javier Prado Paseo de la Republica av. Arequipa	Bancos, restaurantes, centros nocturnos, casinos, centros comerciales, cines, embajadas, consulados, entre otros.
<b>Santiago De Surco</b>	Av. Panamericana Sur, av. Santiago de Surco	Concentración de empresas, restaurantes, bodegas, entre otros
<b>Lima</b>	Av. Abancay, av. Andahuaiylas y av. Ayacucho	Centro histórico, político, Mercado Central, Biblioteca, comercio de artículos relacionados con informática, centros de capacitación, comercio mayorista de artículos para el hogar, entre otros.

Fuente : Grupo Consultor

### Macro región Norte

Siguiendo con el desarrollo de los canales de comercialización en el Perú, se hará referencia a la macro región Norte, la cual esta conformada por las regiones de Grau conformada por Tumbes y Piura; Nororiental del Marañón conformada por Lambayeque, Cajamarca y Amazonas; La Libertad y Chavín. En la extensión de su territorio abarca las tres regiones naturales que son costa, sierra y selva y representan el 15% del territorio total.

Esta región esta integrada por cinco ciudades: Trujillo como centro y eje económico, la cual muestra una actividad económica diversificada entre el comercio, manufactura y comercio, seguida por Chiclayo que suministra productos pesqueros, agrícolas y agroindustriales; Piura en la que su actividad se concentra en la agroindustria y el comercio; Cajamarca, proporcionando derivados lácteos y productos forestales entre los que se encuentran la madera rolliza y Chimbote, que se destaca por se un centro pesquero proveyendo de conservas, harina de

pescado y otros. Estas ciudades ejercen presión sobre otras poblaciones de menores magnitudes a su alrededor.

Las comunicaciones con el exterior están dadas básicamente por la carretera Panamericana que conecta con Ecuador y los puertos de Paita y Bayóvar en Piura que comercializa productos agroindustriales como frutas y hortalizas en conserva y derivados de pescado; además de Salaverry en La Libertad y Chimbote en Ancash.

Trujillo, como ciudad principal de esta macro región, se puede dividir en dos: el área llamada centro histórico, el cual se encuentra rodeado por la Avenida España, y el resto de la ciudad o área periférica. En el centro histórico se identificó el mercado de gamarra el cual concentra una parte del comercio que se podría denominar suntuario como son prendas de vestir, calzado, restaurantes, hoteles, ferreterías. En la parte periférica se identificó el mercado mayor, el cual presenta una concentración en la distribución de abarrotes y productos de primera necesidad como son alimentos, productos de aseo, artículos para el hogar, muebles y productos agrícolas.

La comercialización de productos en Trujillo se da principalmente por medio de los grandes distribuidores como Drokasa o con distribuidores exclusivos, dependiendo de la estrategia empleada por cada una de las empresas. Entre las empresas más representativas establecidas en esta ciudad se encuentran Sociedad Conservera del Norte, Lamper Trujillo, Alicorp, Trupal S.A. Curtiembre Chimú, Tableros Peruanos, Avícola del Norte, entre las más importantes.

**Tabla 18 : Ubicación geográfica de los principales puntos de comercio en Trujillo.**

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES PUNTOS DE COMERCIO EN TRUJILLO		
ZONA	DIRECCIÓN	TIPO DE ESTABLECIMIENTOS
<b>CENTRO</b>	Av. España, av. Francisco Pizarro, Gamarra	Zona Turística, política, comercial y bancaria, ferreterías, supermercados, Saga Flabella, mercado minorista de Gamarra, electrodomésticos muebles, ropa, calzado.
<b>PERIFERIA</b>	Av. Tupac Amarú, av. América Sur, av. De los Incas, av. Sinchi Roca	Comercialización de autopartes, ferreterías, bodegas, restaurantes, zona empresarial.

Fuente : Cámara de Comercio de Trujillo

#### Macro región sur

La macro región sur, por su parte, está compuesta por 4 regiones: Los Libertadores-Wari (Ica, Huancavelica y Ayacucho); Inca (Cusco, Apurímac y Madre de Dios), Arequipa y José Carlos Mariátegui (Moquegua, Tacna y Puno). Esta región produce el 20% del PBI nacional, comprende el 34% del territorio peruano y el 23% de la población del país.

Las regiones tienen escasa integración entre si. De Los Libertadores es de resaltar Ica por su gran actividad comercial a causa de su cercanía con Lima, lo que la convierte en el centro distribuidor de la región sobretodo teniendo en cuenta la situación de Huancavelica y Ayacucho, donde sobresale la agricultura de subsistencia. En Inca, Cusco es el espacio geográfico de mayor diversidad económica, concentra gran parte del turismo del país y por eso se convierte en un consumidor importante. De la región Mariátegui se debe resaltar el foco de comercio de productos importados y de contrabando en que se convierten las ciudades de Puno, Tacna y Juliaca al ser limítrofes con Chile y Bolivia. Finalmente Arequipa es la ciudad más importante de la macro región, donde se encuentra la mayor parte de la infraestructura social y productiva.

Así como Arequipa es el centro productivo más importante, se convierte en el centro de distribución de la región. La producción económica fluye inicialmente desde las zonas de influencia de las ciudades intermedias hacia ellas, y de estas ciudades intermedias hacia Arequipa. De Ica provienen principalmente productos frutícolas agropecuarios; agrícolas y pecuarios desde Cusco, y productos importados o de contrabando desde Tacna y Puno.

En Arequipa existen mercados mayoristas que funcionan los días lunes y martes a los cuales acuden pequeños comerciantes de toda la región para abastecerse; en estos lugares se encuentra todo tipo de productos de la región, así como productos de mayor valor agregado que llegan desde Lima. Así mismo, hay mercados constantes que son abiertamente conocidos como contrabando (caso del Mercado Avelino Cáceres) en los cuales se pueden encontrar los productos de aseo personal y del hogar, menaje de hogar, electrodomésticos y abarrotes, entre otros. Por otra parte, se puede identificar una zona en la cual se encuentran todos los repuestos para vehículos, un centro de concentración de los materiales de construcción, de muebles y finalmente un parque industrial con las empresas que han sobrevivido a la crisis y que hasta el momento no han trasladado sus oficinas a Lima.

La comercialización de productos en Arequipa también se da principalmente por medio de los grandes distribuidores como Drokasa o con distribuidores exclusivos, dependiendo de la estrategia empleada por cada una de las empresas. Entre las empresas más representativas establecidas en esta ciudad se encuentran Alicorp, Consorcio Industrial de Arequipa, Corporación de Aceros Arequipa, Cuzzi & Cia., La Ibérica, Franky & Ricky, Inca Tops, Laive, Praxair del Perú, Sacos del Sur, entre otros.

#### Macro región Centro

Para tener un cubrimiento total del mercado, otra zona es la macro región centro conformada por la región Andrés Bello (departamentos de Huanuco, Pasco y Junín). En la extensión de su territorio abarca 106.404 kilómetros cuadrados, representan el 8% del territorio total y produce el 9% del producto interno bruto.

La región está integrada por tres ciudades: Huancayo, Huanuco y Cerro Pasco. La ciudad más grande de la macro región es Huancayo, como centro y eje económico, la cual muestra una actividad económica diversificada entre el comercio, manufactura y comercio, seguida por

Huánuco que es centro comercial y de provisión de servicios públicos a nivel departamental; cerro Pasco en la que su actividad se concentra en la centro comercial, de servicios financieros y turísticos. Otras ciudades que ejercen cierta presencia son Tingo María, Tarma, Jauja y Satipo, ciudades comerciales y de servicios, La Merced, mayoritariamente comercial y, por último, La Oroya, ciudad de transformación industrial (minería).

Este corredor presenta una estructura muy diferente de la normal y clásica; Huancayo, se encuentra ubicado en el extremo sur, lo cual genera una gran dependencia directa de Lima y no de un polo central regional. En particular, se da la influencia de dos polos comerciales el conformado por Huancayo y las ciudades intermedias cercanas a ella; y por otro lado la red formada por Cerro de Pasco-Huánuco.

La región central se vincula con el resto del Perú a través de seis frentes, uno que es Lima de gran dinamismo, tres de mediano movimiento: Huancavelica-ayacucho, Tarapoto y Pucallpa, y dos escasamente usados de menor dinamismo dada las deficientes condiciones de comunicación: Huaraz y Oyón. En particular, a través de Oroya, llegan a la capital productos agrícolas y metales refinados,

concentrados mineros de Cerro de Pasco y derivados de la madera. A su vez desde la capital llegan combustibles, alimentos procesados, productos industriales y otros.

**Tabla 19 : Ubicación geográfica de los principales corredores económicos intraregionales de la macroregión centro, 2002.**

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES CORREDORES ECONÓMICOS INTRAREGIONALES DE LA MACROREGIÓN CENTRO, 2002.	
EJE	CORREDOR ECONOMICO
<b>Huanuco</b>	Tingo María-Huanuco Productos Agrícolas, café, cacao, frutas y vacunos Pachitea-Huánuco Caña de Azúcar, menestras, café y cacao, vacunos. Alto Marañon-Huánuco Productos Agrícolas, papa, hbas y otros.
<b>Pasco</b>	Pozuzo-Pasco Café, cacao, frutales, vacunos, maderas, caucho, resinas.

Fuente: MTCVC

### Macro región Oriente

La macro región oriente se compone de los departamentos de Loreto, Ucayali y San Martín. La extensión de su territorio abarca 522 mil kilómetros cuadrados, representan el 41% del territorio total y produce el 8% del producto interno bruto.

Esta región presenta una escasa integración económica con el resto del territorio peruano, debido a su difícil acceso por la falta de infraestructura y la difícil topografía. La forma de comunicación en la región es vía marítima por los principales ríos.

La ciudad más grande de la macro región es Iquitos con 399 mil habitantes, la cual se encuentra a las orillas del río Amazonas en la provincia del Maynas, departamento de Loreto. Es una ciudad principalmente turística y comercial, aunque la crianza de peces ornamentales es un rubro importante dentro de la región.

Otras ciudades importantes dentro de la región son Tarapoto y Pucallpa. La primera esta en San Martín y es un centro de distribución hacia Loreto, Moyobamba y las ciudades del sur. La segunda esta ubicada en Ucayali, su economía se soporta en la extracción de madera, donde se encuentran las principales empresas productoras de plywoo, parquet y contraenchapados de madera.

Esta región presenta tres ejes importantes para su comercialización: Iquitos como núcleo, y Pacallpa y Tarapoto como ejes secundarios sobre los cuales Iquitos ejerce una fuerte influencia. La mayor cantidad de productos transables en este escenario son los agrícolas, productos derivados de la madera y productos pesqueros y vacunos. Dado el boom turístico hacia Iquitos se ha generado una mayor demanda de productos de valor agregado dirigidos al turista.

La región oriente se relaciona con el resto del Perú a través de tres vinculaciones económicas: vía aérea Lima-Iquitos y vía terrestre a través de la carretera Marginal de la Selva, que otorga dos salidas, una por Chachapoyas y otra por Tingo. La tercera vía de comunicación es vía marítima por el Amazonas hacia Brasil, por donde se exportan productos de madera. En este caso hay distribuidores especializados en la región.

**Tabla 20 : Ubicación geográfica de los principales corredores económicos intraregionales de la macroregión oriente, 2002.**

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES CORREDORES ECONÓMICOS INTRAREGIONALES DE LA MACROREGIÓN ORIENTE, 2002.	
EJE	CORREDOR ECONOMICO
<b>Iquitos</b>	Caballococha-Pebas-Iquitos Pescado y derivados, peces ornamentales, madera y frutas Río Napo-Iquitos, Río Tigre-Iquitos Artesanías y servicios diversos
<b>Tarapoto</b>	Rioja-Moyobamba-Tarapoto Productos agrícolas como arroz, café Productos agroindustriales e industriales Yurimaguas-Tarapoto Café, cítricos, cacao y frutas Bajo Mayo-Tarapoto Arroz, café, madera y vacunos
<b>Pucallpa</b>	Aguaytía-Pucallpa Frutas, madera e hidrocarburos Inuria-Pucallpa Madera, ganadería y artesanías Renepachea-Pucallpa Café, frutas y piscicultura

Fuente : MTCVC

#### Descripción de los Canales de Distribución y Comercialización de Dotación Institucional

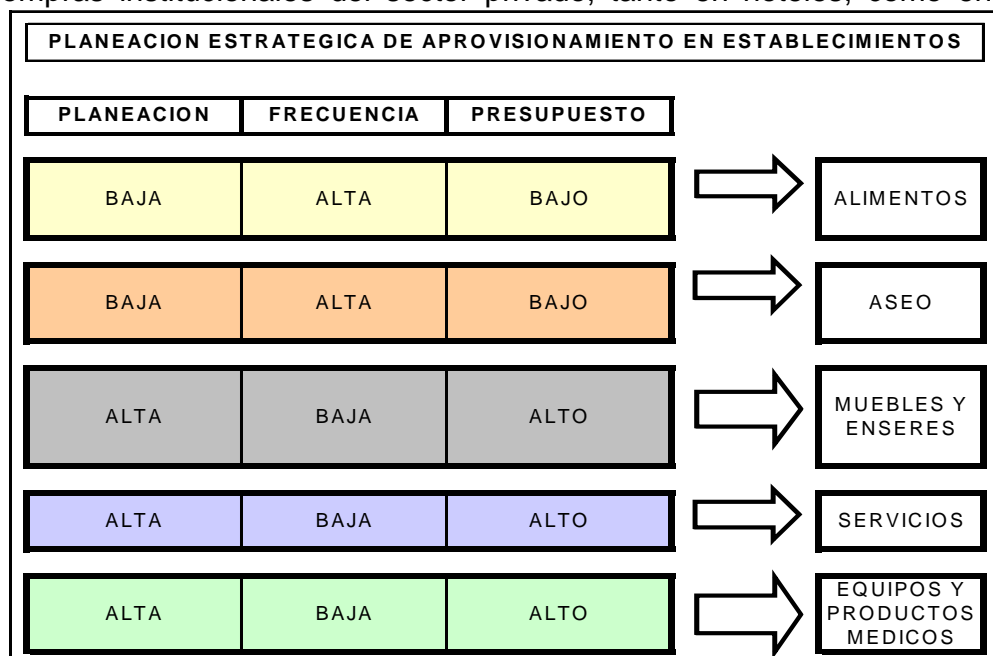
##### Sector Privado

El sector de dotación institucional se caracteriza por la realización de compras en grandes cantidades, permitiendo emplear una estructura de precios que refleje economías de escala, lo cual genera un comportamiento especial dentro de su composición. Es por esto que el capítulo de Canales de Distribución y Comercialización se desarrolla a partir de entrevistas realizadas al personal de clínicas, hoteles y restaurantes en la ciudad de Lima y en ciudades como Arequipa, Trujillo y Cusco.



**Gráfica 32 : Planeación Estratégica de aprovisionamiento en los establecimientos<sup>38</sup>.**

De acuerdo con las entrevistas realizadas, se estableció que las compras institucionales del sector privado, tanto en hoteles, como en



restaurantes y clínicas, presentan características similares, entre las que se encuentra, la frecuencia, la planeación, y el presupuesto, las cuales están regidas de acuerdo a las necesidades que se presentan en cada una de las instituciones en particular. Estos establecimientos son abastecidos principalmente por empresas locales y comercializadores de empresas extranjeras con representación en Perú.

Generalmente y según la opinión de cada uno de los entrevistados, estas instituciones no realizan sus propias actividades de importación por generar extracostos y sobrecargos logísticos, además de expresar su conformidad con los servicios y productos obtenidos en el mercado local. Sin embargo, al sugerir por parte del consultor la opción de adquirir nuevos y mejores productos, mostraron su interés y confirmaron una vez más la aceptación de propuestas y sugerencias de productos provenientes del exterior.

<sup>38</sup> PLANEACION : Hace referencia al tiempo invertido en la programación de las compras, y el estudio en la adquisición de nuevos productos en todos los rubros.

FRECUENCIA : Hace referencia a la continuidad en la adquisición y compra de productos debido a las características de composición de los productos.

PRESUPUESTO : Hace referencia al monto de dinero que estos establecimientos están dispuestos a invertir de acuerdo a los diferentes rubros de producto.

Las variables expresadas anteriormente, frecuencia, planeación y presupuesto, determinan el canal empleando en el abastecimiento de productos y el servicio que requieren los establecimientos para realizar sus compras, junto con el tipo de producto que se ofrece. Como se expresó en el capítulo de Características de la Demanda, la necesidad de optimizar, mejorar e integrar la cadena de abastecimiento refuerza la influencia de estos tres factores dentro del esquema de compras de estas instituciones.

Adicionalmente, para cada uno de los rubros, se puede determinar otros factores que influyen en la planeación estratégica de las compras, y que determinan el tipo de canal a utilizar, con el fin de ofrecer un mejor servicio y atención a los clientes a los cuales se destinan estos productos.

En particular, en el caso de alimentos hay que tener en cuenta que la venta no es especializada y puede ser atendida por un vendedor, y en donde la toma de decisiones sobre el producto es rápida y sin ningún requerimiento exclusivo, además de facilitar una estructura de cubrimiento nacional, debido a su carácter de bien de primera necesidad. Por su parte el rubro de aseo, aunque presenta características similares a las de los alimentos, en el caso de productos de tocador y cosméticos requiere un grado más de especialización y de adecuación de producto de acuerdo a la categoría y nivel del establecimiento al cual se esté atendiendo, generando una venta un poco más especializada.

El caso de los muebles y enseres, los cuales, como se mencionó en el capítulo anterior, comprenden todo el equipamiento en muebles y electrodomésticos presenta características especiales. Los muebles y los artículos electrónicos (televisores y refrigeradoras tipo bar) los cuales representan una inversión a largo plazo, en dirección a la proyección de la imagen, requieren de una cadena corta de comercialización, así como de la venta especializada de los productos en función de prestar una asesoría técnica como valor agregado, y de una disminución del precio de los productos. Además, el cubrimiento de las empresas no necesariamente debe ser de nivel nacional, debido a la frecuencia de compra y el lento proceso en la toma de decisiones. Igual situación se presenta en el caso de los productos pertenecientes al rubro de menaje.

En el caso de servicios, y equipos médicos, se requiere de la venta especializada del producto, del asesoramiento técnico de los clientes y de un lento proceso en la toma de decisiones sobre la compra del

producto, siendo bastante significativa la inversión que se realiza en tiempo y seguimiento de la venta.

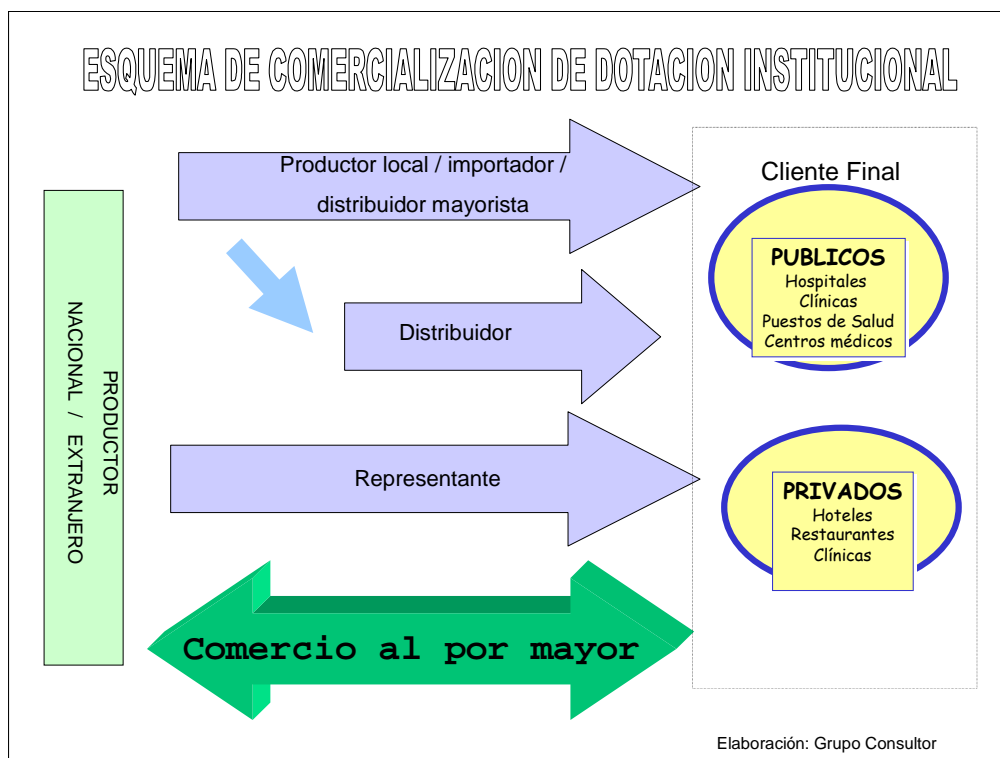
Por otro lado, dependiendo del rubro de producto, se puede caracterizar la distribución de los mismos, representando para unos productos la implementación de canales más extensos que para otros. Tal como se muestra en la siguiente gráfica se pueden encontrar cuatro eslabones claves en la distribución. En el primer eslabón se encuentran las empresas productoras, ya sean nacionales o extranjeras, que comercializan sus productos directamente, abriendo departamentos de ventas institucionales.

El segundo eslabón lo constituyen los distribuidores y representantes, que actúan como intermediarios en el mercado y que llegan a los hoteles, restaurantes y clínicas como proveedores, ya sea de carácter exclusivo o como comercializadores mayoristas de portafolios de productos. Estos actores, utilizan como fuente principal de aprovisionamiento el primer nivel de esta cadena, este es el caso que se presenta en los rubros de alimentos y aseo.

En el tercer nivel, se encuentran los comercializadores minoristas, ubicándose muy de cerca de los distribuidores y representantes, por ser estos proveedores de sus productos. Este tipo de comercializadores existen en la medida en que ofrecen productos de los cuales los establecimientos no hacen grandes requerimientos ni programación de grandes cantidades de producto. Además, es posible que posean algún tipo de establecimiento en el cual los clientes pueden hacer sus compras. Este esquema se presenta en la adquisición de muebles y enseres o menaje, así como en el caso de algunos alimentos.

El cuarto eslabón es el cliente o establecimiento, que hace el requerimiento y demanda los productos para destinarlos al servicio de sus clientes, definen los gustos y las preferencias que determinan las compras de estas instituciones.

**Gráfica 33 : Esquema de comercialización de Dotación Institucional**



### Canal Institucional

Se llama canal institucional al conducto que utilizan las empresas que manufacturan localmente o en el exterior, y que comercializan sus productos en el mercado institucional, es decir, que cuentan con una infraestructura comercial especializada para atender este tipo de ventas. Esta estrategia es comúnmente utilizada por empresas de mediano y pequeño tamaño que no han desarrollado una estructura de ventas más especializada y que aseguran sus ventas con estos clientes. Sin embargo, se ha de resaltar que empresas de mayor tamaño, incluso

multinacionales, cuentan con esta estructura, en la cual constituyen una gerencia o dirección de ventas institucionales y que se encarga de concretar y dar seguimiento a las licitaciones o proyectos nuevos de inversión en el mercado, en caso de clínicas y hospitales.

En un recuento del comportamiento de este canal y según la oferta total del sector comercio en 1994<sup>39</sup>, esta actividad, llamada también Business to Business (B2B), correspondió al 34%, mientras la comercialización Business to Consumer (B2C) alcanzó el 66%. Lo anterior refleja la importancia de los negocios B2C dentro de la estructura comercial en el Perú, y la tendencia de las empresas de ampliar los canales por los cuales son distribuidos y comercializados los productos de las empresas. Por otra parte, con el objetivo de incrementar la actividad comercial B2B, se han implementado opciones como el comercio electrónico, el cual se incrementa motivado principalmente por la intensidad de la competencia y porque las empresas no solamente compran una sola propuesta de producto o servicio, sino por el contrario buscan complementar sus requerimientos con diferente proveedores tanto nacionales como extranjeros.

Además, este canal es comúnmente utilizado por las empresas pertenecientes a los rubros de muebles y enseres, servicios, y algunos casos de menaje, debido principalmente a que estos productos no tienen una alta rotación dentro del cronograma de actividades de los establecimientos, y adicionalmente por el valor de los artículos, ya que es posible que la extensión de la cadena de comercialización incremente sus precios hasta hacerlos poco competitivos. Sin embargo, estos productos requieren un constante seguimiento y asesoría por parte de las empresas como parte del servicio post-venta o servicio al cliente para conservar su fidelidad y lograr la venta cuando este lo programe.

#### Canal Distribuidores

Se define como distribuidores a los comercializadores de productos de empresas locales, así como representantes de empresas extranjeras que han incursionado en el mercado. El método de venta de este canal, al igual que el institucional, la venta directa y está enfocado específicamente a la atención personalizada por parte del vendedor o asesor a los establecimientos objetivo. Estos asesores frecuentan a su cliente, no sólo para vender sino también para asesorar a los empresarios acerca de la utilización y beneficios de los artículos ofrecidos, y de las nuevas presentaciones e innovaciones del producto, lo cual constituye un atributo clave para el éxito de la comercialización en este mercado.

---

<sup>39</sup> Oferta total = VBP (Oferta Nacional) + importaciones (oferta extranjera), La inversión en Perú 2002 – 2003.

Según las entrevistas realizadas por el grupo consultor, este es el canal que más acceso tiene a los diferentes establecimientos, no solo por la variedad y la amplia gama de productos que ofrece, sino también por su flexibilidad empresarial ajustándose a los requerimientos de hoteles, restaurantes y clínicas pequeñas, medianas y grandes. Por otro lado, como se expresó anteriormente, estas instituciones no han establecido canales de comercialización directos con empresas extranjeras, lo cual indica que se están abasteciendo directamente con distribuidores locales que actúan como representantes. En consecuencia, estos distribuidores han implementado en su estructura empresarial el sistema de correrías por las diferentes zonas del país, para abastecer a los diferentes establecimientos ubicados fuera de Lima.

Este canal es frecuentemente utilizado por empresas clasificadas en el rubro de alimentos, aseo y muebles y enseres. Su estructura hace necesario un sistema de atención acorde con la planeación del establecimiento al cual se está proveyendo, pues en estos rubros, especialmente alimentos y aseo, la frecuencia de compra y la inmediatez en la adquisición de productos exige una atención constante y permanente por parte del vendedor, el cual, por su parte, no requiere un mayor grado de especialización para asesorar acerca del consumo de los productos.

En el caso de muebles y enseres y productos de aseo especializados como los cosméticos y de tocador, se requiere que el sistema de representantes sea fortalecido con servicios posventa y asesoramiento a los diferentes establecimientos abastecidos, los cuales se caracterizan por una baja frecuencia de compra y un alto grado de inversión.

Es importante destacar que en este mercado los distribuidores manejan un margen de utilidad reducido como consecuencia de la competencia en el mercado, tanto local como externa, y debido a que la utilidad obtenida generalmente se basa en las economías de escala generadas por la venta al por mayor. Además, la reducción de costos de la industria en general y la optimización de la estructura productiva como consecuencia de la crisis económica peruana, ha generado que el sistema de financiación se flexibilice y reduzca los precios de los productos. Sin embargo, las comercializadoras también han fortalecido sus departamentos de crédito para seleccionar mejor a sus clientes y asumir los riesgos que deriva la venta de cualquier producto.

En el mercado existen actualmente diversos tipos de distribuidores, entre los que se encuentra Rivelsa, con la línea de aménities en el sector de Aseo y Cosméticos, y Occidental Trading SA, la cual se dedica al equipamiento, diseño y suministro de servicios para hoteles,

que como se mencionó anteriormente, se encuentra importando equipamiento de cocina.

#### Ferias y Asociaciones Gremiales

Este es otro canal comúnmente utilizado por las empresas que quieren exhibir, y dar conocer sus productos en el mercado, así como realizar contactos comerciales. Se constituye en una atractiva estrategia para empresas extranjeras que no cuentan con un representante o distribuidor en el mercado, o que empiezan a incursionar en el abastecimiento de hoteles, restaurantes y porque no casinos y centros de entretenimiento.

En la implementación de este canal es muy importante identificar, en primer lugar, las asociaciones y agremiaciones, debido a que son este tipo de instituciones las que organizan y dirigen este tipo de eventos, buscando el mejoramiento del sector.

En el caso del sector hotelero, restaurantes y establecimientos afines, se cuenta con la asociación llamada AHORA, la cual busca mejorar las condiciones de empresas como los hoteles, restaurantes, y otros establecimientos. Su estructura, cuenta con dos divisiones; la de establecimientos prestadores de servicios turísticos como hoteles y restaurantes, y otra la conforman los proveedores de productos para dotación de hoteles y restaurantes.

La iniciativa de agrupar a proveedores de este tipo de establecimientos surge de la necesidad de integrar toda la cadena del sector turístico con el objetivo de minimizar costos en la adquisición de insumos, así como de acercar a tanto a proveedores como a clientes para llegar a una optimización de los canales de comercialización. Bajo esta estructura, la asociación busca generar en las empresas proveedoras la iniciativa de crear portafolio y oferta de productos para suplir las necesidades de los diferentes establecimientos afiliados y existentes en el Perú.

La forma de acceder a este canal es por la inscripción y pago de una cuota mensual, lo cual garantiza la promoción y divulgación del producto dentro del medio, utilizando recursos como revistas especializadas. Además, proporciona información a cerca de eventos y oportunidades de negocio.

Anualmente se realiza la Feria Hoteles y Cubiertos, de la organización Peruferias, la cual reúne empresas que ofrecen productos, equipos y servicios para los hoteles, restaurantes, bares, cafés, fast food,

discotecas, clubes, clínicas, lavanderías, y gimnasios, entre otros establecimientos. Esta feria agrupa a los principales proveedores del sector, así como a los principales clientes del mercado, convirtiéndose en un evento de acercamiento entre clientes y proveedores. Además, de las entrevistas realizadas, los gerentes y jefes de compras concuerdan en afirmar que asisten a este tipo de eventos, con el fin de mejorar los productos requeridos por sus organizaciones, y en especial en busca de nuevos y novedosos productos que se dirijan al público que atiende cada uno de los establecimientos a los cuales pertenecen.

[www.peruferias.com](http://www.peruferias.com)

### Sector Público

Por otro lado, las adquisiciones de los establecimientos públicos conservan una estructura regulada y estipulada por el gobierno central, el cual actúa sobre cada una de las compras realizadas por el estado. Para compras estatales, existe una reglamentación y proceso de adquisiciones, el cual debe ser seguido y cumplido para acceder a los requerimientos de este sector, el cual se presenta como uno de los clientes más interesantes por ser el más grande consumidor de la economía peruana.

A este tipo de adquisiciones, se incorporan empresas productoras y comercializadoras, que cumplen con los requisitos expuestos para cada una de las licitaciones. Este tipo de ventas al estado es implementada por empresas locales pequeñas y medianas que manufacturan para abastecer este mercado, las cuales son apoyadas por entidades del estado como PROMPYME ( [www.prompyme.gob.pe](http://www.prompyme.gob.pe) ), y por ley deben enviar una notificación de todas las convocatorias efectuadas por cualquier institución del estado y el incumplimiento de esta norma acarrea la invalidez del proceso de selección.

De esta forma, se comenzará con la descripción del canal de licitaciones públicas y la estructura del proceso licitatorio.

El proceso de compras de bienes y servicios por parte del Estado se rige por La Ley de Contrataciones y Adquisiciones (Ley 26850 de 1998) y su reglamento (DS N° 013-2001-PCM). El comportamiento de este canal es completamente centralista, pues hasta el año 1998 el 79% de estas se realizaban en Lima y el 21% restante se realiza en los 23



departamentos restantes<sup>40</sup>, aunque el gobierno hace esfuerzos para descentralizar las actividades del estado, estas aún se encuentran en un proceso incipiente.

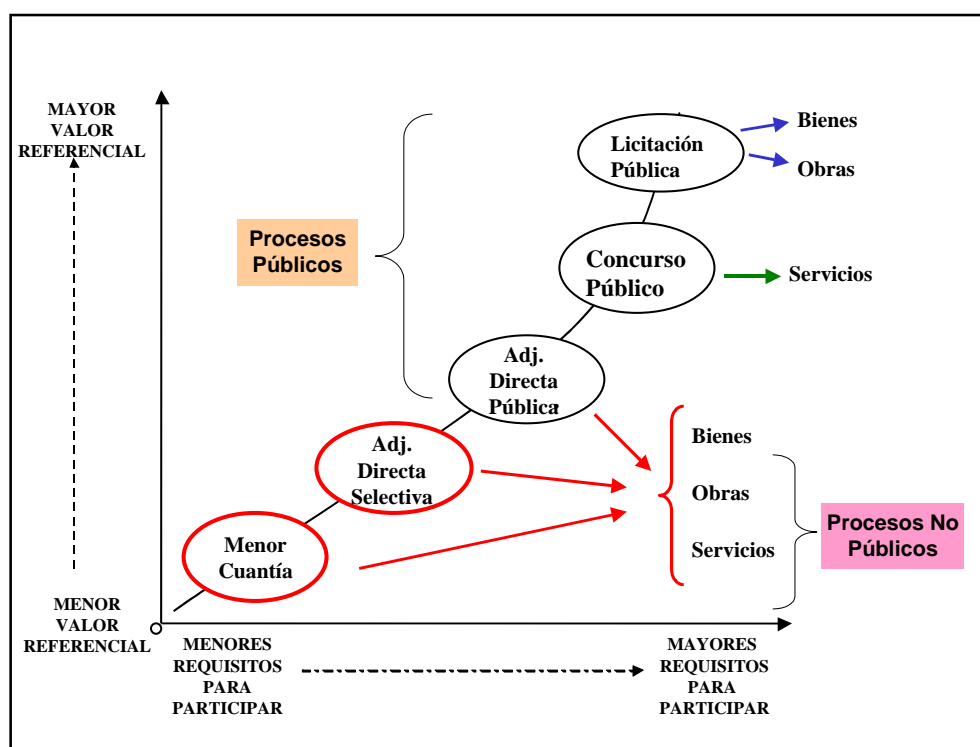
El proceso de compras del estado, indica que cada una de las entidades establece la dependencia o dependencias responsables de planificar los procesos de adquisición o contratación, señalando en sus manuales de organización y funciones o dispositivo equivalente las actividades que competen a cada cargo, además, cada una elabora un Plan Anual de Adquisiciones y Contrataciones, el cual debe prever los bienes, servicios y obras que se requerirán durante el año fiscal y el monto del presupuesto requerido. El plan anual de Adquisiciones y Contrataciones puede ser consultado en cada la páginas web de cada entidad o en [www.consucode.gob.pe](http://www.consucode.gob.pe), además de los presupuestos y los montos asignados para cada uno de los requerimientos.

Esta regulación se puede resumir en los siguientes puntos: Todos los elementos que pueden ser objeto de compra por parte del estado son bienes, servicios y obras; para cada uno de ellos aplican determinados procesos de selección, que varían de acuerdo con el monto de la compra. Los tipos de procesos de selección y su aplicación según el objeto de compra se presentan en la siguiente gráfica:

---

<sup>40</sup> [www.ucsm.edu.pe/arequipa/Centralismo4.htm](http://www.ucsm.edu.pe/arequipa/Centralismo4.htm), Efectos del centralismo, 1998.

**Gráfica 34: Tipos de procesos de selección de proveedores del Estado por tipo de compra, 2003.**



Fuente: Introducción a las compras estatales – PROMPYME

Los procesos no públicos corresponden a la adjudicación de menor cuantía y a la adjudicación directa selectiva. Los dos se utilizan para la compra de bienes, obras y servicios; la diferencia básica radica en el monto de la compra, el número mínimo de proveedores que deben convocarse y la duración del proceso.

Por otra parte, los procesos públicos corresponden a la adjudicación directa pública, los concursos públicos y las licitaciones públicas. El primero se aplica a los procesos de compra de bienes, obras y servicios, el segundo únicamente a los servicios y el tercero a obras y bienes. Los procesos públicos siempre deben publicarse en el Diario Oficial "El Peruano"<sup>41</sup>.

<sup>41</sup> [www.elperuano.com.pe](http://www.elperuano.com.pe)

En el proceso de adjudicación por menor cuantía, el rango de montos mínimo y máximo para la contratación de servicios es desde US\$0 hasta US\$4.348<sup>42</sup>, exigiéndose la notificación a PROMPYME<sup>43</sup> para su divulgación entre las empresas registradas desde los US\$3.594<sup>44</sup>. Para la contratación de obras y consultoría en obras el rango va desde US\$0 hasta US\$26.087<sup>45</sup> y se exige notificar a PROMPYME desde US\$8.986<sup>46</sup>. En el caso de los bienes cubre las adquisiciones hasta por US\$10.145<sup>47</sup>.

En cuanto al número de proveedores convocados el mínimo debe ser uno. En el caso de las obras y consultoría en obras, la duración del proceso es de 7 días desde la publicación de la convocatoria hasta la presentación de propuestas. Para los bienes y servicios no hay plazos establecidos por la ley.

En el proceso por adjudicación directa selectiva el monto mínimo para la contratación de servicios es US\$4.348<sup>48</sup> y el máximo US\$21.739<sup>49</sup>, para la contratación de obras está en el rango de US\$26.087<sup>50</sup> y US\$130.435<sup>51</sup>, y para la adquisición de bienes se encuentra entre US\$10.145<sup>52</sup> y US\$50.725<sup>53</sup>. En cuanto al número de proveedores convocados el mínimo debe ser tres. La duración del proceso es de 10 días desde la publicación de la convocatoria hasta la presentación de propuestas.

---

<sup>42</sup> Adjudicación menor cuantía: monto máximo en servicios: S/.15.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>43</sup> PROMPYME: Comisión de promoción de la pequeña y microempresa.

<sup>44</sup> Monto mínimo divulgación: S/.12.400. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>45</sup> Adjudicación menor cuantía: monto máximo en obras y consultoría: S/.90.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>46</sup> Monto mínimo divulgación: S/.31.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>47</sup> Adjudicación menor cuantía: monto máximo bienes: S/.35.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>48</sup> Adjudicación directa selectiva: monto mínimo en servicios: S/.15.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>49</sup> Adjudicación directa selectiva: monto máximo en servicios: S/.75.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>50</sup> Adjudicación directa selectiva: monto mínimo en obras: S/.90.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>51</sup> Monto máximo en obras: S/.450.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>52</sup> Monto mínimo bienes: S/.35.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>53</sup> Adjudicación directa selectiva: monto máximo bienes: S/.175.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

Los concursos públicos se aplican en el caso de contratación de servicios con montos superiores a US\$43.478<sup>54</sup>. En las licitaciones públicas el monto mínimo para la contratación de obras es US\$260.870<sup>55</sup> y para la adquisición de bienes es US\$ 101.449<sup>56</sup>.

En los procesos de concurso y licitación pública el plazo para la presentación de propuestas es de por lo menos 20 días, que también comienzan a contar un día después de la publicación en “El Peruano” ([www.elperuano.com.pe](http://www.elperuano.com.pe)).

Tanto los procesos públicos como los no públicos deben comunicarse al CONSUCODE<sup>57</sup> - Consejo Superior de Contrataciones y Adquisiciones. [www.consucode.gob.pe](http://www.consucode.gob.pe)

Puede ocurrir que una convocatoria se declare desierta, en este caso si el proceso corresponde a un concurso o licitación pública se convierte en una adjudicación pública directa. Los demás se convierten en procesos de menor cuantía.

Todo proceso de compra tiene cuatro momentos clave que son: la convocatoria, la presentación de propuestas, la buena pro y la firma del contrato.

---

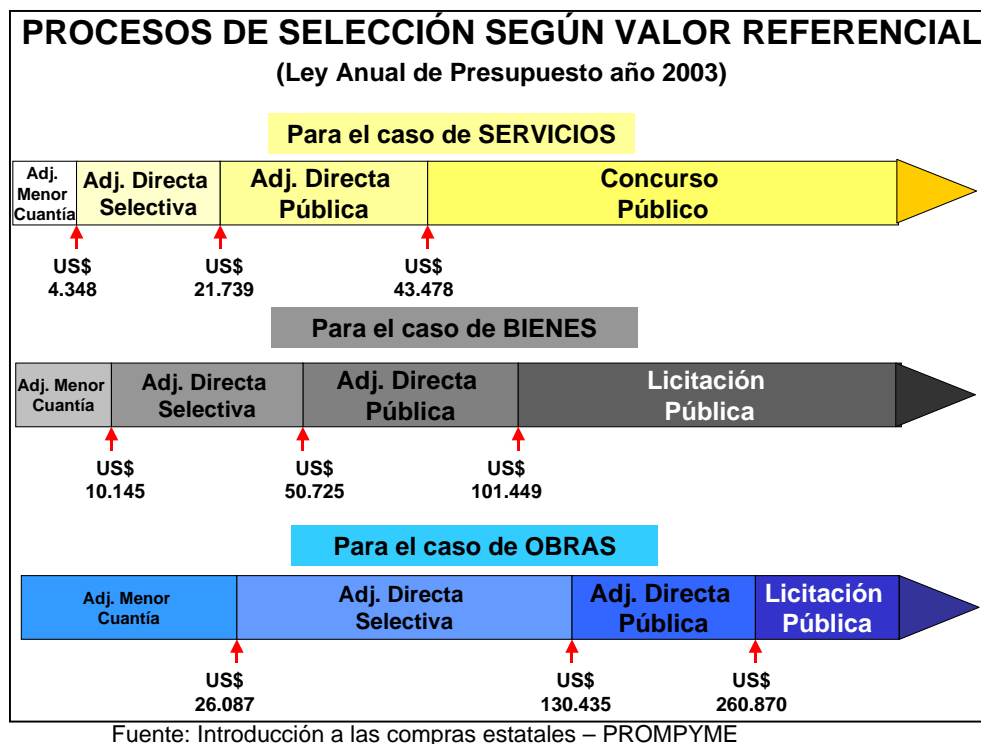
<sup>54</sup> Concursos públicos: monto mínimo en servicios: S/.150.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>55</sup> Licitaciones públicas: monto mínimo en obras: S/.900.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>56</sup> Licitaciones públicas: monto mínimo en bienes: S/.350.000. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

<sup>57</sup> CONSUCODE – Consejo Superior de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, es el “organismo público rector en materia de contratación de la Administración Pública”. Se encarga de difundir la normativa correspondiente, además de velar por su cumplimiento y correcta gestión.

**Gráfica 35: Procesos de selección de proveedores del Estado, según valor referencial, 2003.**



Las etapas a tener en cuenta en el proceso de selección son:

1. Compra de las bases, que contienen el tipo de proceso, el calendario, el valor referencial, las especificaciones técnicas, los documentos que se deben presentar, la forma de entrega de las propuestas y los criterios de calificación y evaluación. Para comprar las bases el postor debe contar con el certificado de inscripción vigente en el Registro Nacional de Contratistas<sup>58</sup> y presentar los documentos requeridos.

<sup>58</sup> Ver capítulo Acceso al mercado para mayor información sobre el Registro Nacional de Contratistas.

2. Presentación de consultas, dudas, sugerencias y observaciones de los postores.
3. Integración de bases para producir una versión mejorada que contempla las consultas y sugerencias y de los postores.
4. Presentación de propuestas. En el caso de los procesos públicos se entregan en acto público en dos sobres que contienen la propuesta técnica y la económica. Deben estar firmadas por el postor.

Para la asignación de la buena pro se evalúan las propuestas, tanto técnicas como económicas, con base en determinados factores y criterios para asignarles su respectivo puntaje.

En el caso de la contratación de servicios, los factores tenidos en cuenta en la evaluación técnica son: calidad de la propuesta, postor, personal propuesto, plan de trabajo e innovación tecnológica, si aplica. En la evaluación financiera se considera el precio final y la oferta de financiamiento, si es del caso.

Para la contratación de obras los factores considerados en la evaluación técnica son:

- Si la obra es menor a 3.000 U.I.T.<sup>59</sup>, se califica únicamente el plazo de ejecución.
- Si la obra es mayor a 3.000 U.I.T., se toman en cuenta el plazo de ejecución, principales obras ejecutadas, obras similares, experiencia y calificación del personal, contratación de mano de obra local, equipo mínimo propuesto y mejoras técnicas.

En la evaluación económica se consideran el precio final y la oferta financiera.

En la contratación de proveedores de bienes los factores que influyen en la evaluación técnica son: el plazo de entrega, los costos de operación, la eficiencia y compatibilidad del bien, la disponibilidad de servicios y repuestos, la capacitación si es del caso, la seguridad contra accidentes, el impacto ambiental y la experiencia del postor.

En la evaluación económica se consideran el precio final, que incluye los tributos, transporte y seguros en el lugar de entrega; y la oferta de financiamiento, si aplica. La asignación de la buena pro se hace por escrito en el caso de los procesos no públicos, y mediante anuncio en ceremonia pública para los procesos públicos.

---

<sup>59</sup> U.I.T.: Unidad Impositiva Tributaria. 1 U.I.T. es igual a S/. 3.100, equivalente a US\$899. Tasa de cambio aplicada: S/. 3.45 x dólar.

La implementación de este canal en el sistema de comercialización en el mercado peruano requiere del seguimiento constante de la empresa interesada en el proceso licitatorio, lo cual involucra no solo la fase de investigación y selección del proceso al cual se quiere aplicar, sino también incluye el proceso de recolección y presentación de propuesta, así como el seguimiento del proceso. Es por esto, que en la mayoría de los casos licitatorios los participantes son empresas productoras locales o representantes o distribuidores.

#### **Condiciones comerciales con los distribuidores y comercializadores**

Las condiciones comerciales con los canales de distribución dependen del tipo de canal. Los importadores peruanos están acostumbrados a que se les exija Carta de Crédito para garantizar el cumplimiento del pago de la mercancía; si se trata de representantes de empresas extranjeras, generalmente exigen que se les de exclusividad en la comercialización aunque esta tendencia se está reduciendo al visualizar la expansión del mercado; además, este es un mercado que fomenta la oferta de un portafolio completo de productos, caracterizados por ser complementarios entre sí, y que frecuentemente no se adquieren con un solo productor (complementariedad entre productos).

La relación de las empresas del sector y los distribuidores autorizados, así como con sus clientes, depende del tiempo que lleven trabajando juntos. Generalmente, para un cliente nuevo el pago de la primera venta debe ser de contado; los créditos que se otorgan, por su parte tienen plazo de pago entre 7 y 30 días después de haber generado una relación de conocimiento del cliente y de someterlo a un estudio de crédito. Con la crisis de finales de la década de los noventa la situación comercial del Perú cambió y se pasó de extender créditos de manera general, a que los clientes deberían garantizar la recaudación del pago de la mercancía, de forma tal que las condiciones comerciales cambiaron y en la actualidad toda actividad que se desarrolla en el punto de venta se paga de contado (salvo algunos clientes especiales a los cuales se les da un plazo de pago o se reciben cheques), los descuentos se aplican por cantidades grandes y solo para clientes exclusivos.

Otro factor importante es la alta sensibilidad que tienen los empresarios peruanos al factor precio, esto debido principalmente a los bajos márgenes de comercialización que se maneja en este rubro, además esperan un servicio post venta como respaldo de la compra de los productos. Además, el empresario peruano muestra mucho interés en los términos de venta para la negociación del precio y en establecer los costos de transporte y la responsabilidad de cada una de las partes al momento de la negociación.

#### **Descripción de las principales costumbres y cultura de negocios**

El empresario peruano es formal y reservado. Valora la generación de confianza y compromiso por parte de la contraparte y una vez adquiere compromisos es sólido y estricto en su manejo. El proceso de toma de decisión de compra es mas lento que para el caso de otros empresarios del área latinoamericana. El empresario peruano se toma tiempo en evaluar las diferentes alternativas y conocer el tipo de proveedor que lo va a suplir. Por lo tanto, buscan negocios a largo plazo y de ganancia mutua.

El empresario colombiano debe conocer que el comerciante peruano valora la diplomacia, el acercamiento con tacto y sensibilidad, lo cual los diferencia de la negociación con otros socios comerciales de Colombia los cuales son más rápidos y abiertos en sus negociaciones, primero debe hacer una relación de confianza para luego entrar a cerrar un trato.

Es importante para los empresarios promocionar los productos en publicaciones especializadas, en eventos demostrativos, y ofrecer asesoría ya sea por medio de seminarios educativos o personalmente. Lo principal en este tipo de eventos es que al momento de hacer la presentación del producto se le pueda presentar con algo muy práctico y didáctico, lleno de contenido. Haga presentaciones enfocadas a beneficios que puede lograr. Una vez se genera una relación comercial esta es tan importante como la relación personal.

Por su parte, las empresas del sector de turismo cuentan con organizaciones como Ahora, la cual presta ayuda y asesoría a los hoteles a cerca de sus adquisiciones y las empresas que los pueden proveer.



Con este pequeño perfil se puede concluir que los participantes en el mercado, están acostumbrados a comprar productos con altas especificaciones técnicas y niveles de calidad estandarizados a nivel internacional, con un buen nivel de conocimiento que los permite ser exigentes al momento de hacer la negociación.

#### Base de Clientes Potenciales

##### Sector Salud

**Nombre:** NOVASALLUD Perú S.A. EPS  
**Número RUC:** 20418052938  
**Dirección:** Av. Salaverry 2423 San Isidro  
**Teléfono (s):** 2151000  
**Inicio de Actividad:** 09/11/1998  
**Actividad Económica:** Otras Actividades Relacionadas con Salud Humana  
**Contacto:** King Chiong Solon  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** PACIFICO S.A. EPS  
**Número RUC:** 20431115825  
**Dirección:** Avda. Arequipa 660 Piso 2 Lima  
**Teléfono (s):** 4333626  
**Inicio de Actividad:** 16/08/1999  
**Actividad Económica:** Otras Actividades Relacionadas Con Salud Humana  
**Contacto:** Ipince Brashi Diego  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** RIMAC EPS  
**Número RUC:** 20414955020  
**Dirección:** Las Begonias 675 Piso 2 San Isidro  
**Teléfono (s):** 4116000  
**Inicio de Actividad:** 24/08/1998  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** Fort Brescia Alex Paul  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CLINICA RICARDO PALMA  
**Número RUC:** 20100121809  
**Dirección:** Av. Javier Prado Este 1066 San Isidro  
**Teléfono (s):** 2241608 / 2242224  
**Inicio de Actividad:** 05/11/1969  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** Salas Rodríguez Eduardo  
**Cargo:** Director General

**Nombre:** CLINICA SAN PABLO  
**Número RUC:** 20107463705  
**Dirección:** Av. El Polo 789 Surco  
**Teléfono (s):** 4369605  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** José Álvarez Blas  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CLINICA SAN FELIPE  
**Número RUC:** 20100162742  
**Dirección:** Av. Gregorio Escobedo 650 Jesús Maria  
**Teléfono (s):** 4630909 / 4630910  
**Inicio de Actividad:** 17/12/1965  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** Carlos Roe Gómez  
**Cargo:** Director General

**Nombre:** CLINICA SANTA ISABEL  
**Número RUC:** 20100375061  
**Dirección:** Av. Guardia civil 135 San Borja  
**Teléfono (s):** 4757777  
**Actividad Económica:** Actividades de Médicos Y Odontólogo  
**Contacto:** Miguel Ramírez Zaboroch  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CLINICA INTERNACIONAL S.A.  
**Número RUC:** 20100054184  
**Dirección:** Jr. Washington 1471 Lima  
**Teléfono (s):** 4334305 / 4334304  
**Inicio de Actividad:** 16/08/1959  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** Artidoro Balarezo Toro  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** ONCOSALUD S.A.  
**Numero RUC:** 20101039910  
**Dirección:** Av. Guardia Civil 5711 San Borja  
**Teléfono (s):** 2242474  
**Actividad Económica:** Otras Actividades .Relacionadas con Salud Humana  
**Contacto:** Eduardo González  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** Hogar Clínica San Juan de Dios  
**Numero RUC:** 20144442629  
**Dirección:** Av. Nicolás Arriola 3250  
**Teléfono (s):** 3260945  
**Inicio de Actividad:** 29/01/1952  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales.  
**Contacto:** Torres Espinosa Alejandro  
**Cargo:** Director General

**Nombre:** CLINICA DE OFTALMOLOGIA MATER DEI  
**Número RUC:** 20100342139  
**Dirección:** Av. Guardia Civil 340 San Isidro  
**Teléfono (s):** 4751656  
**Inicio de Actividad:** 01/05/1986  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** Carlos Silva Balladares  
**Cargo:** Director Gerente

**Nombre:** Instituto de Oftalmología - I.N.O.  
**Número RUC:** 20131381094 - INSTITUTO DE OFTALMOLOGIA  
**Dirección:** Av. Tingo Maria 398 (Costado de Sedapal) Lima Breña  
**Inicio de Actividad:** 28/04/1987  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** Velasco Quiroga Jorge Ricardo  
**Cargo:** Director General

**Nombre:** CLINICA SAN BORJA  
**Número RUC:** 20100176964  
**Dirección:** Av. Guardia Civil 333 San Borja  
**Teléfono (s):** 4751494 4752080 4752360  
**Inicio de Actividad:** 13/05/1975  
**Actividad Económica:** Actividades De Hospitales  
**Contacto:** Victor Conde Marín  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** CLINICA MIRAFLORES  
**Número RUC:** 20339979490  
**Dirección:** Calle José A. Encinas 141  
**Teléfono (s):** 4447004  
**Inicio de Actividad:** 22/01/1997  
**Actividad Económica:** Actividades de Hospitales  
**Contacto:** Azcenzo Aparicio Alvaro Rafael  
**Cargo:** Gerente General

#### Restaurantes

**Nombre:** INVERSIONES FISA S.A.  
**Número RUC:** 20202961518  
**Dirección:** Av. Elmer Faucett S/N Aereopuerto Jorge Chavez (Duty Free) Prov. Const. Del Callao Prov. Const. Del Callao  
**Teléfono(s):** 4630764/4600792  
**Inicio de Actividad:** 03/12/1993  
**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.  
**Contacto:** Goicochea Martens Nora Consuelo  
**Cargo:** Director

**Nombre:** POLLOS EL CERRO S.A.  
**Número RUC:** 20337093826  
**Dirección:** Av. Club Golf Los Incas 498 Urb. Los Granados (Fte.A Subida A La Molina-Esp.U. De Lima) Lima Santiago De Surco  
**Teléfono(s):** 4379141/4379128  
**Inicio de Actividad:** 26/11/1996  
**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.  
**Contacto:** Silva Tabusso Guillermo Martín  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** APC CORPORACION S.A.  
**Número RUC:** 20102185863  
**Dirección:** Cal. Antero Aspillaga 315 Lima San Isidro  
**Teléfono(s):** 4418150/4417586/4405011  
**Inicio de Actividad:** 14/08/1991  
**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.  
**Contacto:** Perochena Meza Amalia Milagros  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** BEMBOS S.A.C.  
**Número RUC:** 20101087647  
**Dirección:** Cal. Camino Real 1801 Mb17 Z.I. Parque Ind Mz B Lt 17  
Lima Santiago De Surco  
**Teléfono(s):** 4773340/4771634/4774010  
**Inicio de Actividad:** 14/12/1990  
**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.  
**Contacto:** Camino Linares Carlos Antonio  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** INVERSIONES Y REPRESENTACIONES DON UGO S.A.  
**Número RUC:** 20101970664  
**Dirección:** Av. Conquistadores 948 D, 2a (Altura Cuadra. 11 De Camino Real) Lima San Isidro  
**Teléfono(s):** 4417431  
**Inicio de Actividad:** 25/01/1988  
**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.  
**Contacto:** Perret Bermúdez Adolfo Miguel  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** INVERSIONES KIYASHI S.A.  
**Número RUC:** 20380286697  
**Dirección:** Jr. Domingo Cueto 444 303 (Frente A Hospital Del Empleado) Lima Lince  
**Teléfono(s):** 2658129/4705500/2657148  
**Inicio de Actividad:** 01/12/1997  
**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.  
**Contacto:** Kiyan Kiyan Armando  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** SERVICIOS COMERCIALES Y TURISTICOS DOS DE MAYO S.A.C.

**Número RUC:** 20100317452

**Dirección:** Jr. Diez Canseco 117 (Espalda de Munic. Miraflores) Lima Miraflores

**Teléfono(s):** 4450940

**Inicio de Actividad:** 01/05/1983

**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.

**Contacto:** Hundskopf Exebio Javier Leopoldo

**Cargo:** Director Gerente

**Nombre:** SERVICIOS TURISTICOS Y ESTRUCTURALES DEL PACIFICO SUR S.A.

**Número RUC:** 20166329451

**Dirección:** Av. Bolognesi 460 Res. Bellavista Lima Miraflores

**Teléfono(s):** 4456033/4445310/4473151

**Inicio de Actividad:** 14/09/1993

**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.

**Contacto:** Dulanto Guinea Maria Del Rosario

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** MAMBRINO S.A.

**Número RUC:** 20101904874

**Dirección:** Cal. Manuel Bonilla 106 Lima Miraflores

**Teléfono(s):** 4467002

**Inicio de Actividad:** 01/04/1981

**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.

**Contacto:** Pleviani Magnifico Hugo Renzo Angel

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** RESTAURANTE CHIFA LUNG FUNG S.A.

**Número RUC:** 20100340195

**Dirección:** Av. Republica de Panamá 3165 Urb. El Palomar (Costado Oficina Principal Bco. Continental) Lima San Isidro

**Teléfono(s):** 4418817

**Inicio de Actividad:** 07/04/1966

**Actividad Económica:** Restaurantes, Bares Y Cantinas.

**Contacto:** Yep García German Victor

**Cargo:** Gerente

## Industria

**Nombre:** PRODUCTOS FAVEL S A  
**Número RUC:** 20100074029  
**Dirección:** CAL. DANIEL OLAECHEA 136 LIMA JESUS MARIA  
**Teléfono(s):** 2610707  
**Inicio de Actividad:** 01/02/1967  
**Actividad Económica:** FAB. JABONES Y DETERGENTES.  
**Contacto:** BELMONT ANDERSON JORGE ALEJANDRO  
**Cargo:** GERENTE GENERAL

## Comercializadora

**Nombre:** RIVELSA S R L  
**Número RUC:** 20100352525  
**Dirección:** Av. Tomas Marzano 2596 Urb. Humboldt (Esq. Con Calle B )  
Lima Miraflores  
**Teléfono(s):** 2710491/2713596/2710488  
**Inicio de Actividad:** 11/07/1973  
**Actividad Económica:** Venta. May. Materiales de Construcción.  
**Contacto:** Fajardo Montalvo Wilfredo  
**Cargo:** Gerente General

## Hoteles

**Nombre:** CENTRO VACACIONAL DE HUAMPANI  
**Número RUC:** 20155140942  
**Dirección:** Car. Central Km26 Chosica Lima Lurigancho  
**Teléfono(s):** 971188 /971683  
**Inicio de Actividad:** 24/07/1955  
**Actividad Económica:** Hoteles, Campamentos Y Otros.  
**Contacto:** Bettocchi Esparza José Fernando  
**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** INVERSIONES NACIONALES DE TURISMO S.A.

**Número RUC:** 20114803228

**Dirección:** Pza. Santo Domingo 259 Centro Histórico Cusco

**Teléfono(s):** 246387 /231961 /232601

**Inicio de Actividad:** 04/12/1976

**Actividad Económica:** Hoteles, Campamentos Y Otros.

**Contacto:** Berthier Pinta Pierre Jean Francois

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** HOTELERA COSTA DEL PACIFICO S.A.

**Número RUC:** 20297885538

**Dirección:** Av. Vía Central 150 Res. San Isidro (Centro Empresarial Camino Real) Lima San Isidro

**Teléfono(s):** 4214400/4219888

**Inicio de Actividad:** 02/01/1996

**Actividad Económica:** Hoteles, Campamentos Y Otros./Restaurantes, Bares Y Cantinas.

**Contacto:** Lapp Klaus Michael Ludwig

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** INVERSIONES BRADE S.A.

**Número RUC:** 20303972821

**Dirección:** Jr. Independencia 141 Lima Miraflores

**Teléfono(s):** 2410410/4442283/4470334

**Inicio de Actividad:** 17/04/1996

**Actividad Económica:** Hoteles, Campamentos Y Otros.

**Contacto:** Bracale Silva Ricardo Alejandro

**Cargo:** Gerente General

**Nombre:** RIO VERDE S.A.C

**Número RUC:** 20276807987

**Dirección:** Av. Ramón Mujica Sn Urb. San Eduardo (Frente Udep) Piura

**Teléfono(s):** 326330 /328486

**Inicio de Actividad:** 17/08/1995

**Actividad Económica:** Hoteles, Campamentos Y Otros.

**Contacto:** Helguero Gonzales Juan Francisco

**Cargo:** Gerente



Tabla 21: Hoteles Cuatro y Cinco Estrellas

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PAGINA WEB
HOTEL DEL PILAR MIRAFLORES	ESQ. PRADO Y MARTIR OLAYA 141 - MIRAFLORES LIMA 18 PERU	242 7999	<a href="http://www.delpilarmiraflores.com">www.delpilar miraflores.com.</a>
APART HOTEL EL POLO	AV LA ENCALADA 1515 NONTERRICO SURCO	4 34 2050	<a href="http://www.hotelelpolo.com">www.hotelelpolo.com</a>
HOTEL SAN ISIDRO	CALLE ODRIOZOLA 111 SAN ISIDRO ALT CDRA 32 AV AREQUIPA	2222599 - 2223295	<a href="http://www.floresta.com">www.floresta.com.</a>
HOTEL LOS DELFINES	CALLE LOS EUCALIPTOS 555 SAN ISIDRO, LIMA 27 PERU	2157000	<a href="http://www.losdelfineshotel.com">www.losdelfineshotel.co m</a>
ROOSEVELT HOTEL & SUITES	ALVAREZ CALDERON 194 SAN ISIDRO	2220012- 2220066	<a href="http://www.hotelroosevelt.com">www.hotelroosevelt.com</a>
PALACE HOTEL	AV MIRAFLORES 1088	2414050	<a href="http://www.palaceperu.com">www.palaceperu.com</a>
SOL DE ORO SUITES APART HOTEL	SAN MARTIN 305 MIRAFLORES LIMA 18	4469876	<a href="http://www.soldeoro.com">www.soldeoro.com.</a>
SWISSOTEL		4214400	<a href="http://www.swissotel.com">www.swissotel.com</a>
HOTEL BOULEVARD	AV JOSE PARDO 771 MIRAFLORES	4446564	<a href="http://www.hotelboulevard.com.pe">www.hotelboulevard.co m.pe</a>
HOTELES LAS AMERICAS	AV BENAVIDES 415 MIRAFLORES	4447272	<a href="http://www.hoteleslasamericas.com">www.hoteleslasamericas .com</a>
LOS TALLANES HOTEL & SUITES	AV JORGE BASADRE 325 SAN ISIDRO	2210001	<a href="http://www.hotelallanes.com">www.hotelallanes.com.</a>
PRINCE HOTEL	AV GUARDIA CIVIL 727 CORPAC SAN BORJA- LIMA -PERU	2253025	<a href="http://www.princehotel.com.pe">www.princehotel.com.pe</a>
COUNTRY CLUB LIMA HOTEL	LOS EUCALIPTOS 590 SAN ISIDRO	6119000	<a href="http://www.hotelcountry.com">www.hotelcountry.com.</a>
GOLF LOS INCAS	AV CERROS DE CAMACHO 500 MONTEERRICO SURCO	4377701	<a href="http://www.golfincahotel.com">www.golfincahotel.com</a>
HOTEL MELIA LIMA	AV SALAVERRY 2599 SAN ISIDRO	4119000	<a href="http://www.solmelia.com">www.solmelia.com</a>
LAS PALMERAS DE SAN ISIDRO HOTEL	AV LAS PALMERAS 240 - 250 SAN ISIDRO LIMA 27 PERU	4223887 - 4223937	<a href="http://www.hotellaspalmeras.com">www.hotellaspalmeras.c om.</a>

Fuente: Paginas Amarillas, Telefónica.  
Elaboración. Grupo Consultor.

## ACCESO AL MERCADO

Es muy importante que el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de productos de Dotación Institucional, pertenecientes a los rubros de alimentos, aseo, muebles y enseres y servicios a Perú sea previo al inicio del proceso de exportación, pues esto permite al empresario colombiano calcular los montos en que se incrementa el costo de su producto y compararse frente a productos provenientes de otros países.

En este capítulo se describen los impuestos y gravámenes que se aplican a los productos que se importan desde Colombia al Perú, así como los requisitos generales y específicos que, por su naturaleza, se exigen para garantizar el bienestar de los consumidores. Así mismo se explican los casos específicos en que se aplican y el procedimiento para cumplirlos.

Posteriormente se hace la descripción de los procedimientos para el registro de marcas y cumplimiento de normas técnicas; un análisis comparativo de las condiciones de entrada de los productos colombianos de este sector con respecto al resto de países miembros de la CAN, de la ALADI y el mundo.

Finalmente descripción de la legislación peruana con respecto a la inversión extranjera; el procedimiento para crear una nueva empresa o sucursales de empresas colombianas en Perú.

### Legislación Cambiaria y Tributaria del sector

Las importaciones hacia Perú deben cumplir inicialmente con los Derechos Arancelarios y los Impuestos Internos. Dentro de los Derechos Arancelarios se encuentran el Arancel de Aduanas y la Sobretasa Arancelaria. Los impuestos internos son tres: el impuesto de Promoción Municipal, el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto Selectivo al Consumo.

### Derechos Arancelarios

El Arancel de Aduanas de Perú, reglamentado a través de la Decisión 507 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), corresponde al nuevo texto único de la NANDINA (nomenclatura arancelaria común utilizada por los países miembros de la CAN), desde el 1º de Enero de 2002. La NANDINA esta basada en el Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías, actualizada hasta la Enmienda Nº 3 del sistema. Su código numérico tiene una extensión de 8 dígitos pero Perú, como todos los Países Miembros, puede crear Notas Complementarias Nacionales y desdoblamientos a diez dígitos, para la elaboración de sus Aranceles, siempre que no contravengan la NANDINA.

La tasa de arancel promedio en Perú ha disminuido progresivamente durante los últimos años hasta situarse en 10.9% a finales de 2002. Conforme a los acuerdos comerciales que se vayan firmando, esta tasa seguirá reduciéndose. Por el Decreto Supremo Nº 239-2001 del 26 de diciembre de 2001 se establecieron los derechos arancelarios vigentes en el Arancel de Aduanas de Perú en una tasa general del 12%, a partir del 1º de enero de 2002.

Por otra parte, teniendo en cuenta las medidas que entrarán en vigencia en el corto plazo, de acuerdo a la Decisión 535 de la CAN, que pretende consolidar la Unión Aduanera en la región andina, se estableció un Arancel Externo Común (AEC) que entrará en vigencia desde el 1 de enero de 2004.

Los productos colombianos, por su parte, se encuentran beneficiados por la CAN, ya que de acuerdo a la Decisión 414 de Perfeccionamiento de la Integración Andina, que determina el cronograma de liberación del comercio al interior de la región, las partidas arancelarias correspondientes al sector de alimentos quedaran en cero arancel. En lo referente al presente año la desgravación va en la mayoría en un 100% los productos objetivo de este estudio.

### Impuestos Internos

En este capítulo se describen los impuestos que afectan a las importaciones hacia Perú, su tasa de imposición y las condiciones de pago. Estos gravámenes son recaudados por el Gobierno Central.

### *Impuesto General a las Ventas (IGV)*

Es el impuesto al valor agregado grava la venta de bienes muebles, importación de bienes y prestación o utilización de servicios en el país, los contratos de construcción y la primera venta de inmuebles que realicen los constructores de los mismos.

Según el Decreto Supremo N° 055-99-EF, hasta julio del 2003, la importación de bienes estuvo gravada con una tasa del 16% sobre el valor CIF aduanero determinado por la correspondiente legislación, más los derechos e impuestos que afectan la importación con excepción del propio IGV. Pero en este mismo mes, el Congreso de Perú aprobó un incremento de un punto porcentual, con el objetivo de cubrir el presupuesto fiscal que se vio afectado a causa del incremento inesperado de sueldos de empleados públicos durante el año.

Este impuesto se liquida en dólares americanos y se debe cancelar dentro de los tres días hábiles siguientes a la fecha de numeración de la Declaración, o al momento de la presentación de la misma en los casos sujetos al Sistema Anticipado de Despacho Aduanero. El pago debe hacerse en moneda nacional al tipo de cambio de venta vigente a la fecha de pago.

### *Impuesto de Promoción Municipal (IPM)*

Este Impuesto se aplica bajo los mismos supuestos y de la misma forma que el Impuesto General a las Ventas, con una tasa de 2%, razón por la cual, muchas veces funciona como un aumento de dicho Impuesto. En la práctica, a todas las operaciones gravadas con el Impuesto General a las Ventas se le aplica la tasa del 19%, que resulta de la sumatoria de este impuesto con el de Promoción Municipal

Al igual que el IGV, este impuesto se liquida en dólares americanos y se cancela durante los tres días hábiles siguientes a la fecha de numeración de la Declaración, o al momento de la presentación de la misma si se trata del Sistema Anticipado de Despacho Aduanero. El pago debe hacerse en moneda nacional al tipo de cambio de venta vigente a la fecha de pago.

### *Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)*

El Impuesto Selectivo al Consumo es un tributo al consumo específico, y grava la venta en el país de determinados bienes, la importación de los mismos, la venta en el país de los mismos bienes, cuando es efectuada por el importador, y los juegos de azar y apuestas. Los bienes gravados son los incluidos en los Apéndices III y IV del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo (Decreto Supremo N° 055-99-EF), que se refieren a productos derivados de los hidrocarburos, vehículos, agua y bebidas alcohólicas y cigarrillos. Los alimentos se encuentran gravados en algunos casos con el Impuesto Selectivo al Consumo.

Este impuesto se aplica mediante tres sistemas diferentes:

- Al valor, para los bienes contenidos en el Literal A del Apéndice IV y los juegos de azar y apuestas.
- Específico, para los bienes contenidos en el Apéndice III y en el Literal B del Apéndice IV.
- Al Precio de Venta al Público, para los bienes contenidos en el Literal C del Apéndice IV.

Las tasas de este Impuesto oscilan entre 0 y 118%, dependiendo del bien gravado.

### Requisitos y Restricciones

La importación de bienes requiere de certificados generales y específicos determinados por las autoridades competentes de cada país, sobretodo si se trata de productos que puedan afectar la salud humana, como es el caso de alimentos. En este capítulo se describen los requisitos generales y los certificados específicos que deben presentarse en Perú para la importación y comercialización del producto del estudio.

#### **Certificado de Origen**

Las normas de origen son instrumentos creados al interior de los acuerdos de integración para poder acceder a las preferencias comerciales pactadas. Es deber del exportador colombiano presentar su certificado de origen a la hora de nacionalizar su mercancía, para poder acogerse a las preferencias arancelarias vigentes dentro del Pacto

Andino. En el capítulo de Distribución Física se encuentra el procedimiento y trámite correspondiente para obtener este certificado.

#### **Inspección preembarque de mercancías**

Los importadores y/o consignatarios de las mercancías que se importan en Perú, cuyo valor FOB sea mayor a US\$ 5000 deberán obtener, previo al embarque y en el puerto de origen, el Certificado de Inspección o Informe de Verificación correspondiente, emitido por la Empresa Supervisora autorizada. Aunque este documento es requerido solo por el importador en Perú al momento de nacionalizar la mercancía, es responsabilidad del exportador colombiano asegurarse de que la mercancía sea inspeccionada y que el Certificado de Inspección o informe de verificación sea emitido y remitido oportunamente al importador. Para ello hay que tener en cuenta que la solicitud de inspección, la cual debe efectuarse con una semana de anticipación a la fecha de envío de la mercancía. (Ver mayor información en el capítulo de Distribución Física Internacional).

#### **Registro Sanitario**

Debido a la complejidad del sector de Dotación Institucional y la gran cantidad de productos que abarca, los requisitos y restricciones que proceden en el Perú para el ingreso, comercialización de ciertos productos, estas se describirán de acuerdo a los rubros propuestos, Alimentos, Aseo, Muebles y Enseres y Servicios.

#### ***Productos Alimenticios***

La producción primaria, entendida como las etapas que van desde la siembra de los vegetales hasta la cosecha y desde la crianza de los animales hasta que llegan al camal y/o matadero, tiene como autoridad competente, delegada por el Ministerio de Salud, al Ministerio de Agricultura, a través del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa). Digesa es miembro del directorio de esta última.

En el caso de los productos hidrobiológicos (peces y moluscos) esta etapa de producción primaria, desde la captura, la recolección y extracción de especies marinas, le compete al Ministerio de la Producción (Viceministerio de Pesquería) a través del Instituto Tecnológico Pesquero (ITP).

Finalmente, la vigilancia de los rotulados de los alimentos está a cargo del Indecopi, mientras que la comercialización de los alimentos corresponde a los municipios del país.

El Ministerio de Salud se ocupa directamente de lo que es fabricación e industrialización de los alimentos y bebidas. El DIGESA, como parte de sus funciones se encarga de la vigilancia y control directo de las fábricas y de las industrias de alimentos. Esto no quiere decir que el Ministerio de Salud, al delegar a las autoridades competentes, pierda su responsabilidad sanitaria, puesto que es la autoridad sanitaria de todas las bebidas y alimentos destinados al consumo humano.

El DIGESA, se encarga del registro sanitario de los alimentos, que es un procedimiento que otorga certificados a fin de que los alimentos que se fabrican, tanto en el país como los importados puedan ser puestos en el mercado.

Los productos alimenticios tienen que pasar por un sistema de habilitación de establecimiento con aplicación del sistema HACCP (Análisis de Riesgo de Puntos Críticos de Control) que es la metodología de auto control para la industria que asegura la inocuidad de los alimentos.

### **Registro sanitario para alimentos**

El Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas se realiza ante el DIGESA - La Dirección General de Salud Ambiental- quien es la autoridad encargada del Ministerio de Salud, a nivel nacional del otorgamiento de Registros Sanitarios.

Los alimentos o bebidas industrializada que se comercializa en el Perú deben contar con Registro Sanitario siendo la vigencia del Registro Sanitario es de cinco (05) años, contados a partir de la fecha de su otorgamiento.

#### **Requisitos para Obtención del Registro Sanitario**

Solicitud de formulario impreso, con carácter de declaración jurada, consignando toda la información técnica requerida, suscrita por el Representante Legal. Copia RUC (11 dígitos)

Original Resultados Análisis Físicoquímicos y microbiológicos, según el producto o productos a registrar (incluyendo uno por cada sabor), efectuados por el Laboratorio del fabricante (en este caso deberá

identificar el número del informe, la fecha de análisis, el código o clave), el que debe estar firmado por el Jefe de Control de calidad; o por alguno de los Laboratorio acreditados por FNDECOPI, avalados en ambos casos por el representante legal.

Sistema de Identificación del lote de producción. Acompañar el rotulado de los productos a registrar (etiquetas o proyecto de rotulado), el cual deberá estar de acuerdo al artículo 117 del D.S. 007-98-SA.

Nombre del producto

Declaración de Ingredientes

Nombre y dirección del fabricante

Nombre o razón social del importador

Numero de Registro Sanitario

Fecha de Vencimiento (Las bebidas alcohólicas no nene fecha de vencimiento, a excepción de la cerveza que es 06 meses)

Código clave lote

Condiciones de conservación

Además debe indicar el contenido neto del producto. Y estar en idioma español

Composición de ingredientes y aditivos en forma porcentual.

Duración del trámite = 7 días hábiles

Vigencia del Registro = 5 Años

Trámite Documentarlo Telf. 4428353 4428356 anexo 104

Página web: <http://www.digesa.sld.pe>

## **INSTRUCTIVO DE REGISTRO SANITARIO**

1. Para iniciar el trámite de Registro Sanitario, el Interesado deberá presentar:

Formato y anexo(s) con carácter de Declaración Jurada suscrita por el interesado (Representante Legal) en la que consignará la siguiente información:

Nombre o razón social, domicilio y número de R.U.C. de la persona natural o jurídica que solicita el registro.

Nombre o razón social, dirección y país del fabricante.

Nombre comercial y marca del producto o grupo de productos para el que se solicita el Registro Sanitario (indicar de manera general en el formulario de la solicitud e indicar de manera específica en los anexos)

Relación de ingredientes y composición cuantitativa de los aditivos, identificando a estos últimos por su nombre genérico y su referencia numérica internacional o el nombre comercial del aditivo indicando el código de Registro Sanitario si lo tuviera, (manera porcentual)



Condiciones de conservación y almacenamiento. (Ej: temperatura ambiente, congelado a -22°C, refrigerado a 2°C, etc.)

Datos sobre el envase utilizado, considerando tipo y material (Ej: bolsa de polipropileno de 10 gramos de capacidad).

Período de vida útil del producto en condiciones normales de conservación y

almacenamiento, (en función al estudio de vida en anaquel del producto)

Sistema de identificación del lote de producción (detallar código creado por la empresa, ejemplo: 15-02-02M - la fecha y el turno de elaboración del producto).

2. Resultados de los análisis físico - químicos y microbiológicos del producto terminado, realizado por el laboratorio de control de calidad de la fábrica o por un laboratorio acreditado en el Perú, los mismos que tienen una vigencia de 06 meses; cuando el producto sea importado los informes de ensayo deben ser emitidos por la autoridad sanitaria del país de origen o por el fabricante, los mismos que tienen una vigencia de 01 año.

3. Si el producto es importado la empresa debe adjuntar el Certificado de Libre Comercialización emitido por la autoridad sanitaria del país de origen (el Certificado tiene vigencia de 01 año a partir de la fecha de emisión.)

4. Adjuntar comprobante de depósito por concepto de pago, en la Cuenta Corriente No 0000-284319 del Banco de la Nación.

5. Adjuntar (Opcional) etiqueta o proyecto de etiqueta del producto el mismo que debe indicar (Art. 117 D S. 007-98-SA)(Ver etiquetado y diferentes requerimientos)

Nota.- La documentación a presentar debe estar ordenada según los numerales, perforada, debidamente numerada y archivada en un fólder de manila, con su respectiva identificación (firma y sello del representante), para facilitar su evaluación.

Los documentos en otro idioma deben ser traducidos al español.

El expediente será admitido a trámite, siempre que cumpla con los requisitos establecidos en el Decreto Supremo 007-98-SA. (Art. 107).

Referencia: Decreto Supremo Na 001-2002-SA, Texto Único de Procedimientos Administrativos del Ministerio de Salud". El Peruano 02/03/2002. Decreto Supremo Na. 007-98-SA "Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas". El Peruano 25/09/1998.

En el caso de regímenes de subcontratación o maquila para productos fabricados por terceros, en la subregión o fuera de esta, se requerirá adicionalmente a lo señalado en los literales precedentes, la presentación de la Declaración del Fabricante.

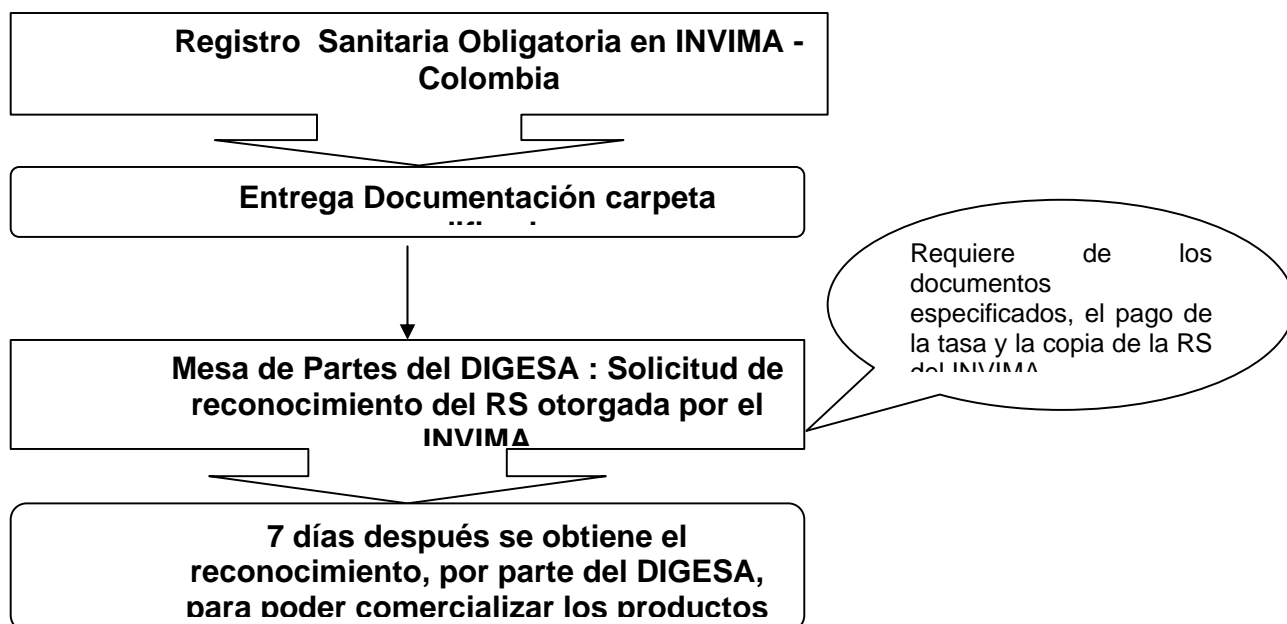
Hay algunos cambios que deben informarse de manera inmediata a la Autoridad Competente como son: Cambio de marca, del titular del producto, del titular de la Notificación Sanitaria Obligatoria, del producto o del fabricante, modificación o reformulación de los componentes secundarios, y para tal efecto se deben adjuntar los documentos correspondientes. Si este anuncio no se hace oportunamente se incurre en sanciones por parte de la autoridad competente del país.

Por otra parte, hay cambios que requieren la solicitud de un nuevo registro sanitario como la modificación o reformulación sustancial de la composición básica de un producto alimenticio.

Cuando se planea exportar a Perú, el trámite se debe realizar ante el DIGESA y consiste en presentar una copia simple, los mismos documentos requeridos por el INVIMA y se debe adjuntar el comprobante de pago por un monto equivalente al 0,7% de la UIT (Unidad Impositiva Tributaria), que para el 2002 es S/. 217 (Trescientos diez nuevos soles), en el caso de NO PYME. En el caso de PYME es s/.62 soles (0,2% U:I:T) y adjuntar constancia de registro PROPYME..

Estos papeles deben ser entregados en la "Mesa de Partes" del DIGESA localizada en la Sede de la Las Amapolas 350 Urb San Eugenio- Lince -Lima. Allí mismo, en Caja, se consigna la tasa establecida y después de 7 días hábiles, se obtiene el certificado que reconoce el registro sanitario otorgada en Colombia y que permite la comercialización de los productos alimenticios importados, y se asigna el registro sanitario peruano, siendo valido todo el procedimiento realizado ante al entidad en Colombia. . La validez del certificado es por cinco años.

## FLUJOGRAMA

*Productos de Aseo*

El gobierno peruano por medio del Ministerio de Salud controla y dirige las políticas sanitarias y procura la atención pública de salud en todos los niveles de la población, para esto cuenta con organismos para cada una de las áreas, es por eso que La Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas - DIGEMID es un órgano de línea técnico normativo, creado con el Decreto Legislativo N° 584 del 16 de Abril de 1990 de la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Salud.

Su función principal es normar, controlar y evaluar, en lo que corresponda, la producción, importación, exportación, registro, distribución y comercialización de medicamentos genéricos y comerciales, productos galénicos, cosméticos, material médico quirúrgico, artículos de higiene, medios de diagnóstico, plaguicidas de uso doméstico, desinfectantes y otros.

Es importante destacar que en el marco legislativo de la Comunidad Andina de Naciones, bajo la Decisión 516 se regulariza la normatividad de productos cosméticos, es por esto que se debe tramitar la Notificación Sanitaria Obligatoria. Mientras los productos de aseo que no son considerados cosméticos se rigen bajo la normatividad local.

#### Notificación Sanitaria Obligatoria

Como se mencionó anteriormente, la composición del rubro de Aseo dentro del estudio comprende los productos cosméticos de tocador, y productos de aseo doméstico. En el primer grupo de productos se debe tener en cuenta las normas establecidas por la Comunidad Andina de Naciones, la cual con la Decisión 516 armoniza la legislación en materia de productos cosméticos (incluye todos los productos de tocador) y se deroga la Decisión 412 dictada en 1997 con igual propósito. Esta armonización tiene el objetivo de garantizar la salud pública de la región, pero asegurando que las “medidas utilizadas por los Países Miembros en el campo del comercio de estos productos, no constituyan un medio de discriminación o restricción encubierta al comercio intrasubregional”<sup>60</sup>, para ello se ha sustituido el registro sanitario, como mecanismo de acceso al mercado de los cosméticos, por la *Notificación Sanitaria Obligatoria*.

Es claro que los productos de tocador y jabones que se comercialicen en la región no pueden perjudicar la salud humana y para esto, deben mostrar claramente las instrucciones de uso y aplicación, así como recomendaciones del fabricante o comercializador con respecto a estos aspectos, sin que esto lo exima de los requisitos fijados y que se describen a continuación. También deben ser fabricados a partir de ingredientes previamente autorizados en listados internacionales como el de la Food & Drug Administration (FDA), de la Cosmetics Toiletry & Fragrance Association (CTFA) y de las Directivas de la Unión Europea, o aquellas que después de investigaciones adelantadas por las Autoridades Nacionales competentes sean incluidas o eliminadas.

Estos productos requieren para su comercialización en la subregión, de la Notificación Sanitaria Obligatoria, que es la comunicación en la cual se informa a la Autoridad Nacional Competente del primer país miembro de comercialización, -que en el caso colombiano es el INVIMA y en el peruano es el DIGEMID (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas) del Ministerio de Salud de Perú-, que el producto será comercializado a partir de la fecha determinada. La Notificación

---

(1) <sup>60</sup> Tomado de la Decisión 516 de la Comunidad Andina de Naciones

Sanitaria Obligatoria debe realizarse previamente a su comercialización y en el país miembro de fabricación.

Con esta decisión se pretende facilitar el trámite que debe ser realizado por los empresarios de la Comunidad Andina cuando comercializan sus productos al interior de la subregión, sin embargo, en el caso de Perú, solo ha permitido estandarizar los requisitos para otorgar el código sanitario pero no ha reducido el tiempo del trámite al homologar el código otorgado en Colombia para poder comercializar los productos de aseo en Perú.

Un empresario colombiano inicialmente debe dirigirse al INVIMA a realizar la Notificación Sanitaria Obligatoria para poder comercializar sus productos. Antes de, es importante tener en cuenta que en el caso de muestras de productos de aseo con fines de investigación científica no es necesaria la Notificación Sanitaria Obligatoria, pero no pueden ser comercializadas, y que los grupos cosméticos se amparan bajo una misma Notificación Sanitaria Obligatoria. El procedimiento de Notificación es regulado por la Decisión 516 y es igual para todos los países de la CAN.

Requisitos para el trámite de la Notificación Sanitaria Obligatoria

- a. Nombre del Representante Legal o apoderado, acompañado de los documentos que acrediten su representación según la normativa nacional vigente
- b. Nombre del producto y grupo cosmético<sup>61</sup> para el cual se esta presentando la notificación
- c. Forma cosmética
- d. Pago de la tasa establecida por el País
- e. La descripción del producto con indicación de su fórmula cualitativa. Adicionalmente se requerirá la declaración cuantitativa para aquellas sustancias de uso restringido y los activos que se encuentren en normas con parámetros establecidos para que ejerzan su acción cosmética, así no tengan restricciones
- a. Nomenclatura Internacional o genérica de los ingredientes (INCI)

---

(2) <sup>61</sup> Se considera un grupo cosmético a los productos cosméticos con la misma composición básica cuali-cuantitativa, uso y denominación genérica, que posean diferentes propiedades organolépticas (color, olor y sabor); así como los tintes con la misma composición cualitativa de sus colorantes, los cosméticos de perfumería con la misma fragancia y los productos cosméticos para maquillaje de la misma composición básica y diferente tonalidad.

- b. Especificaciones organolépticas y fisicoquímicas del producto terminado
- c. Especificaciones microbiológicas cuando corresponda, de acuerdo a la naturaleza del producto terminado
- d. Justificación de las bondades y proclamas de carácter cosmético atribuibles al producto, cuya no veracidad pueda representar un problema para la salud. Deberá tenerse en cuenta que en dicha justificación no se podrán atribuir efectos terapéuticos a los productos cosméticos
- e. Proyecto de arte de la etiqueta o rotulado
- f. Instrucciones de uso del producto, cuando corresponda
- g. Material del envase primario

En el caso de regímenes de subcontratación o maquila para productos fabricados por terceros, en la subregión o fuera de esta, se requerirá adicionalmente a lo señalado en los literales precedentes, la presentación de la Declaración del Fabricante.

Si los requisitos se entregan completos, el INVIMA asignará un **código de identificación** para efectos del etiquetado y de la vigilancia y control sanitario en el mercado que será reconocido por los demás países; pero si no están completos los requisitos, el código no es asignado y se devuelven al interesado para presentarlos nuevamente una vez se cumpla con todos los requisitos.

Hay algunos cambios que deben informarse de manera inmediata a la Autoridad Competente como son: Cambio de marca, del titular del producto, del titular de la Notificación Sanitaria Obligatoria, del producto o del fabricante, modificación o reformulación de los componentes secundarios, y para tal efecto se deben adjuntar los documentos correspondientes. Si este anuncio no se hace oportunamente se incurre en sanciones por parte de la Autoridad competente del país.

Por otra parte, hay cambios que requieren la solicitud de una nueva Notificación Sanitaria Obligatoria como la modificación o reformulación sustancial de la composición básica de un producto cosmético. También existe la ampliación de la Notificación Sanitaria Obligatoria cuando se incorporan nuevas variedades en cuanto a color, olor o sabor, al producto o grupo cosmético; para este trámite es necesario cumplir con los mismos requisitos de la solicitud inicial.

La vigencia de la Notificación Sanitaria Obligatoria es determinada por la legislación de cada país miembro pero no puede ser inferior a 7 años contados a partir de la fecha de presentación de la notificación.

Cuando se planea exportar a Perú, el trámite se debe realizar ante el DIGEMID y consiste en presentar una copia simple de la Notificación

Sanitaria Obligatoria obtenida en Colombia, los mismos documentos requeridos por el INVIMA especificados en la Decisión 516 y se debe adjuntar el comprobante de pago por un monto equivalente al 10% de la UIT (Unidad Impositiva Tributaria), que para el 2002 es S/. 310 (Trescientos diez nuevos soles).

Estos papeles deben ser entregados en la “Mesa de Partes” del DIGEMID localizada en la Sede de la Av. Arenales 1302, Jesús María-Lima. Allí mismo, en Caja, se consigna la tasa establecida y después de 30 días hábiles (máximo 40 días), se obtiene el certificado que reconoce la Notificación Sanitaria Obligatoria otorgada en Colombia y que permite la comercialización de los productos cosméticos importados, en Perú. La validez del certificado es por siete años.

Ver Formatos de inscripción y reinscripción en el Anexo1

#### Registro Sanitario

El registro sanitario aplica para los productos de aseo e higiene doméstica, así como para los equipos y elementos utilizados en cada una de las especialidades, el DIGEMID en su función de otorgar el registro sanitario ha dispuesto una listado de insumos, instrumental equipo de uso medico, quirúrgico u odontológico (ver Anexo 2) Es importante destacar que no todos requieren registro sanitario, por lo cual en el Anexo 3 e numeran lo productos que NO necesitan Registro Sanitario.

#### Productos Sanitarios y de Higiene Doméstica

Requisitos para inscripción o reinscripción del registro sanitario:

- a. Solicitud dirigida al Director de Registros y Normas con el carácter de Declaración Jurada suscrita por el Representante Legal y cuando corresponda por el profesional Químico Farmacéutico
- b. Copia simple de los certificados de libre Comercialización y de uso emitido por la Autoridad competente del país de origen\*.
- c. Proyecto de rotulado de los envases mediatos e inmediato
- d. Pago por derecho de tramite

---

\* Emitido con una antigüedad no mayor de dos años contados desde la fecha de su emisión , salvo que el documento consigne una vigencia mayor, y estará acompañado de su respectiva traducción.

Ver formatos de inscripción y reinscripción en el Anexo 4

Insumos, Instrumental y Equipo de Uso Médico Quirúrgico u Odontológico

Requisitos para inscripción o reinscripción del registro sanitario:

- a. Solicitud dirigida al Director de Registros y Normas con el carácter de Declaración Jurada suscrita por el Representante Legal y cuando se trate de material medico u odontológico estéril , deberá estar suscrita además por el Químico Farmacéutico
- b. Copia simple de los certificados de libre Comercialización y de uso emitido por la Autoridad competente del país de origen\*. En caso que en este no se consigne el modelo marca, código, dimensiones y accesorios del producto se adjuntara una carta del fabricante que los incluya y adicionalmente copia del catalogo cuando corresponda.
- c. Para material medico presentar proyecto de rotulado mediato e inmediato
- d. Para equipo de uso medico quirúrgico u odontológico copia del manual de instrucciones o un resumen de este
- e. Copia simple de los certificado de libre Comercialización y certificado de Consumo o uso emitido por la Autoridad competente del país exportador cuando se encargué la fabricación de productos que no se comercializan en el país fabricante\*
- f. Certificado de Buenas Practicas de Manufactura u otro documento que acredite su cumplimiento , emitido por la autoridad de Salud del país fabricante, para el caso de productos fabricados en el extranjero por encargo de un laboratorio o droguería o importadora nacional .

Cuando corresponda, para productos fabricados por etapas :

- a. Certificado de libre comercialización
- b. Certificado de consumo en el país que se comercialicé y el
- c. Certificado de Buenas practicas de Manufactura u otro documento que acredite sus cumplimiento emitido por las autoridades competentes de los países que intervinieron en el proceso de fabricación (\*)

Pago por derecho de tramite

---

\* Emitido con una antigüedad no mayor de dos años contados desde la fecha de su emisión , salvo que el documento consigne una vigencia mayor, y estará acompañado de su respectiva traducción.



Ver formatos de inscripción y reinscripción en el Anexo 5

### *Productos de Servicios*

En relación con la exportación de servicios, es necesario anotar que a diferencia de los bienes no está sometida al pago de aranceles; el comercio de servicios se rige por los principios del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios - AGCS<sup>62</sup> de la Organización Mundial de Comercio – OMC.

El AGCS establece cuatro (4) modos de prestación de servicios:

- Comercio Transfronterizo: del territorio de un país miembro al territorio de cualquier otro país miembro de la OMC. Por ejemplo el envío de datos a través de algún medio electrónico.
- Consumo en el extranjero: en el territorio de un país miembro a un consumidor de servicios de cualquier otro país miembro de la OMC. Por ejemplo el turismo.
- Presencia comercial: por el proveedor de servicios de un país miembro mediante presencia comercial en el territorio de cualquier otro país miembro de la OMC.
- Movimiento de personas físicas: por un proveedor de servicios de un país miembro mediante la presencia de personas físicas en el territorio de cualquier otro país miembro de la OMC. Está relacionado con la “entrada y estancia temporal de personas con el fin de suministrar un servicio”.

Las obligaciones y disciplinas generales establecidos en el AGCS para los países Miembro son:

- Nación más favorecida. Establece que cada país Miembro otorgará inmediata e incondicionalmente a los servicios y a los proveedores de servicios de cualquier otro país Miembro, un trato no menos favorable que el que conceda a los servicios similares de cualquier otro país.

La única excepción permitida a este principio, además de las que hayan sido determinadas en la lista inicial de excepciones, es la que tiene que ver con liberalización del comercio de servicios entre las partes de un acuerdo de integración económica, sin que tenga que extenderse a los demás miembros del acuerdo.

---

<sup>62</sup> En el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios - AGCS, los gobiernos Miembros de la OMC se comprometieron a liberalizar progresivamente el comercio de servicios. El Comercio de servicios es objeto de negociaciones comerciales internacionales desde Enero de 2000.

- Transparencia. Determina que cada país Miembro publicará con prontitud "todas las medidas pertinentes de aplicación general" que afecten al funcionamiento del Acuerdo. Además los países Miembro deben notificar las nuevas leyes, reglamentos o directrices administrativas que afecten al comercio de servicios de acuerdo con los compromisos específicos establecidos.

Las demás normas básicas contemplan la reglamentación nacional, el reconocimiento de los títulos académicos, control sobre los monopolios y proveedores exclusivos, prácticas comerciales, medidas de salvaguardia urgentes, pagos y transferencias, restricciones para proteger la balanza de pagos, contratación pública, subvenciones y algunas excepciones.

Los compromisos específicos giran principalmente en torno al libre acceso a los mercados y el Trato Nacional, y se basan en el principio de que cada país Miembro otorgará a los servicios y a los proveedores de servicios de los demás países Miembro un trato no menos favorable que el previsto en su Lista de compromisos.

Las medidas contempladas en las negociaciones del AGCS que afectan el libre acceso a los mercados y que no se pueden aplicar a los servicios extranjeros o a sus proveedores, a menos que sea especificado en la lista de compromisos son:

- "Limitaciones en el número de proveedores
  - Limitaciones en el valor total de los activos o transacciones de servicios.
  - Limitaciones en el número total de operaciones de servicios o a la cuantía total de la producción de servicios.
  - Limitaciones al número total de personas físicas que pueden emplearse en un determinado sector de servicios o que un proveedor de servicios pueda emplear
  - Medidas que restrinjan o prescriban los tipos específicos de persona jurídica o de empresa conjunta por medio de los cuales un proveedor de servicios puede suministrar el servicio
  - Limitaciones porcentuales a la participación de capital extranjero, o limitaciones al valor total de las inversiones extranjeras".

Por su parte, las medidas contempladas en las negociaciones del AGCS que afectan el Trato Nacional son:

- "Medidas fiscales, subvenciones y donaciones
- Prescripciones en materia de nacionalidad y residencia
- Trámites de licencias, normas y calificaciones

- Prescripciones en materia de inscripción
- Prescripciones en materia de autorización
- Prescripciones en materia de resultados
- Prescripciones en materia de transferencia de tecnología”.

Las prescripciones en materia de nacionalidad, residencia y otras que apliquen sobre el personal contratado por empresas extranjeras, la política de migración, la reglamentación del mercado laboral y los impuestos y tasas en concepto de seguridad social se encuentran fuera del ámbito del AGCS.

### **Contratación con el Estado Peruano**

Como ya se ha mencionado, uno de los canales principales de comercialización corresponde a la participación en los procesos de adquisición y contratación del Estado.

Los requisitos que deben cumplir las empresas que resulten ganadoras de la buena pro en los procesos de selección de proveedores del Estado comprenden:

Para la firma del contrato es necesario que el postor ganador presente la constancia de no estar inhabilitado para contratar con el Estado y la constancia de capacidad libre de contratación, en el caso de las obras. Estas constancias son emitidas por el CONSUCODE y tienen una vigencia de 30 días desde su emisión.

Adicionalmente debe presentar las garantías que aseguren la ejecución y cumplimiento del contrato, éstas son la carta fianza, la póliza de caución y una garantía de fiel cumplimiento por el 10% del monto total del contrato con vigencia hasta su finalización. Por último debe presentar el contrato asociativo en caso que se actúe como consorcio. Además pueden existir algunos otros requisitos específicos.

En relación con la contratación con el estado, es importante tener en cuenta que de acuerdo con la Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley No.27444, cada entidad del gobierno está obligada a elaborar el TUPA - Texto Unico de Procedimientos Administrativos correspondiente a los trámites administrativos de su dependencia, en el cual se incluyen los requisitos, costos, plazos de ejecución, lugar de trámite, autoridades y demás información relevante sobre cada uno de los procedimientos a su cargo.

Todas las entidades administrativas están obligadas a publicar su TUPA cada dos años, en el Diario Oficial “El Peruano” cuando la entidad es de carácter nacional o en el diario correspondiente de la provincia responsable en caso contrario.

#### Registro Nacional de Contratistas<sup>63</sup>

“Todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que deseen participar en procesos de selección para contratar con el Estado la consultoría de obras públicas, sea que se presenten en consorcio, como subcontratistas o de manera individual”, deben inscribirse en el Registro Nacional de Contratistas – RNC.

Según sea el caso, los interesados deben registrarse en el Registro de ejecutores de obras o en el Registro de consultores de obras.

En el Registro de ejecutores de obras se inscriben quienes deseen contratar la ejecución de obras públicas con el Estado. Se les expiden los siguientes documentos:

- a. “Certificado de Inscripción, Renovación, Aumento de Capacidad de Contratación, Ampliación de Especialidad, Cambio de Razón Social y de Modificación de Inscripción, y
- b. Constancia de Capacidad Libre de Contratación, de Inscripción de Consorcio, de Inscripción de Sub-Contratos y de No estar Inhabilitado para Contratar con el Estado.”

Por otro lado, en el Registro de consultores de obras se inscriben quienes deseen contratar la consultoría de obras públicas con el Estado. Además de asignarles especialidades a los consultores con base en los trabajos que han realizado, se les expiden los siguientes documentos:

- a. Certificado de Inscripción, Renovación, Ampliación de Especialidad, Cambio de Razón Social, y
- b. Constancia de Inscripción de Consorcio, de Inscripción de Sub-Contratos y de No estar Inhabilitado para Contratar con el Estado.

Según el Reglamento del RNC, los documentos que presenten los ejecutores o consultores de obras extranjeros, deben estar legalizados ante el Consulado Peruano en su país de origen, refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú.

---

<sup>63</sup> Fuente: CONSUCODE-Consejo Superior de Adquisiciones y Contrataciones del Estado, Reglamento del Registro Nacional de Contratistas-RNC: Resolución **Nº 039-2001-CONSUCODE/PRE**. [www.consucode.gob.pe](http://www.consucode.gob.pe).

Adicionalmente, el CONSUCODE gestiona el Registro de Inhabilitados para Contratar con el Estado, en donde se incluye a los proveedores, postores o contratistas que estén sancionados administrativamente con suspensión o inhabilitación por parte de el Tribunal de Contrataciones y Adquisiciones del Estado.

### **Registro de Marcas**

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), y en particular la Oficina de Signos Distintivos, es la entidad encargada del registro de marcas de productos o servicios en Perú.

Como recomendación del mismo INDECOPI, el primer paso para registrar una marca es solicitar el servicio de búsqueda de antecedentes para verificar si existe alguna marca parecida a la que se quiere registrar, sin embargo, este no es un factor definitivo, pues el registro de un elemento de la propiedad industrial está sujeto a una evaluación de posible confundibilidad con otros signos registrados, y un examen para determinar si cumple con los requisitos de registrabilidad exigidos. El costo del servicio es de US\$ 11,23 (convertido en soles corresponde a Treinta y ocho soles, setenta y cinco céntimos) por cada denominación, y US\$ 14,4 (convertido en soles corresponde a cuarenta y nueve soles, noventa y un céntimos) por cada figura en cada clase y estas tarifas disminuyen en la medida que se soliciten varias búsquedas en diferentes clases. (Las clases se pueden consultar en los Anexos, así como las tarifas para varias búsquedas). El trámite se demora tres días hábiles.

Los requisitos para solicitar el registro de una marca son los siguientes:

1. Solicitar el formulario de registro de marcas en la caja del INDECOPI (es gratuito)
2. Entregar el formulario debidamente diligenciado y adjuntando los siguientes documentos (ver formulario en Anexos):
  - Comprobante de pago por S/. 424,70 (Cuatrocientos veinticuatro soles con setenta céntimos), correspondiente a US\$ 123,10.
  - Si el signo está constituido por un logotipo, envoltura o figura, se deben adjuntar 5 reproducciones que no excedan 5x5 cm, en un solo plano, y en colores si es se quieren proteger.
  - Si el signo solicitado está constituido por un envase, las reproducciones deben mostrar el mismo, visto de frente, de perfil, desde lo alto y la base.

- Si el solicitante es una persona jurídica, se deben adjuntar los documentos que acrediten su existencia y representación legal
- Si es una persona natural, se deben adjuntar el nombre y datos. Si actúa a través de algún apoderado, los poderes correspondientes con las firmas debidamente legalizadas.
- Si se trata de documentos expedidos en el extranjero, visación consular.
- Si se reivindica prioridad, debe anexarse la copia certificada de la solicitud cuya prioridad se reivindica, señalándose expresamente el número de la misma y la fecha y país de presentación.

El procedimiento es el siguiente:

- Ingresar el formulario diligenciado en su totalidad, con los logotipos pegados en el área indicada y los demás requisitos a la Mesa de Partes, área que designará un número de expediente y entregará un cargo de la solicitud presentada
- Una vez admitida la solicitud, dentro de los 15 días hábiles siguientes, esta es examinada por la oficina competente para verificar que se ajuste a los requisitos establecidos.
- Si la Oficina considera que no se han cumplido los requisitos establecidos, notifica al solicitante y este tiene un plazo improrrogable de 60 días hábiles para subsanar las omisiones. Si dentro del plazo señalado no se subsanan dichas omisiones, la solicitud será declarada en abandono y archivada.
- Si la Solicitud de Registro cumple los requisitos formales, la Oficina ordena su publicación por una sola vez, en el diario oficial "El Peruano", a costo del solicitante; si el signo a registrar está constituido por un logotipo, envase o envoltura, se debe adjuntar una reproducción que no exceda 3x3 cm. Esta publicación debe realizarse dentro de los tres meses siguientes a partir de haber recibido la Orden de Publicación, si no es así, el expediente caerá en abandono y será archivado. Si se solicita el registro de una marca en clases diferentes, se puede pedir una orden de aviso múltiple, hasta dentro de los 10 días siguientes a la fecha de presentación del expediente.
- Dentro de los 30 días hábiles siguientes a la fecha de publicación, cualquier persona que tenga legítimo interés, podrá presentar oposición al registro de la marca solicitada. Posteriormente y después de la presentación de requisitos básicos para el opositor se iniciará el proceso para tomar una decisión con respecto al registro de la nueva marca.
- Si se vence el plazo anterior sin que se presente ninguna oposición, la Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad y a otorgar o denegar el registro de la marca. Este hecho será

comunicado al interesado mediante resolución debidamente motivada.

Se pueden adjuntar copias simples de los documentos requeridos pero en cualquier momento la oficina puede exigir los originales para verificar la información. Si se tramitan varios registros de marca a la vez, se pueden adjuntar los documentos requeridos en solo uno de ellos y en los otros se presentará un escrito haciendo referencia al número de expediente o solicitud al cual se adjuntaron los originales.

La validez del registro de marcas es por diez años, renovable por periodos sucesivos iguales, en forma indefinida. Esta renovación debe solicitarse a la Oficina de Signos Distintivos dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro; sin embargo, existe un periodo de gracia de seis meses después de la fecha de vencimiento en los cuales el titular puede solicitar la renovación del registro adjuntando el comprobante de pago respectivo por S/. 387,50 (trescientos ochenta y siete mil Nuevos Soles con cincuenta céntimos), correspondiente a US\$ 112,31.

### **Situación de los productos colombianos**

Colombia, al hacer parte de la Comunidad Andina de Naciones, entra de forma favorable al mercado peruano con preferencias arancelarias muy favorables pues el gravamen arancelario (impuesto advalorem) está liberado entre un 80% y un 100% en los diferentes productos, llegando a ser un 0%, de igual forma para Venezuela, Ecuador y Bolivia. Por otra parte, Perú ha suscrito convenios comerciales en el marco de la ALADI, que afectan el sector en referencia, con Chile.

Si comparamos la posición de Colombia con respecto a los otros países que no están dentro del marco de la Comunidad Andina de Naciones, se puede apreciar que nuestros productos se benefician de forma directa de estas negociaciones<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> Para conocer el tratamiento arancelario de cada uno de los productos considerados como Dotación Institucional, remitirse a [www.aduanet.gob.pe](http://www.aduanet.gob.pe), o referirse a los estudios de mercado correspondiente al sector al cual pertenece el producto seleccionado.

## **Estructura de los costos de nacionalización en Perú**

### *Cálculo del costo de importación*

Para calcular el costo de importación, deben tenerse en cuenta todos los elementos relevantes para una importación, los cuales son:

#### Precio FOB

- Flete
- Seguro

#### Precio CIF

- Derechos
- Gastos de Importación
- Gastos Administrativos

### *Costo Total de la Importación*

Existen dos formas para calcular el Costo de Importación, las cuales son:

A) Tomar como base la factura comercial, proforma o cotización.

B) Tomar como base las Normas de Valoración de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

En ambos casos, debe establecerse el Precio Normal, que es aquel al que cualquier comprador en un mercado de libre competencia puede acceder. El objeto de la determinación de este Precio Normal, es el de establecer la base sobre la cual se deben de calcular los derechos e impuestos a pagar. El Precio Normal es el precio FOB (FCA) de las mercancías, seguido se le agrega el valor del flete (precio consignado en el documento de embarque correspondiente) y por último, se incluye el valor del seguro, lo que determinará el Precio CIF, conocido como la Base Imponible, precio sobre el cual se calcularán los derechos e impuestos que afectarán una importación determinada.



De acuerdo con las leyes vigentes, se puede establecer un cuadro para la determinación el valor de los derechos e impuestos a pagar en el momento de nacionalizar la mercancía en el Perú:

**Tabla 22: Cálculo del valor de los Impuestos**

<b>CÁLCULO DEL VALOR DE LOS IMPUESTOS</b>	
TRIBUTO	BASE IMPONIBLE
Ad Valorem	Valor CIF, Aduanero
Sobretasa Flexible *	
Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)	CIF + ADV + *
Impuesto General a las Ventas (IGV)	CIF + ADV + ISC
Impuesto de promoción municipal (IPM)	CIF + ADV + ISC

(\*) Sobretasa Flexible, también denominada Derechos Específicos, aplicada a los productos alimenticios de acuerdo a una relación publicada por las entidades que correspondan.

A la suma total de estos tributos se les denomina ADEUDO, el cual será pagado en ADUANAS, para la nacionalización de la mercadería.

El ADEUDO, es desglosado íntegramente de la siguiente manera:

El IGV e IPM, formarán parte del Crédito Fiscal.

El Ad Valorem, la Sobretasa flexible (si existiera) y el ISC (si existiera) forman parte de los Costos de Importación.

### *El seguro*

Cuando la mercancía no esta asegurada, ADUANAS, toma en cuenta, sus Tablas de seguro (el porcentaje es descrito en las tablas decuadro comparativo por países) estableciendo, el valor que ayudará a calcular la base imponible, (este valor solamente servirá para el cálculo de la base imponible, no significa que el importador deberá pagar este monto a ADUANAS).

### *Gastos de Importación*

**El Costo Total de la Importación** estará formado por:

CIF + Derechos + Gastos de Importación + Gastos Administrativos y Financieros<sup>65</sup>.

<sup>65</sup> ADEX, Administración de Negocios Internacionales, Centro Académico de ADEX

Los gastos de importación abarcan, el pago del informe de verificación y los gastos adicionales en los que incurre la carga hasta el momento de llegar la mercancía a la bodega del cliente, entre los que se encuentran:

- Descarga
  - Handiing
  - Tracción
  - Movilización de Carga
  - Conducción
  - Gastos Operativos
  - Almacenaje
  - Servicio al cliente.
  - USO DE equipo
  - Servicios Administrativos
  - Lavado de contenedor
  - Comisión del Agente de Aduana
  - Otros gastos (dependerán del producto importado)
- 
- De esta panera los desembolsos realizados por la empresa no se deben elevar.

Estos gastos se describirán con más detalle en el capítulo de Distribución Física Internacional.

#### - Gastos Administrativos y Financieros

Los gastos administrativos y financieros dependerán de la operación a realizar entre los principales se encuentran:

- Comisiones por apertura y confirmación de la carta de crédito.
- Comisiones por transferencia.
- Intereses de Letras en descuentos.
- Intereses de Pagaré (ejm: Garantía Warrañt)
- Intereses del Advance Account.
- Otros intereses y comisiones.
- Gastos Administrativos.

#### Inversión Extranjera

Perú se ha preocupado por generar un ambiente propicio para la inversión extranjera, mejorando su solidez y estabilidad como resultado

del plan de estabilización económica y el proceso de reformas estructurales aplicadas desde inicios de la década de los noventas.

El marco legal vigente, garantiza y protege la inversión e incluye un régimen de estabilidad jurídica para inversionistas extranjeros soportado mediante la suscripción de convenios con el Estado. A la fecha Perú ha suscrito 28 Convenios de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con igual número de países -entre ellos Colombia-, en los cuales se garantiza un trato no menos favorable que el otorgado a la inversiones de nacionales y/o de otros países, si hay expropiación es por necesidad pública justificada y se reconoce una indemnización al inversionista, se garantiza también la transferencia de fondos (las utilidades pueden ser repatriadas en su totalidad por los inversionistas extranjeros) y limita las facultades del Estado para imponer prácticas restrictivas a la inversión.

En el ámbito externo, este marco legal se complementa con el acceso a mecanismos de protección a nivel bilateral y multilateral, así como a eficientes mecanismos de solución de controversias. También se han suscrito convenios para evitar la doble tributación en los cuales los Estados firmantes renuncian a su jurisdicción tributaria sobre determinadas ganancias y acuerdan que sea uno de los Estados el que cobre el impuesto, o en todo caso que se realice una imposición compartida, es decir que ambos Estados sean los que graven a través del uso de tasas complementarias; para el caso colombiano estos convenios están consignados en la Decisión 40 del Acuerdo de Cartagena.

Perú solamente exige como requisitos a la Inversión Extranjera una comunicación de que la inversión se ha realizado -sin tener que lograr autorizaciones previas-, y que la canalización de la inversión que se realice en moneda libremente convertible, sea a través del Sistema Financiero Nacional.

#### Como constituir una empresa en Perú

El primer paso para establecer una empresa en el Perú es decidir si se va a constituir una empresa nueva o una sucursal. Una vez tomada esta decisión se debe definir el tipo de sociedad o constitución jurídica de la misma; la legislación peruana define sociedad anónima, sociedad colectiva, sociedad comercial de responsabilidad limitada, sociedad civil de responsabilidad limitada, sociedad en comandita por acciones, asociaciones en participación, consorcios y sucursales.

Las formas empresariales más utilizadas son la sociedad anónima y las sucursales.

### *Sociedad Anónima*

Las características de esta forma empresarial son las siguientes:

- No hay limitaciones a la denominación de la sociedad anónima, la única condición es que se indique claramente su naturaleza de “sociedad anónima” o las iniciales “S.A.”
- El capital se integrará por aportes de los socios y estará representado por acciones nominativas; los socios no responden personalmente por las deudas sociales. Para constituir la sociedad es necesario que tenga su capital suscrito totalmente, y cada acción suscrita pagada, por lo menos, en un 25%. No hay un monto mínimo de capital.
- El número de accionistas no puede ser menor a 2 personas naturales o jurídicas, residentes o no residentes en el país.
- Existen dos formas de constituirse, en un sólo acto (Constitución Simultánea), o en forma sucesiva (Constitución por Oferta a Terceros). En ambos casos debe intervenir el Notario Público. Los fundadores de la sociedad deben entregarle a este los documentos e información necesaria para poder iniciar su constitución.

*Constitución Simultánea.* El aporte de capital social debe depositarse en una cuenta abierta en una Institución Financiera del Perú, luego de lo cual los fundadores redactarán la Minuta de Constitución, debidamente refrendada por un abogado, y la llevarán así firmada al Notario, quien la elevará a Escritura Pública, con la finalidad de que se inscriba en el Registro Mercantil correspondiente al lugar donde se constituya.

- *Constitución por Oferta a Terceros.* Los fundadores deben redactar un programa de constitución que llevarán al Notario para efectos de legalización de sus firmas. Una vez legalizadas, se depositarán en el registro mercantil para su posterior publicación, con la finalidad de encontrar potenciales suscriptores. La asamblea de suscriptores se realizará en el lugar y hora establecida en el programa, o en su defecto, en los que señale la convocatoria que hagan los fundadores. En los 30 días siguientes a la celebración de la asamblea, las personas designadas, otorgarán la Escritura Pública de Constitución de la sociedad, la cual se inscribirá en el Registro Mercantil del domicilio de la sociedad.
- *Gastos de Constitución:* Dentro del proceso de constitución de una sociedad anónima, se incurre en gastos notariales, los cuales hacen

referencia al monto de capital y a la extensión de la Escritura Pública, gastos registrales que equivalen al 3/1000 del capital social, y otros gastos como la inscripción del nombramiento de Directores, pago de honorarios de abogado, notario, etc.

- Los aportes pueden ser efectuados en moneda nacional y/o extranjera, bienes físicos o tangibles, o contribuciones tecnológicas intangibles, que puedan presentarse como bienes físicos, documentos técnicos e instrucciones; con la finalidad de que sean susceptibles a ser valuados. Los aportes no dinerarios serán revisados por el Directorio.
- Dentro de la sociedad debe existir una Junta General de Accionistas - órgano máximo de la sociedad -, que decida por mayoría (teniendo en cuenta el número de acciones en que se encuentra dividido el capital) los asuntos propios de la sociedad.
- Es deber de la Junta General de Accionistas elegir el Directorio e inscribir dicha designación en el registro mercantil del lugar donde se encuentra domiciliada la sociedad. El Directorio debe estar conformado mínimo por tres personas, y el número de directores quedará fijado en el estatuto, o en su defecto, será fijado por la Junta. El Director no necesariamente tiene que ser accionista, salvo en el caso que el Estatuto así lo disponga, y puede ser un extranjero no domiciliado.
- El directorio tiene las facultades de representación legal y de gestión necesarios para la administración de la sociedad. Sus obligaciones comprenden formular memorias, estados financieros y la propuesta de aplicación de las utilidades. Estos documentos deben reflejar la situación económica y financiera de la sociedad, las utilidades obtenidas o las pérdidas sufridas y el estado de sus negocios.
- Otra función del Directorio es nombrar al Gerente, salvo que el Estatuto indique que esta es facultad de la Junta General. El Estatuto y/o la Junta General especifican el número de gerentes, la duración del cargo y las atribuciones de los mismos. Si las atribuciones del gerente no han sido especificadas, se presume que el gerente está facultado para la ejecución de los actos y contratos ordinarios correspondientes al objeto social.
- Es obligación de las empresas llevar los libros de contabilidad principales (Inventario y Balances, Diario, Mayor, Planilla de Sueldos y/o salarios, Actas, Caja, Registro de compras, Registro de ventas), las cuales deben llevarse en castellano y en moneda nacional, salvo en el caso que se hayan suscrito contratos especiales entre la empresa y el Estado que les permita llevar su contabilidad en moneda extranjera. Los libros deben legalizarse ante Notario Público, a excepción de las Planillas que se legalizan en el

Ministerio de Trabajo y Promoción Social, pagando la tasa correspondiente en el Banco de la Nación.

- *Utilidades.* Sólo podrán ser pagados dividendos sobre las acciones en razón de utilidades obtenidas o reservas de libre disposición, siempre que el patrimonio no sea inferior al capital social. La distribución de dividendos a los accionistas se realizará en proporción a las sumas desembolsadas y al tiempo de integración al capital social.

### *Sucursales*

El único requisito para establecer sucursales de empresas colombianas en Perú, es inscribirlas en el registro del lugar de su funcionamiento en el país. Para esto, deben validarse los siguientes documentos registrados en Colombia:

#### 1. Escritura Pública:

Debe contener como mínimo el certificado de vigencia de la sociedad principal en el país de origen en el cual conste que su pacto social no le impide establecer sucursales en el extranjero.

#### 2. Copia del pacto social o del estatuto

Es un acuerdo de establecer la sucursal en el Perú, adoptado por el órgano social competente de la sociedad, que debe indicar el capital que se le asigna para el inicio de sus actividades en el país, la declaración de que tales actividades están comprendidas dentro de su objeto social, el lugar del domicilio de la sucursal, la designación de por lo menos un representante legal permanente en el país, los poderes que le confiere, y su sometimiento a las leyes del Perú para responder por las obligaciones que contraiga la sucursal en el país. El representante legal nombrado en el Perú, debe tener poder para resolver cualquier cuestión relacionada con las actividades de la empresa, para obligar a la sociedad por las operaciones que realice la sucursal y las facultades generales de representación procesal que exige la ley.

### *Contratos Asociativos*

También se considera inversión extranjera directa a los recursos destinados a los contratos asociativos (contrato de asociación en participación, consorcio y joint venture), que otorguen al inversionista extranjero una forma de participación en la capacidad de producción, sin

que esto implique aporte de capital, y que corresponde a operaciones comerciales de carácter contractual. A través de las cuales el inversionista extranjero provee bienes o servicios a la empresa receptora a cambio de una participación en volumen de producción física, en el monto global de las ventas o en las utilidades netas de la receptora.

Este tipo de contrato no genera una persona jurídica, deberá constar por escrito y no está sujeto a inscripción en el Registro.

#### Obligaciones de las empresas extranjeras en Perú

Además de los requisitos legales establecidos para la constitución de nuevas empresas o sucursales, las empresas que realicen inversión extranjera en Perú adquieren ciertas obligaciones dentro de la legislación peruana.

#### *Registro Único de Contribuyentes RUC*

La empresa debe registrarse como contribuyente ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), para luego acceder al Certificado que acredita su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes. Para la obtención de este registro se deberá presentar:

1. Minuta de constitución
  2. Recibo de agua o luz del domicilio fiscal
  3. Formato de inscripción de RUC de la SUNAT
  4. Documento de identidad en original del representante legal
- \* Si el trámite lo realiza una tercera persona deberá presentar una carta poder simple otorgada por el representante legal, el documento de identidad en original de la tercera persona.

La inscripción en el Registro Unico de Contribuyentes - RUC, permite que, de forma automática, las empresas obtengan su registro en los Ministerios competentes, así como las autorizaciones y permisos o licencias sectoriales necesarias para iniciar sus actividades, además el registro correspondiente en el Instituto Peruano de Seguridad Social - IPSS, sin perjuicio del trámite que dichas empresas deberán efectuar ante la Municipalidad.

### *Registro de Inversión Extranjera*

Toda inversión extranjera destinada al capital de una empresa, así como aquellas formalizadas contractualmente con una empresa peruana, incluyendo las asociaciones en participación y cualquier otra forma de asociaciones de riesgo, deben registrarse ante la Comisión Nacional de Inversiones y Tecnologías Extranjeras -CONITE. El procedimiento de registro y los documentos requeridos dependen del tipo de aporte efectuado.

*Aportes en moneda libremente convertible:* En los casos de constitución de empresas, inversiones en bienes ubicados físicamente en el territorio nacional y en contratos de asociación o similares, se acompañará copia de los documentos que certifiquen la canalización de los aportes a través del Sistema Financiero Nacional -en los cuales figure el nombre o razón social del inversionista como girador en el exterior-, contra cuenta abierta en banco o entidad financiera del exterior a nombre de la empresa receptora de la inversión. Cuando los aportes son destinados a la constitución de empresas, podrá acreditarse el giro a nombre del mandatario o apoderado del inversionista, debiendo certificarse tal condición.

*Aportes producto de la capitalización de obligaciones privadas con el exterior :* Deberá acreditarse la existencia de la obligación pendiente de pago, mediante presentación de copia de los documentos contables correspondientes.

*Aportes en bienes físicos o tangibles, inclusive en casos de contratos de asociación en participación o similares.* Requiere copia de la factura comercial, libre de pago, y de póliza de importación emitida por la Administración de la Aduana correspondiente.

*Aportes en contribuciones tecnológicas intangibles :* Se acompañará copia del certificado de registro de marca, patente u otro elemento de propiedad industrial, expedido por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección a la Propiedad Intelectual (INDECOPI) que acredite el derecho, vigente, a nombre del inversionista, así como copia del Acta de la Junta de Directorio o de la Junta de Accionistas, donde conste la confirmación de la valorización efectuada, o copia del contrato correspondiente, en el caso de asociaciones en participación o similares.

*Aportes en moneda nacional con derecho a giro, por concepto de utilidades, dividendos, regalías u otro tipo de acreencias devengadas.* Deberá acreditarse, mediante copia de los documentos contables pertinentes, la disponibilidad de los recursos con derecho a giro.



Adicionalmente, en el caso de regalías, deberá adjuntarse copia de la Resolución de Registro, ante el organismo nacional competente, del contrato que generó la obligación.

Además, para todos los casos se adjuntará:

1. Copia de la Escritura Pública de Constitución de la nueva empresa o de la sucursal, según corresponda, con la constancia de inscripción en el Registro respectivo.
2. Copia del asiento contable de capitalización.
3. En el caso de joint-ventures contractuales, copia del correspondiente contrato.

#### *Licencia Municipal de Funcionamiento*

Esta licencia es requisito para funcionar comercialmente, y se solicita ante la Municipalidad de la jurisdicción, donde esté ubicada la sociedad.

#### *Registro Patronal*

Los requisitos son los siguientes:

- Formato otorgado por el Instituto Peruano de Seguridad Social (IPSS)
- RUC
- Libro de Planillas sellado por el Ministerio de Trabajo
- Licencia de funcionamiento o Registro Industrial según sea el caso.
- Libreta Electoral del representante legal

## DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

La cadena de Distribución Física Internacional en el proceso de exportación de mercancías es de vital importancia, la planeación, el conocimiento de los procedimientos en el despacho de mercancías al exterior garantiza la optimización de las condiciones de acceso, de los costos que se generan y los tiempos de entrega al cliente. El completo control sobre estas variables garantiza la satisfacción de las necesidades del cliente y el éxito de la operación.

Para acercar al exportador colombiano con el comportamiento de las variables que influyen en la movilización de mercancías del sector objetivo de este estudio, inicialmente se hará un análisis de la composición y estructura de los medios de transporte utilizados y de la composición del precio CIF de la mercancía.

Por otro lado se hará un manual en donde se describe el proceso logístico, este capítulo se iniciará con una guía práctica para la exportación de mercancía en tres casos específicos, la primera, para procesos definitivos, la segunda con fines específicos como Ferias Internacionales y la tercera sobre muestras sin valor comercial. En esta guía encontrará la documentación requerida para cada uno de los casos, los procedimientos que sigue para el ingreso de la mercancía y los actores que intervienen en cada uno de estos procedimientos.

Adicionalmente, información de los principales puntos de acceso por las diferentes vías de transporte, seguido de una relación de las empresas que intervienen en el proceso logístico y el dinamismo del sector.

Como elementos de apoyo al exportador, en referencia al transporte internacional, las rutas, frecuencias y empresas prestadoras de servicios de transporte internacional desde Colombia se puede acceder a la página de Proexport Colombia, link logística on line <http://www.proexport.com.co/VBeContent/logistica/Logistica.asp> allí encontrará información detallada sobre los diferentes servicios que se ofrecen para los diferentes modos de transporte ya sea marítimo, aéreo o terrestre.

**Proceso exportador a Perú**

Con respecto al tema de la logística en el proceso exportador al Perú, es muy importante determinar aspectos que no se conocen o no se tienen en cuenta y que pueden retrasar o entorpecer la labor exportadora. Esto como generador de sobrecostos innecesarios, que se presentan frecuentemente por la desinformación y la inadecuada preparación de la documentación y requisitos que se exigen en la aduana del país de destino.

Generalmente se tiene la concepción de que el proceso exportador es lento y dispendioso, e implica innumerables gastos, además de la asignación de mucho tiempo, sin embargo, si el exportador lee cuidadosamente este pequeño instructivo conocerá de forma fácil y corta los pasos a seguir para llevar a buen término esta labor.

Es importante destacar que toda la información presentada a continuación es proveniente de las legislación y normas establecidas en Perú para la realización de las actividades de comercio exterior y que están sujetas a cambios dependiendo de las modificaciones efectuadas por las autoridades aduaneras de ese país.

Tabla 23: Cadena Logística para Exportar al Perú, 2003.

LUGAR	PASOS	Empresa o persona que interviene en el proceso	TIEMPO
EXW: EX WORKS			
COLOMBIA	Informe de Verificación	EXPORTADOR	Este toma una semana hábil desde la solicitud del importador hasta la emisión del Informe
	Traslado de la mercancía a Depósito	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE NACIONAL	Este tiempo depende de la ubicación de la empresa y del puerto de salida de la mercancía
	Trámite documentario para la exportación	AGENTE DE ADUANA	Toma dos días hábiles cuando la documentación esta completa
	Emisión del Documento de Transporte	COMPAÑÍA TRANSPORTADORA DE CARGA INTERNACIONAL	Toma un día después de la salida de la mercancía, en el caso aéreo es menor
	FOB : Free On Board		
	Tiempo de Tránsito Internacional		
	Aéreo	EMPRESA DE TRANSPORTE AEREO INTERNACIONAL	E tiempo de vuelo entre Bogotá - Lima es de 3 horas y media
	Marítimo	EMPRESA DE TRANSPORTE MARITIMO INTERNACIONAL	El tránsito del Puerto de Buenaventura al Puerto del callao puede tomar entre 3 y 5 días
	Terrestre	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE INTERNACIONAL	El tránsito desde Bogotá a Lima toma aproximadamente una semana
CIF : Cost Insurance and Freight			
Llegada a Puerto o Aeropuerto	Descargue de la mercancía	TERMINAL DE ALMACENAMIENTO	Toma entre una y tres horas, desde la llegada del medio de transporte aproximadamente
	Cargue de la mercancía en camión para su traslado		
	Traslado de la mercancía al terminal de almacenamiento		
DDU : Delivery Duty Unpaid			
Terminal de Almacenamiento	Recepción de la mercancía	TERMINAL DE ALMACENAMIENTO	Toma entre tres y cinco horas depende como venga la carga (Contenedor, carga suelta)
	Desconsolidación de la carga		

LUGAR	PASOS	Empresa o persona que interviene en el proceso	TIEMPO
	Emisión de manifiesto de carga		
	Nacionalización de la carga	AGENTE DE ADUANA	Toma entre dos y cinco días cuando las condiciones son óptimas para la nacionalización
	Aforo de la mercancía		
	Retiro de la mercancía		
DDP: Delivery Duty Paid			
Disposición del Importador	Transporte al lugar convenido con el importador	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE NACIONAL	Esto depende de las indicaciones de destino que tenga el importador Ver cuadro de tiempos en la sección de transporte terrestre

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

El primer paso para exportar al Perú es identificar exactamente el producto a exportar según la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado. Para el caso de Perú – Colombia se aplica la nomenclatura NANDINA establecida bajo el marco de la Comunidad Andina de Naciones. Realizar este paso es fundamental para la identificación de los requisitos que se deben cumplir.

Una vez definida la posición arancelaria, se puede establecer el conjunto de normas y requisitos arancelarios y no arancelarios que deben cumplir las mercancías al momento de su despacho. Estas normas y requisitos deben ser estudiadas con rigor, ya que de esto depende el que un producto sea competitivo o no en el mercado. Recuerde que el pago de gravámenes arancelarios y tributarios actualmente se encuentran negociados bajo los acuerdos comerciales en la Comunidad Andina de Naciones, otorgando una reducción en el valor del pago de impuestos al ingreso de mercancías a los países miembro. (Ver en detalle en el capítulo de acceso al mercado). Aparte, usualmente dentro del conjunto de normas y requisitos encontrará con lo siguiente:

- El porcentaje de gravamen arancelario que se le aplica a la posición arancelaria seleccionada.
- Los impuestos locales que debe pagar la mercancía para su ingreso al país como son: el Impuesto General a las Ventas (IGV) que es del 17%, el Impuesto Selectivo a las Ventas (ISC) que depende del tipo de producto, el Impuesto de Promoción municipal (IPM) que es del

- 2% y se aplica a todos los productos, Derechos Específicos, Derechos Antidumping, Sobretasas y Seguros.
- Si la mercancía está sujeta a reconocimiento preembarque, Certificados adicionales que deben ser solicitados en el país de destino como son autorizaciones o vistos buenos (fitosanitarios, zoosanitarios, etc) para el ingreso de la mercancía.
  - Sobretasas adicionales que se deben pagar dependiendo de la mercancía a exportar (ver más información en el capítulo de acceso al mercado).

Posteriormente, se establecen las unidades de medida que rigen para el producto en el país de destino y que deben especificarse en la factura. En el caso de Perú, se aplica el Sistema Internacional de Medidas (SI) , las unidades de base son:

**Tabla 24: Unidades de base SI, 2003.**

MAGNITUD	UNIDAD	SÍMBOLO
Longitud	metro	m
Masa	kilogramo	kg
Tiempo	segundo	s
Intensidad de corriente eléctrica	ampere	a
temperatura termodinámica	kelvin	k
Intensidad luminosa	candela	cd
Cantidad de sustancia	mol	mol
Volumen	litro	lt

Fuente: INDECOP  
Elaboración GRUPO CONSUTOR

### Documentos Requeridos para la exportación

Para ingresar los productos el exportador debe tener listos y enviar al importador los siguientes documentos:

Factura Comercial  
Informe de verificación  
Certificado de Origen  
Documento de transporte

A continuación se detallará el contenido de cada uno de ellos:

### Factura Comercial

Nombre o razón social del remitente, Domicilio legal  
Número de orden, lugar y fecha de su formulación  
Nombre o razón social del importador y su domicilio  
Marca, otros signos de identificación, numeración del bulto; clase de los mismos y peso del bulto  
Descripción detallada de las mercancías; indicándose: número de serie, código, marca de la mercancía, modelo, unidad de medida, características técnicas, estado de la mercancía (nueva o usada), año de fabricación u otros signos de identificación si los hubieren  
Origen de la mercancía, entendiéndose por tal, el país en que se ha producido  
Valor FOB unitario de las mercancías según su forma de comercialización en el mercado de origen, ya sea por medida, peso, cantidad u otras formas  
Número y fecha de pedido o pedidos que se atiendan  
Número y fecha de la carta de crédito irrevocable que se utilice en la transacción, cuando lo hubiere

Cuando las facturas comerciales no consignen todos estos datos, o no sean precisos para su clasificación arancelaria, es necesario proporcionarla al importador para especificarla en el documento de nacionalización.

Se considera original la factura comercial remitida por medios electrónicos desde el interior e impresa en el Perú.

### Certificado de inspección

De conformidad con la legislación del Perú, a partir del 1 de marzo de 1997 el sistema de supervisión de importaciones se aplicará a la importación de mercancías cuyo valor FOB exceda los USD5.000,00 (cinco mil dólares americanos). Este servicio debe ser solicitado por el importador anexando la siguiente información:

- Datos del importador: Nombre o razón social, domicilio, teléfono, fax, persona responsable y el Registro Único Comercial
- Datos del vendedor: Estos datos corresponden a la empresa que emite la factura de venta y recibe el pago, el vendedor debe comunicar a la oficina filial de la empresa certificadora en el país de embarque, dónde esta ubicada la mercancía para ser supervisada.

-Información anexa: A esta solicitud debe ser complementada con una orden de pedido emitida por el importador donde proporcione la siguiente información:

-Términos de compra (INCOTERMS FOB, CIF, CFR, DDP, etc);  
-Forma de pago, (carta de crédito, contra entrega de documentos, pago adelantado, etc), dependiendo de la negociación, el medio de transporte, (marítimo, terrestre, aéreo, fluvial); aduana de ingreso, (debe especificarse la aduana por donde va a ser ingresada la mercancía); país de origen, (país de donde viene originariamente la mercancía); país y lugar de embarque, (detallar exactamente donde se va a embarcar la mercancía, ejemplo: puerto colombiano no es suficiente); fecha de embarque, (la fecha en la que se estima se va a hacer el embarque).

Adicionalmente, cada orden de pedido por parte del importador debe contener información sobre la clasificación específica de la o las posiciones arancelarias, así como una descripción de las mercancías, la cantidad, valor FOB unitario y el valor FOB total de la importación. También debe mencionarse si las mercancías son usadas y en que año fueron fabricadas.

Es importante saber que las mercancía amparadas en distintas facturas comerciales emitidas por un mismo proveedor extranjero, consignadas a un mismo vehículo transportador, con dos o más conocimientos de embarque, guías aéreas o cartas de porte, requerirán certificado de inspección, si en conjunto su valor es mayor o iguales a USD5.000,00

Según la legislación peruana, no está sujeta a inspección la nacionalización de las mercancías internadas bajo los siguientes regímenes o excepciones:

- 1- Por la partida arancelaria, según los Decretos Supremos 003-96-EF y 015-97-EF.
- 2- Por el valor; toda mercadería menor a los US\$ 5,000 en términos FOB .
- 3- La mercadería destinada a importación o admisión temporal.
- 4- Las donaciones destinadas a las entidades privadas, con fines benéficos, reconocidas oficialmente, y al sector público Nacional..
- 5- Los obsequios efectuados de conformidad con el Decreto Ley No. 22602 y Decreto Legislativo 503.
- 6- Los bienes comprendidos en los dispositivos sobre equipaje y menaje de casa.
- 7- Las importaciones efectuadas por el personal diplomático acreditado en el país o por organismos internacionales al amparo de los dispositivos legales vigentes.



- 8- Las mercancías consideradas como material de guerra o secreto militar, equipos y armamentos destinados a la defensa nacional.
- 9- Los envíos postales sin carácter comercial.
- 10- Las mercancías que por ley se encuentran exoneradas de todos los tributos de importación y demás gravámenes.
- 11- Las importaciones que efectúe el Estado a través de los organismos señalados en el inciso a) del artículo 7o. de la ley 26199 Ley Marco del Proceso Presupuestario para el Sector Público.
- 12- Otras establecidas en legislación específica<sup>66</sup>.

Las empresas certificadoras son: Bureau Veritas, Cotecna Inspection y SGS. El costo del servicio que debe cobrar la Empresa Supervisora, es una tarifa máxima de 1% del valor FOB de la mercancía, siendo la tarifa mínima de US\$ 250,00.

#### Certificado de Origen

Es la Acreditación Documental del Origen y Producción Nacional de una mercancía, y se realiza a través del diligenciamiento del Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen. Para que un producto pueda acogerse a las ventajas preferenciales de un determinado esquema o acuerdo comercial, deberá estar acompañado, en el momento de la importación, de un Certificado de Origen emitido en Colombia, donde se indiquen las normas o criterios de origen a cumplir, debidamente firmado y sellado por el funcionario oficial habilitado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; para tal efecto. Dependiendo del esquema preferencial o acuerdo de que se trate, existen varios tipos de certificados de origen, en el caso de Perú se debe cumplir con el certificado código N. ALADI- 255.

El trámite para obtener este certificado se realiza ante el Ministerio de Comercio, Industria y turismo; la solicitud de cada formulario tiene un costo de \$10.000,00 pesos colombianos que se consignan en el Banco Cafetero. Para obtener más información remitirse a:

[www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)

---

<sup>66</sup> [www.bureauveritas.com](http://www.bureauveritas.com)

Cabe señalar que este certificado debe solicitarse cada vez que se vaya a efectuar una exportación, y hacerlo llegar al importador para la nacionalización de la mercancía.

#### Documento de transporte

Se considera documento de transporte, el documento o factura que emite el transportista, detallando el costo del transporte desde el origen hasta su destino. Este documento es requerido por la aduana para el cálculo del valor en aduana de la mercancía. El documento emitido por el transportista, en el caso de transporte marítimo es conocido como Conocimiento de Embarque o Bill of Lading (B/L), para el caso aéreo Guía aérea o Air Way Bill (AWB), y Carta de porte en el caso de transporte terrestre.

En el caso del transporte marítimo, se considera válida la presentación de la primera copia del documento de transporte o la fotocopia debidamente visada por la empresa transportista.

### Proceso de nacionalización

#### *Importación definitiva*

La importación o exportación de bienes en el Perú se realiza bajo diferentes modalidades dependiendo la finalidad que tenga el ingreso, traslado o salida de la mercancía. Los regímenes, operaciones y destinos aduaneros especiales, o de excepción, son los siguientes:

Régimen definitivo: Se aplica en procesos de importación y exportación

Régimen suspensivo: Se utiliza en procesos de tránsito, trasbordo, depósito de aduana

Régimen Temporal: Aplicable para importación temporal para reexportación en el mismo estado, exportación temporal, importación temporal.

Régimen de perfeccionamiento: En casos de admisión temporal para Perfeccionamiento activo, drawback, reposición de mercancías en franquicia.

Régimen de Operaciones aduaneras: Para procesos de reembarque.

Régimen de destinos aduaneros especiales o de excepción como envíos de muestras comerciales e internamiento para ferias comerciales.

Es importante anotar que el importador debe tener actualizada su información ante la Superintendencia Nacional Tributaria y de Aduanas. El RUC (Registro Único de Contribuyente), debe indicar que actuará como importador y mencionar qué productos va a importar. Este es un procedimiento que se puede hacer acercándose a cualquier punto de atención de la aduana, y se debe hacer una sola vez, a menos que se cambie de actividad, de producto a importar, o se desactualice la información contenida en la base de datos de la Superintendencia.

En el caso de las importaciones realizadas bajo el régimen de importación definitiva, al momento de llegada de la mercancía a puerto o aeropuerto peruano, empieza el proceso de nacionalización. Para esto el importador debe tener en su poder los documentos listados anteriormente, y además tener en cuenta que para legalizar sus productos debe tener un agente de aduanas que lo represente si la mercancía supera el valor de los USD2.000. En caso contrario, el importador podrá utilizar el mecanismo de importación simplificada o importación courier para la entrada de la mercancía.

El proceso de nacionalización empieza con la recepción de la mercancía en el puerto, y es transportada a un Terminal de almacenamiento, el cual, emite un volante o manifiesto de carga que es la comprobación del arribo de la mercancía, para así empezar el procedimiento de legalización de la misma.

Una vez este volante es emitido, el agente aduanero comienza la tramitación documentaria ante la aduana peruana para el ingreso al país. Adicionalmente, se deben tener en cuenta los requisitos, certificados o autorizaciones con los que debe cumplir la mercancía y que deben ser emitidos por entidades reguladoras peruanas. Es importante destacar que si estos documentos están listos antes del arribo de la carga, significa un ahorro en costos de almacenaje y en tiempo de nacionalización. Los certificados, autorizaciones están descritos en el capítulo de Acceso al Mercado dependiendo de la naturaleza de la mercancía que se este nacionalizando.

El siguiente paso es la presentación de La Declaración Única Aduanera (DUA), que es el documento mediante el cual se solicita la nacionalización de la mercancía. Debe ser presentada dentro de los treinta días contados a partir del día siguiente del término de la descarga. Los requisitos que tienen que cumplir las mercancías amparadas bajo el DUA son:

- Pertenecer a un mismo consignatario
- Encontrarse almacenadas en un terminal de almacenamiento o depósito aduanero autorizado; excluyendo los casos en que las mercancías se acojan al sistema anticipado de despacho aduanero.
- Estar declarada en un solo manifiesto de carga
- Corresponder a un Conocimiento de Embarque, Guía Aérea, Boletín Postal, o carta de Porte.

Los documentos que se deben presentar junto con la DUA son:

- Declaración Única de Aduanas.
- Documento de transporte, según el medio utilizado.
- Factura Comercial.
- Informe de Verificación (original y 2 copias).
- Certificado de Origen.
- Póliza de Seguro.
- Certificado o autorización según corresponda (ejm: DIGEMID Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas), (Ver Acceso a Mercados)
- Papeleta de Inventarios (solo en el caso que se presente avería de bultos).
- Autorizaciones especiales para casos de mercancías restringidas.
- Guía de entrega de documentos, para casos de las Aduanas que no cuenten con un sistema automatizado.

El reconocimiento documentario y físico de la mercancía se debe solicitar ante la autoridad aduanera por el agente de aduana, con la DUA, esta puede ser solicitada mediante el intercambio de información por vía electrónica o por escrito con la presentación física de la documentación correspondiente.

El Sistema de Gestión Aduanera (SIGAD) de aduanas valida los datos de la información transmitida por el Agente de Aduanas; de ser conforme genera automáticamente la numeración correspondiente, en caso contrario comunicará la corrección del caso. Las Declaraciones numeradas son sometidas a un sistema de selección a fin de determinar el tipo de control al que serán sujetas las mercancías, de acuerdo a tres canales:

Canal verde.- Las Declaraciones seleccionadas en este canal no requerirán de revisión documentaria, ni de reconocimiento físico, de acuerdo a los criterios establecidos por Aduanas, siendo la mercancías de libre disponibilidad una vez cancelados los derechos arancelarios y demás tributos de importación.

Canal naranja.- Las Declaraciones, que por efectos del sistema aleatorio, hayan sido seleccionadas por este canal, serán sometidas a revisión documentaria.

Canal rojo.- Las Declaraciones seleccionadas en este canal, estarán sujetas al reconocimiento físico y documental.

Después de haberse determinado el canal y cumplido con los requisitos y normas que sugiere cada uno de ellos, se procede a la cancelación de los tributos aduaneros, esto se puede realizar vía electrónica, dando así agilidad al proceso<sup>67</sup>.

Una vez culminado este procedimiento, se puede realizar el retiro de la mercancía del terminal de almacenamiento y ponerla a disposición del cliente para su comercialización. Un proceso de nacionalización óptimo toma entre tres y cinco días, dependiendo del canal asignado. Esto significa que el almacenamiento de la mercancía puede no significar un costo adicional.

Es muy importante destacar que el pago de los tributos aduaneros los realiza el agente de aduanas encargado de la nacionalización de la mercancía. La forma más frecuente de efectuar este pago es mediante la transferencia del dinero a una cuenta bancaria del agente, lo cual ha sido establecida y acordada entre las dos partes.

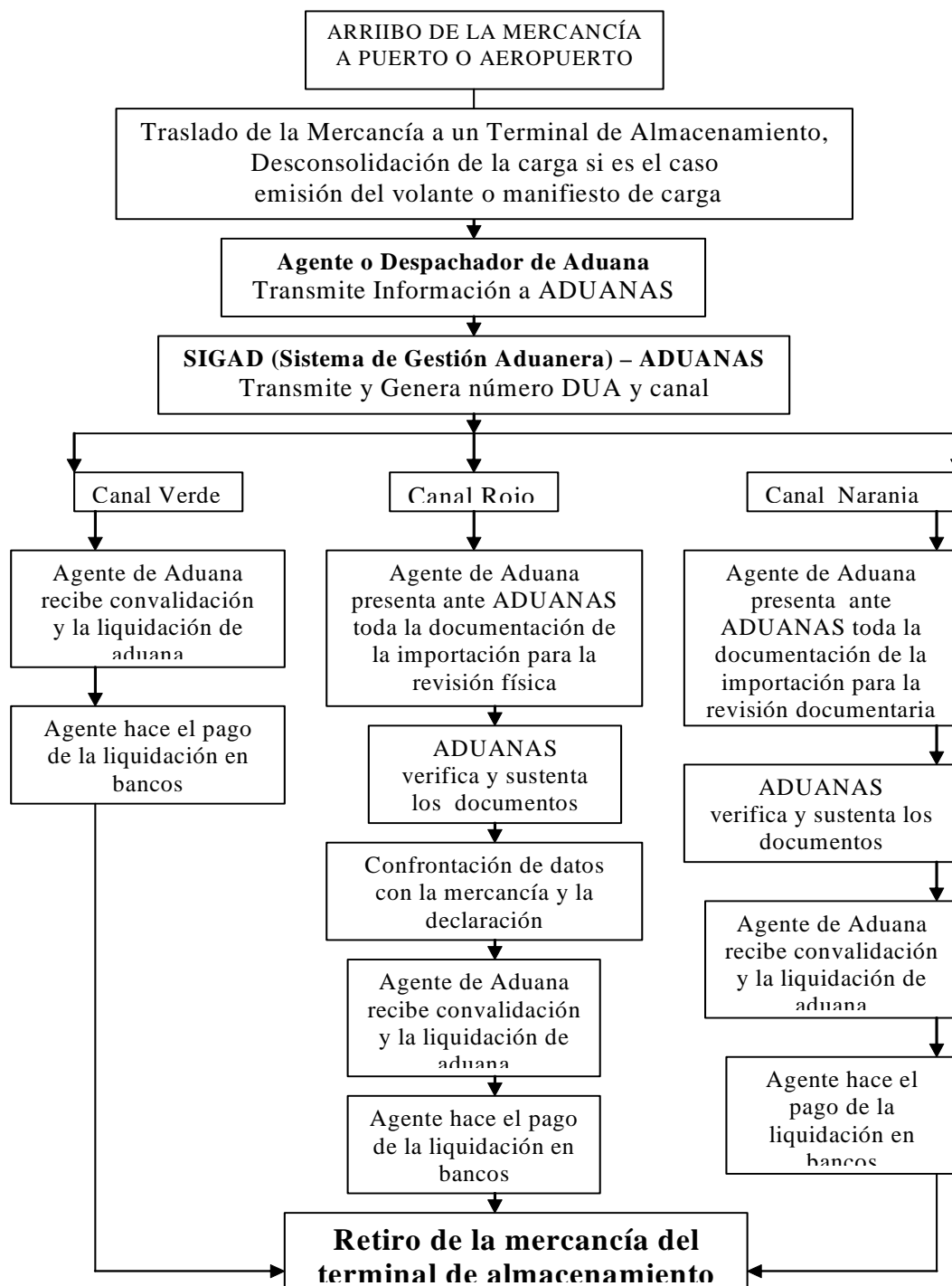
Una vez aceptado el ingreso de la mercancía a territorio peruano se dispone a hacer el pago de los tributos. La aduana emite una confirmación de la liquidación presentada ante esta oficina, oficializando el monto a pagar por derechos aduaneros. Es conveniente que antes de hacer este giro el agente envíe por fax, o vía internet, una copia de esta oficialización y una factura pro forma de los gastos a pagar por la prestación de los servicios.

---

<sup>67</sup> ADUANAS, Importación Definitiva, INTA – PG.01

La póliza de seguro que se menciona en la lista de documentos para la nacionalización corresponde al seguro que ampara la mercancía durante toda la operación logística, en el caso de que la mercancía haya sido enviada DDP el exportador debe anexar este documento para la legalización de la carga.

En el caso de que el término de negociación sea CIF, la aduana tiene la valoración correspondiente dependiendo de la posición arancelaria de la mercancía (Ver Acceso al mercado). Esto con el fin de contrarrestar las pérdidas o robos en el proceso.

**Gráfico 1: Flujograma de nacionalización**

### *Datos Generales*

La Superintendencia Nacional de Aduanas (ADUANAS) es la entidad encargada de las operaciones aduaneras, la cual a través de todas sus dependencias, supervisa y controla el paso por las fronteras, por sus aguas jurisdiccionales y aeropuertos, el ingreso y salida de las mercancías sujetas a procedimientos aduaneros, así como de los vehículos utilizados para su transporte.

Para el cumplimiento de sus funciones, ADUANAS puede adoptar medidas tales como la verificación de la mercancía, la imposición de marcas, sellos y precintos, y el establecimiento de rutas y custodia para su traslado y/o almacenamiento. Las Intendencias de Aduana, dentro de su jurisdicción, son competentes para conocer y resolver los actos aduaneros y las consecuencias tributarias y técnicas que se deriven de ellos.

Los derechos arancelarios y demás tributos son expresados en dólares de los Estados Unidos de América. Su cancelación sólo se hará en moneda nacional al tipo de cambio de venta de la fecha de pago. Para efecto de la declaración de la base imponible, los valores se expresarán en dólares de los Estados Unidos de América. Los valores expresados en otras monedas extranjeras se convierten a dólares de los Estados Unidos de América.

El pago de los tributos se pueden efectuar en las entidades bancarias autorizadas por ADUANAS y en las Intendencias de Aduana. Cabe resaltar que el Valor de Aduana se calcula sobre la base de todos los gastos incurridos hasta el lugar de la importación, con excepción de los gastos de descarga y manipulación en el puerto, siempre que se distingan de los gastos locales de transporte.

### *Importaciones con destinos especiales – Ferias Internacionales*

Las Mercancías solicitadas al Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, ingresan al territorio peruano con suspensión de derechos e impuestos de importación, constituyendo prenda legal en garantía de los derechos que causen sus despachos, siendo retenidas mientras éstos no se cancelen o no se cumplan las obligaciones propias de la destinación

Los artículos que constituyan material de publicidad, propaganda o consumo para ser distribuido gratuitamente en el recinto ferial deberán



ser destinados al Régimen de Importación Definitiva, aplicando la totalidad de disposiciones de este régimen.

Se pueden acoger al régimen de importaciones con destinos especiales – Ferias Internacionales, las mercancías destinadas a ser exhibidas en exposiciones o Ferias, denominadas muestrarios", así como los artículos destinados a ser usados en decoración y / o equipamiento de los stands o pabellones durante el evento ferial. Las mercancías destinadas a Exposiciones o Ferias Internacionales deberán estar declaradas para dicho fin en los documentos respectivos.

El Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales se otorga por el término de 60 días calendario antes de la inauguración de la feria y hasta el día de la clausura, teniendo como plazo máximo para su regularización 120 días calendario posteriores, contados a partir del día siguiente de la clausura.

Las mercancías sometidas al Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, que opten por regularizarse acogiendo a los regímenes de Importación Definitiva o Depósito de Aduanas, deberán someterse a una inspección en destino con la finalidad de obtener el respectivo Certificado de Inspección, en los casos que corresponda.

El expositor que no tenga domicilio fiscal en el territorio nacional, deberá estar representado por un tercero ante ADUANAS, el mismo que asumirá las responsabilidades que se deriven del cumplimiento de las obligaciones propias del Destino Aduanero Especial.

Es solicitado por el Agente de Aduana el Destino Aduanero Especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, mediante la transmisión por vía electrónica de la información contenida en la Declaración Única de Importación - Importación Temporal. La conformidad otorgada por el SIGAD y el número de Declaración generado, y es de vuelta y transmitida vía electrónica, al Agente de Aduana, quien procede, a la impresión de la DUI – Importación Temporal.

La presentación, revisión documentaria, recepción y reconocimiento de las mercancías destinadas a un recinto ferial, esta a cargo del Agente de Aduana, quien presenta el DUI – Documento de Importación Temporal ante el área de Regímenes No Definitivos de la Intendencia de Aduana correspondiente, adjuntando la siguiente documentación:

- Copia de Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta de Porte.
- Factura Comercial, Factura Proforma o Contrato, según corresponda.
- Otros documentos que la naturaleza de la mercancía requiera.

El Jefe de Área de la Administración de aduanas, autorizará el traslado de la mercancía desde el terminal de almacenamiento hacia el recinto ferial, remitiendo la documentación a la Oficina de Oficiales de Aduanas para la designación del personal que custodiará el traslado de la mercancía, lo que deberá constar de modo expreso en el Formato de Traslado y Recepción de Mercancías al Recinto Ferial (FORM. FERIAS - 001)

Las mercancías que arriben a la Feria o Exposición Internacional, serán recibidas por personal del recinto ferial, durante las 24 horas del día, incluidos los días no laborables. Asimismo, el Oficial de Aduanas encargado recibirá la documentación que ampare la citada mercancía, dejando constancia del hecho en el rubro "Observaciones" de la Declaración. Ambas recepciones serán consignadas en el Formato de Traslado y Recepción de Mercancías a Recinto Ferial (FORM. FERIAS - 001), el mismo que deberá ser devuelto al Área de Oficiales de Aduanas de la Intendencia de Aduana de Ingreso.

Luego de su recepción, las mercancías serán depositadas en un recinto o zona especial designada por la Empresa Ferial, con excepción de aquéllas que por su naturaleza requieran ser trasladadas directamente hacia los stands donde serán exhibidas, mediando autorización del Jefe de la Oficina Aduanera ubicada en el recinto ferial.

Los muestrarios y mercancías ingresadas bajo el Destino especial de Exposiciones o Ferias Internacionales, deberán ser Nacionalizados, Reexportados, solicitados al Régimen de Depósito o Importados Temporalmente al país dentro del plazo autorizado. El trámite que deberá seguirse, de acuerdo a la opción elegida por el beneficiario, se sujetará al procedimiento del régimen respectivo que se encuentra descrito en los Procedimientos Operativos adecuados al sistema de Calidad aprobados por la Intendencia Nacional de Técnica Aduanera. Vencido el término señalado sin que se lleve a cabo la regularización de la mercancía de acuerdo a lo dispuesto en el párrafo precedente, ésta caerá en abandono legal<sup>68</sup>.

---

<sup>68</sup> ADUANAS, Destino Especial de Exportaciones o Ferias INTA – PAG 15

*Muestras sin valor comercial*

Se consideran muestras sin valor comercial:

Las muestras de productos o manufacturas que carezcan de valor comercial por si mismos, razón por la cual no pueden destinarse a la venta interna en el país.

Las mercancías que se comercialicen en medidas de longitud (v.gr. telas), que en este caso no deben exceder de 30 centímetros.

Los discos, cintas y demás soportes grabados con música importados por empresas productoras de fonogramas como muestras para su posible reproducción, siempre que:

Presenten Certificación de empresa productora, expedida por el Comité de Productores de Fonogramas y Videogramas de la Sociedad Nacional de Industrias.

Se trate de una o varias unidades distintas unas de otras.

Estén caracterizadas por la marca de fábrica y número respectivo.

No se consideran muestras sin valor comercial las siguientes mercancías:

Los productos químicos puros.

Las drogas.

Los artículos de tocador.

Los licores (aunque vengan en envases de miniatura).

Las manufacturas y objetos, aunque tengan inscripciones de propaganda.

Se entiende por Muestras con valor comercial, las muestras de productos o manufacturas que tienen valor comercial por si mismas y pueden ser destinados a la venta.

Se denominan Muestras Médicas, los medicamentos empleados en medicina humana o veterinaria importados para ser destinados a la distribución gratuita, los cuales deben indicar en los envases inmediatos o mediatos la impresión indeleble "MUESTRA PARA MEDICOS" o "MUESTRA MEDICA".

Los medicamentos genéricos y de marca, cosméticos, artículos de perfumería y de tocador, así como los equipos y material médico quirúrgico, importados como muestras para investigación, demostración, que por su reducida cantidad resulte evidente que no estén destinados a la comercialización, no requieren Registro Sanitario, debiendo precisar su uso en el rubro Observaciones de la Declaración.

El despacho de Muestras sin Valor Comercial, esta sujeto a Reconocimiento Físico Obligatorio y se encuentra sujeta al pago de derechos Ad Valorem. Para el despacho de muestras sin valor comercial, debe aplicarse el procedimiento establecido en el Despacho Simplificado de Importación.

Las muestras de productos o manufacturas sin valor comercial, deben ser presentadas a despacho inutilizadas para su comercialización. En caso de no cumplir esta condición, el Especialista en Aduanas al momento del reconocimiento, procede a la inutilización de las muestras mediante cortes, perforaciones, colocación de marcas indelebles, eliminación de los seguros (en el caso de cintas), o cualquier otro medio.

El despacho de muestras con valor comercial, cuyo valor no exceda de US \$ 2 000 FOB, se solicita mediante Declaración Simplificada; en caso de exceder el monto señalado, el despacho debe realizarse mediante Declaración Única de Aduanas, de acuerdo a los procedimientos que regulan dicha materia.

Mercancías que se acogen a importación definitiva con Declaración Simplificada

La importación definitiva de mercancías que por su cantidad, calidad, especie, uso, origen o valor se desprenda que no tengan fines comerciales o éstos no resulten significativos para la economía del país, se efectúa mediante Despacho Simplificado.

Se encuentran comprendidos los siguientes casos:

Muestras, conforme a lo establecido en las Reglas de Valoración contenidas en el Arancel, cuyo valor FOB no exceda los US\$ 2 000,00 dólares americanos.

Obsequios cuyo valor FOB no supere los US\$ 1 000,00 dólares americanos.

Mercancías con o sin fines comerciales, cuyo valor FOB no exceda los US\$ 2 000,00 dólares americanos, incluyendo las importaciones liberadas y donaciones cuyo valor FOB no supere el monto indicado.

Asimismo se incluyen las encomiendas postales y los pequeños paquetes y muestras enviadas utilizando servicios de mensajería internacional.

En caso de exceder los montos señalados, las mercancías se someten a los Procedimientos Regulares establecidos en la Ley General de Aduanas.

Las mercancías amparadas en distintas Facturas Comerciales, consignadas a un mismo comprador, emitidas por un mismo proveedor extranjero, y que arriben en un mismo vehículo transportador, si en conjunto son mayores a US\$ 2 000,00 dólares americanos se rigen por lo establecido en el régimen de importación definitiva.

Por otro lado, las mercancías amparadas en distintas Facturas Comerciales, consignadas a un mismo comprador, emitidas por un mismo proveedor extranjero, y que arriben en diferentes vehículos transportadores y en diferentes tiempos, y cumplen con la normatividad de ser menores a US\$ 2 000,00 dólares americanos se rigen por lo establecido en el régimen de Despacho simplificado<sup>69</sup>.

Para alcanzar una familiarización con los documentos que integran el proceso de nacionalización peruano, en los anexos se presentará un caso práctico que nos acerca a la realización de una exportación. Estos documentos son:

Anexo 6 Solicitud del Informe de Verificación

Anexo 7 Orden de pedido

Anexo 8 Informe de verificación

Anexo 9 Factura Comercial

Anexo 10 Certificado de Origen

Anexo 11 Volante o manifiesto de carga emitido por un terminal de almacenamiento

Anexo 12 Declaración Unificada de Aduana formato A

Anexo 13 Declaración Unificada de Aduana formato B

Anexo 14 Declaración Unificada de Aduana formato C

Anexo 15 Declaración Andina de Valor

Anexo 16 Documento de Transporte

### *Costos de Importación*

---

<sup>69</sup> ADUANAS, Muestras, INTA – PE.01.06

Además del proceso de nacionalización, el trámite documentario y el pago de los tributos aduaneros, el proceso exportador incurre en otros costos que están sujetos a los servicios prestados por diferentes compañías que reciben la carga en el destino final y la manipulan para cumplir con las normas y facilitan este proceso.

Es así, como estos servicios se convierten en puntos sensibles del proceso logístico constituyendo aspectos fundamentales para la determinación de los costos en los que incurre la carga hasta su destino final. Es por esto que se deben contemplar todos los posibles actores del proceso.

A continuación se presentan cada una de las ofertas existentes en el mercado para facilitar la labor logística, incluyendo una detallada descripción de las características más comunes de los costos de estos servicios.

A manera de resumen, se puede decir que los costos que se deben prever desde el momento en que sale la mercancía de territorio colombiano para llegar a hacer una exportación DDP lo comprenden:

- El flete del transporte internacional
- Los costos por el servicio de terminal de almacenamiento
- La tarifa por los servicios aduaneros
- El pago de tributos aduaneros
- El valor de la transferencia de dinero para el pago de aduanas y demás servicios
- El valor de la tarifa por el transporte terrestre para la colocación del producto en las manos del cliente.

## Estructura de la Oferta

**Gráfico 2: Mapa Cartográfico del Perú, 2003.**

Fuente: CAMARA DE COMERCIO DE TRUJILLO

El ingreso de mercancías colombianas hacia Perú se puede realizar a través de los diferentes medios de transporte; marítimo, aéreo, terrestre. Actualmente, el Perú cuenta con infraestructura de puertos privados y públicos, aeropuertos internacionales con servicio de aduana y conexiones terrestres por donde ingresa la carga.

Adicionalmente, el transporte en Perú está viviendo un proceso de transformación el cual comprende la privatización de los puertos, aeropuertos, redes viales y férreas por medio de concesiones.

Estas concesiones tienen características especiales, como son:

- Tiempo de duración, que varía de acuerdo con el tipo de contrato efectuado con el estado.
- Compromisos de inversión, a los cuales se les ha fijado un plazo máximo para realizarlas.
- Unas tarifas máximas establecidas para su operación.

El aeropuerto Jorge Chávez de la ciudad de Lima ubicado en la provincia del Callao, es la primera concesión que se hizo para el transporte aéreo. En el futuro se espera la concesión de los aeropuertos de Cuzco, Arequipa, Trujillo e Iquitos.

El puerto de Matarani, en el departamento de Arequipa, la red férrea dada en concesión en su totalidad, y un tramo de la red vial, fueron las primeras concesiones hechas por el estado peruano a empresas privadas que se encargarían de la explotación, preservación y mantenimiento. El resto de puertos, aeropuertos, y vías terrestres se encuentran bajo la administración estatal, la cual es ejecutada por diferentes entidades dependiendo del medio, como Corpac "Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial S.A", ENAPU S.A. Empresa Nacional de Puertos, y SINMAC organismo dependiente del Ministerio de Transportes y Comunicación.

#### Transporte Marítimo

El sistema portuario del Perú esta comprendido por terminales y amarraderos públicos y privados. Los principales terminales privados, por lo general son especializados y se caracterizan por tener infraestructura y equipos diseñados para la carga / descarga de mercancías específicas. Los principales terminales especializados privados pertenecen a empresas mineras como la Southern Peru Copper Corporation (Ilo, Moquegua) y Shougan (San Nicolás, Ica) y un terminal especializado de propiedad de la fábrica Cementos Lima (Conchán, Lima).

Los terminales portuarios públicos, se caracterizan por ser terminales de usos múltiples (TUM) o puertos multipropósitos. Los siete terminales marítimos del Perú son:



Puerto de Paita: localizado en la costa norte del Perú. Su área de influencia comprende los departamentos de Tumbes, Piura, Cajamarca, La Libertad y la Región Nororiental del Marañón. Las principales ciudades del área están conectadas al puerto a través de la Carretera Panamericana y las carreteras Longitudinal de la Sierra y de la Selva. La orientación comercial del puerto es el embarque o exportación. Las principales naves atendidas son de tipo porta contenedores y convencionales.





Puerto de Salaverry: está localizado en la costa norte, al sur del puerto de Paita. El área de influencia del puerto comprende los departamentos de La Libertad, Lambayeque, Ancash y Cajamarca. Los centros urbanos y de producción más importantes se articulan al puerto a través de la carretera Panamericana y la carretera Longitudinal de la Sierra. La orientación comercial del puerto está orientada a la atención de importaciones. Las principales naves atendidas son de tipo convencionales en mayor proporción y graneleras.



Puerto de Chimbote: está localizado en la costa centro-norte del Perú, al sur del puerto de Salaverry. Su área de influencia está comprendida exclusivamente por tres provincias de la costa del departamento de Ancash (Santa, Casma y Huarney). El puerto está articulado a los principales centros de producción de harina de pescado a través de la carretera Panamericana. Las naves que atiende el puerto son de tipo convencionales y graneleras.



Puerto de Callao: El Puerto del Callao está ubicado en la costa central del Perú, al sur del puerto de Chimbote. Está dotado de una infraestructura múltiple compuesta por 9 muelles convencionales y 2 muelles especializados (granos y líquidos). Su equipamiento es relativamente superior a otros puertos, particularmente para la movilización de contenedores. Su área de influencia es amplia y comprende principalmente los departamentos de Lima, Callao, Ancash, Junín, Pasco, Huánuco, Ica, y en menor medida, el resto del país (contenedores). Están conectados al puerto mediante la carretera Panamericana, la Carretera Longitudinal de la Sierra y la Selva, y por el ferrocarril de / hacia la Sierra Central. Por volumen de carga, según origen /destino, la orientación comercial del puerto es la atención de importaciones. Las principales naves atendidas son de tipo convencionales y portacontenedores.



Puerto de San Martín: está ubicado en la costa centro-sur del Perú, al sur del puerto del Callao. Su área de influencia comprende los departamentos de Ica, Ayacucho y Huancavelica. Tiene conexión con la Carretera Panamericana y la Carretera Los Libertadores (Pisco-Ayacucho). La orientación comercial del puerto es el embarque o exportación. Las principales naves atendidas son de tipo graneleras y petroleras.



Puerto de Matarani: está ubicado en el sur del Perú en la costa del Departamento de Arequipa. El área de influencia del puerto comprende los departamentos de Arequipa, Cuzco, Puno, Tacna y Bolivia (La Paz). El terminal portuario está conectado a través de la carretera Panamericana, la carretera Arequipa - Santa Lucía- Juliaca y el ferrocarril del Sur (Matarani – Arequipa – Juliaca – Cuzco - Puno). El tipo de naves habitualmente atendida en el puerto es de tipo convencional, granelera y roll on - roll off . El Terminal Portuario de Matarani es el primer puerto otorgado en concesión al sector privado. El puerto fue adjudicado el 31 de mayo de 1999 por CEPRI Puertos a la empresa Santa Sofía de Puertos S.A.



Puerto de Ilo: está localizado en el sur del Perú a 165 Km al sur del Terminal Portuario de Matarani. La zona de influencia del puerto comprende los departamentos de Moquegua, Tacna, Puno y Bolivia (La Paz). Las principales redes de transporte del puerto de y hacia la zona de influencia son la Carretera Panamericana, Carretera Costanera y la Carretera Ilo-Desaguadero. La orientación comercial del puerto tiende hacia las exportaciones de carga cautiva y estructural producida en la zona. Los tipos de naves que el puerto atiende son convencionales y porta contenedores.

**Tabla 25: Descripción técnica de los puertos peruanos, 2003.**

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LOS PUERTOS PERUANOS, 2003							
CARACTERÍSTICAS TÉCNICA	PAITA	SALAVERRY	CHIMBOTE	CALLAO	SAN MARTÍN	MATARANI	ILO
REGION	PIURA	LA LIBERTAD	ANCASH	LIMA	ICA	AREQUIPA	MOQUEGUA
Capacidad de Nave (máx) (DWT)	30	20	15	25	25	35	20
Calado máximo (pies)	32	30	29	36	33	32	36
Equipo especializado		1 faja transportadora		Tres torres neumáticas		Tres torres neumáticas	
Otros	2 tanques (aceites)			20 silos 25.760 TM		39 silos 53.000 TM	
Tipo de Carga - 2000	Harina de pescado	Granos	Harina de pescado	Zinc y Granos	Sal Industrial y harina de pescado	Granos y minerales	Carbón de piedra y harina de pescado

Fuente: OSITRAN

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

El sistema portuario comprende también a los terminales de lanchonaje (Huacho-Supe, Chicama, Cerro Azul, Pacasmayo y Chancay) y fluviales (Iquitos, Yurimaguas, Puerto Maldonado y Pucallpa).

El tráfico de carga por tipo de operación en los diferentes puertos del Perú en toneladas métricas Enero – Junio 2002 fueron:

**Tabla 26: Tráfico de Carga por tipo de Operación y según Puertos, 2003.**

TRAFICO DE CARGA POR TIPO DE OPERACIÓN Y SEGÚN PUERTOS, 2003								
	PAITA	SALAVERRY	CHIMBOTE	CALLAO	SAN MARTÍN	ILO	RESTO	TOTAL
PARTICIPACION	5	5.6	2.1	76.3	6.6	1.9	3	100
TOTAL	390,424	437,690	159,135	5,921,170	510,247	145,221	198,530	7,762,417
IMPORTACION	96,475	383,993	1,825	3,261,620	200,237	61,733	26,201	4,032,084
EXPORTACION	243,706	53,697	157,311	2,040,529	290,995	79,770	42,145	2,908,153
CABOTAJE-DESCARGA	76	0	0	354,982	0	0	72,500	427,558
CABOTAJE-EMBARQUE	72	0	0	6,239	19,016	0	57,618	82,945
TRANSBORDO	5,914	0	0	257,800	0	29	66	263,809
TRANSITO DESCARGA	15	0	0	0	0	246	0	261
ACTIVIDAD PESQUERA	44,166	0	0	0	0	3,443	0	47,609

Fuente: ENAPU S.A.

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

La distribución de la actividad portuaria en Perú muestra una alta concentración del uso del puerto del Callao como principal punto de ingreso y salida de las mercancías destinadas a operaciones de comercio exterior y demás operaciones marítimas que la comprometen, concentra el 76% de las operaciones portuarias realizadas por todo el Perú.

**Tabla 27: Tarifas de los servicios de los puertos administrados por ENAPU SA, (USD), 2003.**

TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE LOS PUERTOS ADMINISTRADOS POR ENAPU SA, (USD), 2003.							
CONCEPTO	CALLAO	PAITA	SALAVERRY	CHIMBOTE	SAN MARTI N	ILO	IQUITOS Y DEMAS
I. NEGOCIO MARITIMO - SERVICIOS A LA NAVE							
Remolcaje (NR) - por operación y por Aqueo Bruto de Nave							
Hasta 1100 (con Lancha)	100.00	0.04 x UAB	0.04 x UAB	0.04 x UAB	0.04 x UAB	0.04 x UAB	
de 1,101 a 1500	210.00						
de 1501 a 6500	350.00						
más de 6,501	0,055xUAB						
Amarre y Desamarre (R)							
Por Operación	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	50.00
Uso de Amarradero (R)							
Alto Bordo (m. Eslora/hora)	0.65	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.20
Menores<80m eslora (nave/día)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
II. NEGOCIO PORTUARIO - SERVICIOS A LA CARGA							
Uso de Muelle (R) x TM							
Carga Fraccionada	7.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.50	2.50
Carga Rodante	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00	14.00
Carga Sólida a Granel	3.00	1.50	2.00	2.00	2.00	2.50	2.00
Carga Sólida a Granel con Equipo ENAPU							
- Torres Absorbentes	3.70	---	---	---	---	---	---
- Con Silos	4.50	---	3.50	---	---	---	---
Carga Líquida a Granel	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Carga Liquida a Granel con Equipos ENAPU	3.00	---	---	---	---	---	---
Por Contenedor							
Con carga de 20´	80.00	60.00	60.00	60.00	60.00	50.00	60.00
Vacío de 20´	20.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	13.00

TARIFAS DE LOS SERVICIOS DE LOS PUERTOS ADMINISTRADOS POR ENAPU SA, (USD), 2003.							
CONCEPTO	CALLAO	PAITA	SALAVERRY	CHIMBOTE	SAN MARTÍN	ILO	IQUITOS Y DEMAS
Con carga de 40´	120.00	90.00	90.00	90.00	90.00	80.00	90.00
Vacío de 40´	30.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	21.00

Fuente: ENAPU S.A.

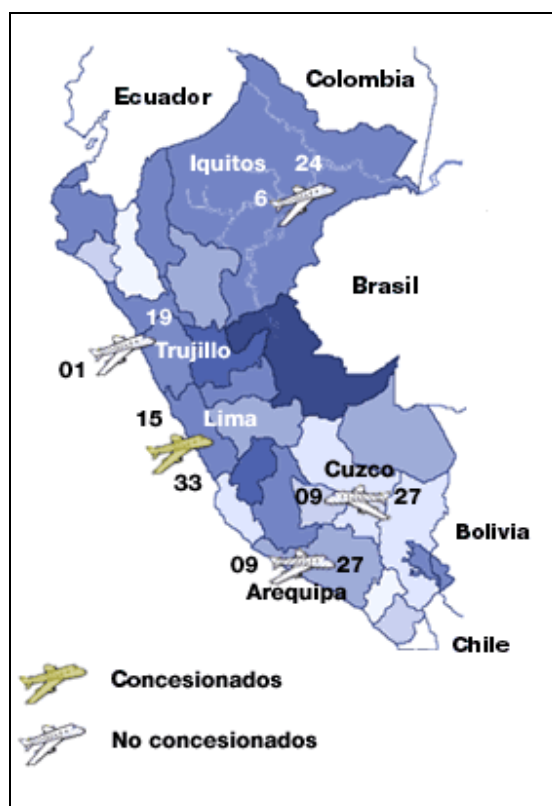
Elaboración: GRUPO CONSULTOR

La oferta de transporte marítimo, buques y frecuencia con destino a Perú esta disponible en el siguiente Link:

<http://local.proexport.com.co/LOGISTICA/TransporteMaritimo/frTransMaritimo.asp?CodPais=589&NomPais=PERU>

Transporte Aéreo

**Gráfico 3: Ubicación principales aeropuertos peruanos, 2003.**



Fuente: OSITRAN

El sistema aeroportuario del Perú esta conformado por 60 aeropuertos y / o aeródromos, entre los cuales se encuentra el aeropuerto internacional Jorge Chávez de la ciudad de Lima, así mismo como los aeropuertos internacionales de Cuzco, Arequipa, Trujillo e Iquitos.

El Aeropuerto Internacional Jorge Chávez: es principal terminal aeroportuario del país, localizado a 10 Km. al noroeste de Lima, Provincia Constitucional del Callao. Es la salida principal para los vuelos internacionales.

El Aeropuerto de Trujillo "Cap. F.A.P. Carlos Martínez Pinillos" está ubicado en el distrito de Huanchaco, provincia de Trujillo, departamento de La Libertad.

El Aeropuerto Internacional "Alfredo Rodríguez Ballón" de Arequipa: se encuentra ubicado a 8 kilómetros al Noroeste de la ciudad de Arequipa, a 2,830 metros sobre el nivel del mar.

El Aeropuerto Internacional "Alejandro Velasco Astete" de Cuzco: se encuentra ubicado a 5 kilómetros de la Ciudad Arqueológica del Cuzco, en el distrito de San Sebastián, la provincia de Cusco del departamento del Cusco.

Aeropuerto Crl. Francisco Secada V: Ubicado en el distrito de Iquitos, provincia de Maynas, departamento de Loreto. El aeropuerto incluye servicios de vuelos internacionales a Miami.

A continuación se presenta las especificaciones de las principales características técnicas de los aeropuertos más importantes del Perú.

**Tabla 28: Principales características técnicas, 2003.**

DESCRIPCIÓN	DIMENSIÓN PISTA	SUPERFICIE	TIPO DE AVION	RESISTENCIA
		(MATERIAL)	MÁXIMO PERMISIBL E	PCN
LIMA	3,507 X 45	Concreto	B - 747	42/R/A/W/T
CUZCO	3,400 x 45	Asfalto	B - 737 - 200	52/F/C/X/T
AREQUIPA	2,980 x 45	Asfalto	B - 737 - 300	39/F/B//X/T
IQUITOS	2,500 x 45	Concreto	B - 727 - 100 - C	42/R/C/X/U
TRUJILLO	2,405 x 45	Asfalto	B - 737 - 300	31/F/A/X/T

Fuente: CORPAC

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

Las frecuencias e itinerarios para transporte aéreo con destino Perú se encuentran en:

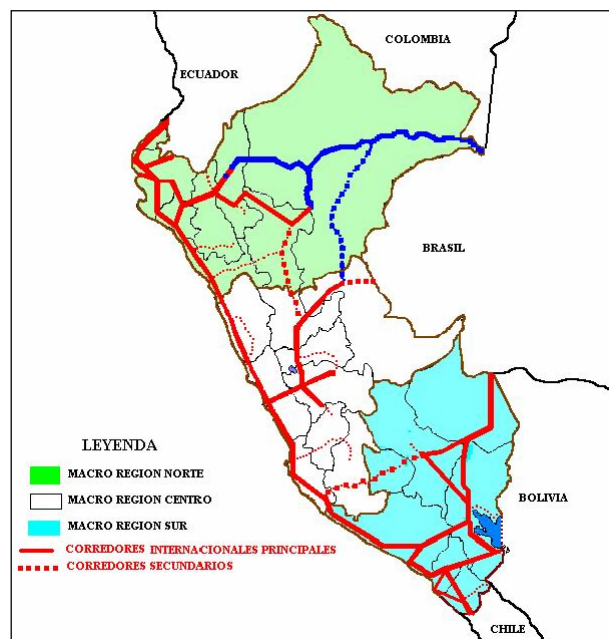
<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo430DocumentNo1053.XLS>

Las aerolíneas que prestan servicios de carga internacional puede consultarse en:

<http://www.proexport.com.co/logiexport/consulta/results.asp?services6=781015&services8=78101502&servicename=&city=&country=&lstCityCountry=&selectedcitycountry=0&nombre=&linea=&nit=&todo=search&showfrom=0&alpha=A>



## Transporte Terrestre

**Gráfico 4: Principales Corredores Terrestres, 2003.**

Fuente: CAMARA DE COMERCIO DE TRUJILLO

Es indiscutible la importancia del transporte terrestre para cualquier país y los efectos que tiene sobre las actividades de tipo comercial, de comercio exterior, y turísticas entre otras. Es por eso que para simplificar la información de esta sección se considerará el transporte terrestre bajo dos categorías, la primera de transporte terrestre internacional y la segunda en transporte terrestre nacional.

*Transporte Terrestre Internacional*

El transporte terrestre internacional está regulado por la legislación de la Comunidad Andina de Naciones, la cual se fundamenta en libertad de operación, acceso al mercado, trato nacional, transparencia, no discriminación, igualdad de tratamiento legal, libre competencia, y nación más favorecida<sup>70</sup>.

<sup>70</sup> COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES, Normatividad Andina, Decisión 399, Transporte Internacional de Mercancías por

Hay que tener en cuenta que para poder prestar el servicio de transporte internacional, el transportista debe obtener un documento expedido por el organismo nacional competente de su país de origen donde lo acredita como un transportista autorizado. Para el caso de Colombia, la empresa autorizada para la prestación del servicio de carga internacional de transporte terrestre es Cordifronteras.

Este tipo de transporte presenta diferentes características:

- Poco movimiento de carga
- Altos costos en las tarifas
- Alto número de días de transito

El costo del transporte de mercancías desde Bogotá Colombia es de USD3.600 camión completo o no.

#### *Transporte Terrestre Nacional*

El transporte terrestre nacional peruano, está comprendido por una red vial de 78,127 Km, de los cuales el 46% es trocha que se encuentra principalmente en los caminos vecinales, 13% es asfaltado, el 24% afirmado y el restante 18% esta sin afirmar<sup>71</sup>.

Además, las redes viales presentan problemas, como son la falta de mantenimiento de las vías, lo que ocasiona el rápido deterioro de las mismas y el abandono de las redes secundarias, lo que genera un efecto de subdesarrollo y aislamiento de los poblados más alejados.

En Perú se puede recurrir a la utilización de diferentes modalidades de transporte terrestre dependiendo de las necesidades de la carga a transportar, es así como tenemos el servicio de transporte de paquetería y el servicio de transporte de carga. Las distancias entre Lima y las principales ciudades del país son las siguientes:

---

<sup>71</sup> MINISTERIO DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

**Tabla 29: Distancias entre Lima y las principales ciudades del Perú, 2003.**

<b>DISTANCIA ENTRE LIMA Y LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PERU, 2003</b>	
<b>PROVINCIA</b>	<b>DISTANCIA A LIMA</b>
<b>CHACHAPOYAS</b>	<b>1191 Km</b>
<b>HUARAZ</b>	<b>408 Km</b>
<b>ABANCAY</b>	<b>907 Km</b>
<b>AREQUIPA</b>	<b>1009 Km</b>
<b>AYACUCHO</b>	<b>556 Km</b>
<b>CAJAMARCA</b>	<b>856 Km</b>
<b>CUZCO</b>	<b>1153 Km</b>
<b>HUANCAVELICA</b>	<b>457 Km</b>
<b>HUANUCO</b>	<b>410 Km</b>
<b>ICA</b>	<b>303 Km</b>
<b>HUANCAYO</b>	<b>298 Km</b>
<b>TRUJILLO</b>	<b>557 Km</b>
<b>CHICLAYO</b>	<b>763 Km</b>
<b>PUERTO MALDONADO</b>	<b>1693 Km</b>
<b>MOQUEGUA</b>	<b>1144 Km</b>
<b>CERRO DE PASCO</b>	<b>296 Km</b>
<b>PIURA</b>	<b>973 Km</b>
<b>PUNO</b>	<b>1303 Km</b>
<b>MOYOBAMBA</b>	<b>1385 Km</b>
<b>TACNA</b>	<b>1293 Km</b>
<b>TUMBES</b>	<b>1256 Km</b>
<b>PUCALLPA</b>	<b>843 Km</b>

Fuente : Gran Enciclopedia Lexus, 2002

Con el fin de ubicar al exportador y facilitar el cálculo de los costos de transporte, se proporcionarán las tarifas ofrecidas por una reconocida empresa del sector para el servicio de transporte de paquetería.

Estas tarifas no incluyen Impuesto General a las ventas (IGV), el peso por sobre es de hasta un kilo, el precio por kilo adicional es de USD 0.22 más IGV (Aplicando tipo de cambio a la fecha de S/. 3.44) y la base se aplica por cada destino de guía de remisión emitida. Los tiempo de entrega oscilan entre 24 y 72 horas dependiendo del destino.

Tabla 30: Tarifas de transporte terrestre para paquetes, 2003.

DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBR ES SIN IGV	BAS E SIN IGV	DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBRES SIN IGV	BASE SIN IGV	TIPO DE TRANSPORTE
	PESO	VOL				PESO	VOL			
ABANCAY	1.44	2.88	5	4.24	CERRO DE PASCO	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
AGUAS VERDES	1.09	2.18	5	4.24	HUANUCO	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
AREQUIPA	0.85	1.7	5	4.24	LA MERCED	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
AYACUCHO	0.85	1.7	5	4.24	LA OROYA	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
CAJAMARCA	1.1	2.21	5	4.24	SATIPO	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
CAMANA	0.85	1.7	5	4.24	TARMA	1.44	2.88	11.02	4.24	TERRESTRE
CAÑETE	0.49	0.98	5	4.24	IQUITOS	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CUZCO	1.75	3.5	5	4.24	PUCALLPA	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CHEPEN	0.61	1.22	5	4.24	PTO. MALDONADO	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CHICLAYO	0.73	1.46	5	4.24	TARAPOTO	5.09	10.18	22.03	4.24	AEREO
CHIMBOTE	0.61	1.22	5	4.24						
CHINCHA	0.49	0.98	5	4.24						
CHULUCANAS	0.73	1.46	5	4.24						
GUADALUPE	0.61	1.22	5	4.24						
HUANCAYO	0.73	1.46	5	4.24						
HUARAZ	0.91	1.82	5	4.24	(III)					
HUAURA	0.49	0.98	5	4.24	DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBRES SIN IGV	BASE SIN IGV	
ICA	0.61	1.22	5	4.24		PESO	VOL.			
ILO	1.06	2.11	5	4.24	BARRANCA	0.49	0.98	5	4.24	
JAUIJA	0.73	1.46	5	4.24	CASMA	0.49	0.98	5	4.24	
JULIACA	1.33	2.66	5	4.24	CHANCAY	0.49	0.98	5	4.24	
LOS ORGANOS	0.96	1.92	5	4.24	HUACHO	0.49	0.98	5	4.24	
MANCORA	0.98	1.97	5	4.24	HUARAL	0.49	0.98	5	4.24	
MOQUEGUA	1	1.99	5	4.24	HUARMEY	0.49	0.98	5	4.24	
NAZCA	0.73	1.46	5	4.24	HUAURA	0.49	0.98	5	4.24	
PACASMAYO	0.61	1.22	5	4.24	PARAMONGA	0.49	0.98	5	4.24	
PISCO	0.49	0.98	5	4.24	PATIVILCA	0.49	0.98	5	4.24	

DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBR ES SIN IGV	BAS E SIN IGV	DESDE LIMA HACIA:	TARIFA/KG SIN IGV		SOBRES SIN IGV	BASE SIN IGV	TIPO DE TRANSPORTE
	PESO	VOL				PESO	VOL			
PIURA	0.85	1.7	5	4.24	SUPE	0.49	0.98	5	4.24	
PUNO	1.34	2.69	5	4.24						
SICUANI	1.55	3.1	5	4.24						
SULLANA	0.89	1.78	5	4.24						
TACNA	1.1	2.21	5	4.24						
TALARA	0.97	1.94	5	4.24						
TINTAYA	1.84	3.67	5	4.24						
TRUJILLO	0.61	1.22	5	4.24						
TUMBES	1.07	2.14	5	4.24						
ZARUMILLA	1.08	2.16	5	4.24						

Fuente : EMPRESA DE TRANSPORTES CRUZ DEL SUR

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

Empresas prestadoras de servicios de servicios distribución física internacional

Dentro del proceso logístico peruano se presentan otros actores que intervienen en las operaciones de comercio exterior, como son los terminales de almacenamiento de mercancías, los agentes de aduanas, los depósitos aduaneros y los operadores logísticos. Cada uno de estos actores representa costos extra en los que incurre la carga y que deben ser contemplados dentro de la cadena.

Los principales operadores logísticos en Perú son:

Discovery Logistic Corporation: Empresa que presta servicios a operaciones de comercio exterior. Entre los servicios que presta se pueden mencionar los de agente de aduana, forwarder, courier, transporte y agente de seguros.

Transber SAC: Fundada en 1983, ofreciendo servicios de carga, posteriormente incursionó en el almacenaje y control de inventarios, mudanza y distribución. Los servicios que presta son los de carga nacional, atención de aviones, embalaje industrial, distribución, carga internacional, mudanzas, almacenaje y despacho aduanero.

Dinet Logistics: Hace parte del grupo Sandoval, es un operador logístico puerta a puerta, y tiene certificación ISO 9002. Los servicios que presta son los de carga internacional, agencia de aduana, almacén y distribución, y otros servicios que generan valor agregado a la operación.

Técnica Logística Integral : TLI, tiene algo más de 20 años en el mercado, lo conforman empresas como Tecniaduaa SAC, TLI Almacenes SAC / Almaperú, Tecnicargas SAC y Tecnimares SA. Los servicios que presta son los de agencia de aduanas, estiba y desestiba, transportes, y depósito aduanero.

Ransa Operador Logístico: Fundado en 1939, forma parte del grupo Romero y ofrece los servicios de agencia de aduana, warrants, terminal de almacenamiento, y depósito, entre otros.

Danzas AEI Perú: Proveedor mundial de soluciones logísticas, perteneciente al grupo Danzas Internacional, opera en el Perú hace más de 20 años. Ofrece los servicios de carga aérea y marítima, agencia de aduana, almacenaje y distribución y sistemas de información.

Cuando se desea contratar los servicios de un operador logístico o un prestador de servicios independiente, se debe tener en cuenta que la cobertura de los servicios que presta tiene que ser lo suficientemente amplia para cubrir las necesidades del servicio requerido. Los servicios de información que ofrece la compañía deben ser veraces, completos, confiables y constantes, deben ser efectivos para elaborar una estrategia adecuada. La seriedad y rapidez de la misma, que es símbolo de confianza y garantía en el servicio, además, de su agilidad en la gestión logística, permite un mayor margen de reacción y la posibilidad de ahorro en tiempo y dinero.

Uno de los puntos importantes a tener en cuenta es el control que se pueda tener en el movimiento de la carga, lo que está directamente relacionado con los sistemas de información que ofrezca la empresa. Además, es importante observar que los servicios complementarios, como son los servicios de reembolso, que los días de entrega incluyan los festivos, que la recepción y entrega de los pedidos al cliente o fabricante en su lugar de origen sean puntuales, entre otros<sup>72</sup>.

---

<sup>72</sup> CONUDFI, Logística & Distribución Física, N° 32, Marzo 2002

### Terminales de Almacenamiento de Mercancías

Son almacenes destinados a depositar la carga que se embarque o desembarque, transportada por vía aérea, marítima, terrestre, postal, fluvial y / o lacustre. Son considerados como una extensión de la zona primaria de la jurisdicción aduanera, por lo que se pueden recibir y despachar las mercancías que serán objeto de los regímenes y operaciones aduaneras que establece la Ley General de Aduanas. En el caso de las mercancías que arriban a territorio peruano vía aérea, estos son transportadas a los terminales de almacenamiento descritos en el Anexo 17 Para las mercancías que llegan por vía marítima los siguientes son los terminales autorizados para su traslado están referenciados en el Anexo 18.

Es importante destacar que las compañías aéreas tienen convenios con los terminales de almacenamiento, y que las mercancías despachadas desde Colombia por Avianca e Intercontinental son remitidas directamente a Swissport GHB. Si se desea llegar a otro terminal de almacenamiento se puede considerar el envío de la mercancía vía Miami.

En términos generales, esto limita la libertad que los dueños de la carga de escoger libremente donde quiere que llegue su mercancía. En el caso de la vía marítima, sin embargo, se da la posibilidad de escoger el terminal de almacenamiento que se desee, los que se listan en los anexos anteriormente mencionados.

Los costos en los que incurre la carga al momento de llegar al terminal de almacenamiento marítimo son los siguientes:

**Tabla 31: Servicios y costos de los terminales de almacenamiento para mercancías por vía marítima, 2003.**

SERVICIOS Y COSTOS DE LOS TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA LAS MERCANCÍAS VIA MARÍTIMA, 2003					
Terminal de almacenamiento	Concepto	Contenedor 20'	Contenedor 40'	Carga Suelta	Descripción del concepto
	Derechos de descarga	\$ 125.00 No Afec.	\$ 165.00 No	\$ 40.00 X TON	Derecho de descarga de contenedor (incluye pago uso de muelle Enapu)
	Tracción	\$ 25.00 No Afec.	\$ 25.00 No afec.		Traslado de contenedor del muelle al Terminal de Neptunia
	Manipuleo de carga al costado de la nave FCL / LCL	\$42.00 x Contenedor. No Afec.			Personal de estiba y desestiba en tierra en zona primaria
	Servicio de desconsolidación	\$60.00+ IGV	\$60.00+ IGV		
	Movilización para aforo, inspección SENASA U OTROS	\$ 30.00 + IGV	\$ 30.00 + IGV		Traslado y colocación de cont. En el área asignada para la inspección
	Servicio de aforo con montacargas	\$ 30.00 + IGV	\$ 30.00 + IGV		Retirar la mercancía del cont. con montacargas para la inspección respectiva y volverla a ingresar
	servicio de aforo con cuadrilla	\$ 15.00 + IGV	\$ 15.00 + IGV		Retirar la mercancía del contenedor con cuadrilla para la inspección respectiva y volverla a ingresar
	Reconocimiento previo	\$55.00 + IGV	\$55.00 + IGV	\$55.00 + IGV	Si es necesario hacer una inspección previa al aforo por daño, diferencia en peso o cantidad.
	Remisión de orden de retiro	\$ 10.00 + IGV	\$ 10.00 + IGV		Habilitación de orden de retiro en forma extemporánea



SERVICIOS Y COSTOS DE LOS TERMINALES DE ALMACENAMIENTO PARA LAS MERCANCÍAS VIA MARÍTIMA, 2003					
	Concepto	Contenedor 20'	Contenedor 40'	Carga Suelta	Descripción del concepto
	Almacenaje	5 días libres	5 días libres	5 días libres	Existen tres períodos: 1er al 10vo día \$ 5.00 x 20' y \$ 10.00 x 40' . Del 11vo día al 20 vo \$ 8.00 x 20' y \$ 16.00 x 40', del 21 para adelante día \$ 11.00 x 20' y \$ 22.00 x 40' + IGV
	Devolución de Ctns vacíos (en caso de apertura FCL)	\$20.00 + IGV	\$40.00 + IGV		Cubre la devolución del contenedor vacío hasta el depósito que corresponda
	Consumo de energía eléctrica (Reefers)	\$ 2.00 por hora. mínima \$20.00 + IGV	\$ 2.00 por hora. mínima \$20.00 + IGV		Solo aplica para contenedores refrigerados
					Incluye la conexión del cntr. reefer a las tomas del terminal y desconexión hasta su retiro. Tarifa
	Servicio Extraordinario	\$ 20.00 + IGV por hora / fracción	\$ 20.00 + IGV por hora / fracción	\$ 20.00 + IGV por hora / fracción	De lunes a viernes a partir de las 20.00 hrs., sábados a partir de las 13.00 hrs.
	Gastos administrativos	\$ 2.00 + IGV	\$ 2.00 + IGV	\$ 2.00 + IGV	Por concepto de gastos administrativos

Fuente: TALMA

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

### Agentes de Aduanas

Son personas o empresas que prestan el servicio de nacionalización de mercancías, pueden actuar en representación de terceros ante las autoridades aduaneras. Se encargan de todos los procesos que se refieren a la legalización de las mercancías que ingresan al territorio peruano provenientes del exterior o con fines de exportación. La lista de

Agentes de aduanas habilitados hasta la fecha se encuentra en el Anexo 19.

Los costos del agenciamiento aduanero oscilan entre el 0.6% y el 0.8% del valor CIF de la mercancía, con una comisión mínima entre USD80,00 y USD150, más gastos operativos que ascienden a USD35.00.

No se debe olvidar que a estos costos se deben sumar los pagos por concepto de impuestos arancelarios y tributarios. (Ver el capítulo de acceso al mercado).

### **Depósitos Aduaneros Autorizados**

Son mejor llamados depósitos aduaneros autorizados y están destinados a almacenar mercancías solicitadas al Régimen de Depósito de Aduanas, las que posteriormente serán destinadas a otros regímenes u operaciones aduaneras. Pueden ser privados o públicos. El depósito aduanero autorizado privado esta destinado al almacenamiento de mercancías de propiedad exclusiva del depositario, mientras el depósito aduanero autorizado público, esta destinado al almacenamiento de mercancías de diferentes depositantes. En el Anexo 18. Se lista la oferta de depósitos aduaneros. Los costos de este servicio dependen del tipo de carga a almacenar y de las dimensiones de las mismas.

**Tabla 32: Ranking de Almacenes y / o Depósitos Aduaneros, 2003.**

RANKING DE ALMACENES Y / O DEPOSITOS ADUANEROS, 2003		
ALMACEN Y/O DEPOSITO ADUANERO	US\$ CIF (Millones)	PESO NETO (Millones TM)
Neptunia SA	942	656
Talma Ogden SRL	668	15
Empresa Nacional de Puertos	521	1.641
Marks Perú SA	456	261
Ransa Comercial SA (Terminal)	329	115
Invers. Marítimas Univers. SA	310	137
Serlipsa Swissport SA	294	11
Trabajos Marítimos SA	284	222
Ransa Comercial SA	198	446
Unimar SA	194	84
Shohin SA	128	2
Empresa del Centro del Perú	117	55
Southern Peru Cooper Corp	83	29
Almacenes Mundo SA	69	64
Aeromater SA	61	83
Depósitos SA	60	95
Amacenera de Perú SA	47	44
Terminal y Almacenes de Sur SA	40	121
Invers. Marítimas Univers. SA (Depósito)	33	32
Toyota del Perú SA	36	4
Alicorp SA	34	186
Almacenes y Logística SA	34	6
Terminal Intern. Del Sur SA	33	147
Consorcio de Depósitos SA	29	14
<b>TOTAL</b>	<b>7.336</b>	<b>12.858</b>

Fuente: LOGISTICA & DISTRIBUCION FÍSICA  
Elaboración: GRUPO CONSULTOR

### **Concentración de las empresas prestadoras de servicios**

La concentración de las empresas que prestan sus servicios e intervienen en las operaciones de carga internacional se encuentran en la ciudad de Lima y Callao. En la base de datos de la aduana actualmente se encuentran registradas un total de 670 agentes de aduanas, de las cuales 355 operan en Lima. Este tipo de compañías son las que tienen mayor cubrimiento nacional por la naturaleza de su servicio, operando tanto para carga aérea como marítima y terrestre, en el caso de los depósitos aduaneros de los 47 que operan actualmente a nivel nacional 37 están en Lima; mientras de los 30 terminales de almacenamiento marítimo 16 se ubican en Lima y 8 en los puertos de Ilo y Matarani. En el caso de los terminales de almacenamiento aéreo, en total operan 9 y 8 están en Lima.

## PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

Análisis Integral del Sector utilizando la matriz DOFA

**Tabla 33 : Análisis integral del sector utilizando la matriz DOFA**

ANÁLISIS INTEGRAL DEL SECTOR : MATRIZ DOFA	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
Desconocimiento de la oferta destinada al mercado de dotación institucional	Favorable ubicación geográfica, en donde los costos de transporte disminuyen debido a la cercanía
Falta de desarrollo de clusters para proveer un portafolio amplio de productos y minimizar costos logísticos	Fácil formulación de estrategias comerciales basadas en un portafolio que no requiera que el cliente mantenga altos niveles de inventario
Desconocimiento del mercado y sus preferencias, generando incompatibilidades entre la oferta y la demanda	Rápida respuesta de los proveedores colombianos debido a la cercanía
Altos costos de comercialización para una oferta reducida de productos	Conocimiento del Producto y de los sectores a los que va dirigido
Desconocimiento de los canales adecuados para la incorporación de productos colombianos en el mercado	Incorporación de la investigación de mercados en el proceso exportador
Desconocimiento de la competencia existente en el mercado	Competitividad de los productos medidos en calidad
No existe una estrategia comercial clara y dirigida a consolidar los productos en el mercado internacional	Preferencias arancelarias como miembro de la Comunidad Andina de Naciones
	Menores costos del producto, en términos de nacionalización, como consecuencia del menor valor Cif de la mercancía, y las preferencias arancelarias en la mayoría de productos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Ampliación del mercado, en la medida en que los establecimientos estén en busca de un mejoramiento de los niveles de servicio y productos ofrecidos.	Desconocimiento de la oferta total del mercado de dotación institucional
Expansión de la demanda interna en el sector turismo y salud, como consecuencia de una mejora de la situación económica del país	Alta competencia de empresas productoras locales, especialmente en el rubro de alimentos, las cuales se han consolidado y posicionado en el mercado tanto de consumo masivo como institucional
Tendencia a la culturización de la población en aspectos de calidad y sanidad en el consumo de alimentos	Altos niveles de competencia en el mercado con empresas multinacionales, los cuales utilizan estrategias de precio para atacar el mercado
Reducción del arancel a cero por ciento de algunos productos y entrada en vigencia del arancel externo común	Alta concentración de la demanda de estos productos generando un alto poder de negociación de los clientes.
El mercado es abastecido principalmente por distribuidores y representantes	Alta concentración de los canales de distribución
Baja diversidad de productos ofrecida por una misma empresa, incrementando sus costos logísticos	Reducidos márgenes de comercialización, que incentivan la competencia por precio y la implementación de economías de escala para lograr competitividad en el mercado
Pequeños nichos de mercado por desarrollar como el abastecimiento de productos aménities y kits de limpieza, costura y aseo.	Constante entrada de nuevos productos y empresas al mercado, especialmente en el sector informal de la economía
	Cubrimiento de la demanda por pocas empresas, las cuales tienen el conocimiento del mercado y canales de comercialización atados.

Elaboración : GRUPO CONSULTOR

La evolución del mercado de dotación institucional se encuentra influenciada por el crecimiento del consumo de las principales ramas a las cuales están dirigidos los productos, entre las que se encuentran los sectores de turismo y salud, entre otros; y por el incremento del consumo de la población extranjera y local, la cual empieza a caracterizarse por el desarrollo de la cultura enfocada hacia la calidad y el consumo de productos dirigidos a la satisfacción del cliente.

En un futuro, es previsible la tendencia a diversificar los canales de distribución como consecuencia del ingreso de nuevas empresas y nuevos productos, así como la intensificación de la relación con el

cliente de forma casi personalizada en torno a la asesoría técnica, el servicio posventa, y el servicio de actualización y evolución en lo que se refiere a tecnología.

Las empresas líderes del sector están orientadas hacia la especialización de líneas para atender el mercado, pero diversificando en cada una de las categorías de productos. En este contexto, la diversificación de las empresas impulsa la ampliación de su portafolio de productos, incorporando artículos de mayor valor agregado, y una creciente segmentación de la oferta en los mercados. A este respecto, cabe destacar que la orientación de la demanda hacia los productos de buena calidad, un buen precio y excelentes tiempos de entrega son pautas fundamentales para el consumidor al momento de hacer la compra.

Por otra parte, la mezcla de mercadeo de las principales empresas son evidencia de las crecientes inversiones en demostraciones y exhibiciones efectuadas con el objetivo de fortalecer la imagen de las compañías y promover nuevos productos, sobre todo en los mercados con mayor grado de rivalidad competitiva y penetración de productos nuevos, como son los sectores de alimentos y aseo.

Por otro lado, en el marco de la Comunidad Andina, las previsiones de crecimiento de la producción en función de la competitividad apuntan hacia un liderazgo de los productos provenientes de los países miembro, gracias a los acuerdos regionales AEC. En este sentido, hay que mencionar que algunos productos que constituyen el sector se encuentran protegidos del ingreso de productos de terceros países, beneficiando sustancialmente la posición de Colombia en este sector<sup>73</sup>.

#### **Perspectivas a corto y mediano plazo e Inversiones Futuras**

En el corto y mediano plazo el comportamiento del mercado de dotación institucional en Perú señala que la tendencia de crecimiento continuará durante el 2003 y 2004, gracias a tres factores: La expansión del consumo por medio del incremento de la demanda de la población, incentivando el turismo local, el crecimiento y diversificación de los establecimientos de los diferentes sectores, en torno a un mejoramiento

---

<sup>73</sup> Para ampliar el conocimiento a cerca de los productos con preferencias arancelarias o beneficiados de los acuerdos de integración regional con Perú, remitirse a los estudios de mercado de los respectivos sectores.

en la calidad de los productos y servicio al cliente, y la renovación de productos y servicios motivada principalmente por el desarrollo de la industria turística y de salud.

Otro punto importante dentro de las perspectivas futuras del mercado, es la entrada en vigencia del AEC (Arancel Externo Común), y de las preferencias arancelarias las cuales favorecen la entrada de los productos colombianos con ventajas en comparación a terceros países que no integran este grupo.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta la programación de desgravación arancelaria al interior de la Comunidad Andina establecida en la Decisión 414 del Acuerdo de Cartagena.

En este contexto es importante que las empresas colombianas establezcan estrategias de entrada a este mercado, apoyadas en el conocimiento de varios factores:

1. El mercado se encuentra inmerso en una guerra de precios que han afectado considerablemente el margen de ganancia de los distribuidores, comercializadores y representantes.
2. La tendencia a consumir productos reconocidos por su calidad, no solo es interés de las grandes empresas del sector, sino por el contrario es un sentimiento que se ha venido generalizando alrededor de toda la industria.
3. El empresario peruano se preocupa por el posicionamiento de su establecimiento en el mercado, lo cual le exige un acondicionamiento en cuanto a diseño y presentación de los productos ligados a su empresa, motivado principalmente por el desarrollo de los nuevos formatos de comercialización y manejo del mercado al cual esta dirigido su negocio.
4. El poder de negociación de los clientes es muy alto, en especial de las grandes cadenas de establecimientos, ya sean hoteles, restaurantes o clínicas, las cuales concentran la oferta de servicios y atacan a la mayoría de segmentos de la industria turística y de salud peruana. Tan solo se tiene claro el poder de negociación de las empresas proveedoras de equipos médicos especializados y servicios de software y consultoría, sectores donde las empresas que ofrecen estos servicios son muy pocas.
5. El factor precio es importante para la consolidación de una negociación con un empresario peruano, pues los márgenes de comercialización son muy reducidos en el mercado local, lo que representa un elemento de suma importancia para el consumidor. Además, del empleo de medios demostrativos y prácticos al



momento de la introducción de un producto, así como el servicio técnico y el servicio posventa generan un factor de competitividad.

Entre las estrategias a desarrollar en el mercado, se encuentra principalmente el ofrecer los productos colombianos a menores precios respecto a los ofrecidos en el mercado local, compitiendo con calidad, precio y tiempo de entrega, aprovechando las bondades de los acuerdos internacionales para disminuir el precio de los productos.

Otro aspecto importante de la estrategia es ofrecer un mayor portafolio de productos, gracias al cual los distribuidores o representantes (en caso de tener uno) o el encargado de ventas puedan captar mayor cantidad de clientes sin reducir más sus márgenes o los estándares de calidad ofrecidos usualmente con otras compañías de reconocimiento internacional.

Adicionalmente, se sugiere introducir al mercado productos que se adapten a las necesidades de la idiosincrasia peruana, lo cual implica una estrategia de investigación de mercado más profunda para cada uno de los segmentos y tipo de producto que se esta comercializando.

Es importante mencionar además los grandes proyectos que se encuentran adelantados en diferentes fases, promovidos por los organismos estatales y privados con el fin de mejorar la oferta turística del Perú. Uno de ellos es el proyecto Playa Hermosa, que comprende el desarrollo de infraestructura turística en el departamento de Tumbes, desde Punta Capones hasta el límite con el departamento de Piura. Otro proyecto es el Parque Nacional de Quistococha, el cual comprende el desarrollo de un Parque Turístico Nacional. El objetivo de este proyecto es convertirlo en un producto turístico nacional el internacional, en donde se puedan realizar actividades de observación de flora y fauna, investigación y actividades recreativas. Este parque se encuentra cerca de la ciudad de Iquitos.

Un tercer proyecto es el Chaco de la Puntilla, el cual consiste en la construcción de un complejo turístico en una zona de la Bahía de Paracas. Y el cuarto proyecto se encuentra en la ciudad de Lima, y es conocido como El Centro Cívico, el cual esta destinado a la puesta en operación de un centro de eventos y convenciones.

Con este tipo de proyectos, el gobierno busca incentivar la industria y el comercio en zonas menos favorecidas y que son potenciales de explotación por sus condiciones naturales. Además, el optimismo que muestran las entidades encargadas de promover este tipo de proyectos se sustenta en las proyecciones mundiales de movilización hacia los países de Sur América como destino vacacional.

De esta forma, sería muy interesante que las empresas colombianas proveedoras de productos para el equipamiento y dotación de estos establecimientos entraran en una labor de identificación más específica de necesidades para ofrecer al empresario peruano con un portafolio amplio y completo de productos necesarios en el funcionamiento de este tipo de establecimientos.

## **ANEXOS**

**Anexo 1 : Formatos de Inscripción para Notificación Sanitaria.**

<b>MINISTERIO DE SALUD</b>  DIRECCIÓN GENERAL DE MEDICAMENTOS INSUMOS Y DROGAS DIRECCIÓN EJECUTIVA DE REGISTRO Y NORMAS		SOLICITUD-DECLARACIÓN JURADA PARA LA NOTIFICACIÓN SANITARIA DE PRODUCTOS COSMETICOS	
		COMPROBANTE DE PAGO	
		DECISIÓN 516 - COMUNIDAD ANDINA <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>	
N° DE EXPEDIENTE  FECHA		SOLO PARA USO EXCLUSIVO DE DIGEMID	
<b>PARTE I - INFORMACIÓN DEL PRODUCTO</b>			
1. NOMBRE DEL PRODUCTO		2. CLASIFICACIÓN COSMETICA	
ADJUNTA RELACIÓN SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
3. FORMA COSMETICA			
4. TRAMITE SOLICITADO: <input type="checkbox"/> NOTIFICACION SANITARIA (Reconocimiento) N° _____ País _____		5. CERTIFICADO DE LIBRE VENTA <input type="checkbox"/> DE NOTIFICACION SANITARIA <input type="checkbox"/> DE REGISTRO SANITARIO	
<b>PARTE II- INFORMACION DEL SOLICITANTE</b>			
6. CATEGORIA DE LA EMPRESA <input type="checkbox"/> LABORATORIO <input type="checkbox"/> DROGUERIA <input type="checkbox"/> IMPORTADORA			
7. NOMBRE O RAZON SOCIAL		8. R.U.C.	
9. DOMICILIO LEGAL Av./Calle			10. N°
11. URBANIZACION	12. DISTRITO	13. PROVINCIA	
14. DEPARTAMENTO	15. TELEFONO	16. FAX	17. E-MAIL
18. NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL			19. TELEFONO N°
<b>DIRECTOR TECNICO O REGENTE</b>			
20. NOMBRE	21. CARGO	22. N° C.Q.F.	23. TELEFONO N°
<b>FABRICANTE</b>			
24. NOMBRE O RAZON SOCIAL			25. N° RUC.
26. DOMICILIO LEGAL Av./Calle/Jr.		27. N°	28. TELEFONO N°
29. URBANIZACIÓN	30. PROVINCIA	31. DEPARTAMENTO	32. PAIS
33. FABRICACION BAJO LICENCIA			
34. NOMBRE O RAZON SOCIAL			
35. FABRICACION <input type="checkbox"/>	ENVASADO <input type="checkbox"/>	ACONDICIONADO <input type="checkbox"/>	
POR :		PARA :	

\* EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI CONTIENE TODA LA INFORMACION SOLICITADA Y ADJUNTA LA DOCUMENTACIÓN ESTABLECIDA CON SU RESPECTIVA TRADUCCIÓN SI SE ENCUENTRA EN IDIOMA EXTRANJERO

**DOCUMENTACION QUE SE ADJUNTA**

☐ NOTIFICACION SANITARIA (CERTIFICADO POR  
LA AUTORIDAD DE SALUD)

DEL.....AL.....FOLIO

SI ☐

NO ☐

☐ FORMULA CUALITATIVA  
CUANTITATIVA PARA SUSTANCIA DE USO  
RESTRINGIDO.

DEL.....AL.....FOLIO

☐ ESPECIFICACIONES ORGANOLEPTICA  
Y FISICO-QUIMICO DEL PRODUCTO TERMINADO

DEL.....AL.....FOLIO

☐ ESPECIFICACIONES MICROBIOLOGICAS  
(Cuando corresponda)

DEL.....AL.....FOLIO

☐ RECIBO DE PAGO

DEL.....AL.....FOLIO

☐ OTROS

DEL.....AL.....FOLIO

TOTAL DE FOLIOS.....  
LETRAS Y NUMEROS

## DECLARACION JURADA

POR EL PRESENTE DOCUMENTO YO,  
....., IDENTIFICADO  
CON DNI. N° ....., REPRESENTANTE LEGAL DE LA  
EMPRESA ....., CON RUC.  
N°....., CON DOMICILIO EN  
....., DECLARO BAJO JURAMENTO  
QUE:

1.- EL CONTENIDO TOTAL DE LA INFORMACIÓN  
PROPORCIONADA POR MI REPRESENTADA EN LA SOLICITUD-  
FORMATO, PARA ....., DEL  
PRODUCTO....., ES ABSOLUTAMENTE CIERTA Y  
VERAZ.

2.- TODOS LOS DOCUMENTOS ADJUNTADOS POR MI  
REPRESENTADA A LA SOLICITUD-FORMATO, SON COPIA FIEL DE  
LOS ORIGINALES QUE TENGO EN MI PODER.

3.- EL PRODUCTO SEÑALADO EN LA SOLICITUD-DECLARACION  
JURADA, REUNE LAS CONDICIONES DE CALIDAD, SEGURIDAD,  
EFICACIA E INOCUIDAD.

4.- LA FABRICACIÓN DEL PRODUCTO SEÑALADO EN LA  
SOLICITUD-DECLARACION JURADA, HA CUMPLIDO CON LAS  
BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA.

5.- MI REPRESENTADA PRESTARA TODAS LAS FACILIDADES QUE  
SOLICITE LA AUTORIDAD DE SALUD, A FIN DE COMPROBAR LA  
VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN PRESENTADA, EN  
CUMPLIMIENTO AL PRINCIPIO DE PRIVILEGIO DE CONTROLES  
POSTERIORES, DISPUESTO EN EL ART.IV.,1.16 DE LA LEY N°  
27444.

POR TODO ELLO EL SUSCRITO, COMO REPRESENTANTE LEGAL  
DE LA EMPRESA ..... ASUME TODA LA  
RESPONSABILIDAD QUE PUDIERA DERIVAR DE LA FABRICACIÓN,  
IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, COMERCIALIZACION,  
ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, DISPENSACION, EXPENDIO Y

TENENCIA DEL PRODUCTO SEÑALADO EN LA SOLICITUD-FORMATO.

EN CASO DE FALSEDAD EN LA INFORMACIÓN O EN LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA, LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA PODRÁ INICIAR LAS ACCIONES ADMINISTRATIVAS SANCIONATORIAS, ADEMÁS DE SOLICITAR A LA PROCURADURÍA PÚBLICA DEL MINISTERIO DE SALUD EL INICIO DE LAS ACCIONES PENALES CORRESPONDIENTES.

LIMA, .....DE.....DEL 200....

FIRMA Y NOMBRE COMPLETO DEL REPRESENTANTE LEGAL  
FIRMA Y NOMBRE COMPLETO DEL QUÍMICO FARMACÉUTICO  
RESPONSABLE.

Nº DNI.....

Nº DE COLEGIATURA

**Anexo 2 : LISTADO DESARROLLADO DE INSUMOS,  
INSTRUMENTAL EQUIPO DE USO MEDICO, QUIRURGICO U  
ODONTOLÓGICO**

**I.- MATERIAL E INSUMOS**

**A.- ANESTESIOLOGIA**

- 1.- Cánula
- 2.- Catéter
- 3.- Mascaras:
  - Para Anestesia
  - Para Oxigeno De Reservorio
  - De Venir
- 4.- Obturador Esofágico
- 5.- Protector Dental
- 6.- Tubos:
  - De Traqueotomía
  - Nasofaríngeo
  - Traqueal
- 7.- Vaso Para Colección De Gas Exhalado
- 8.- Oxido Nitroso
- 9.- Filtros
- 10.- Humidificadores

**B.- CARDIOLOGÍA Y ANGIOLOGIA**

- 1.- Balón Intraórtico
- 2.- Catéteres, Sondas Y Accesorios:
  - Catéteres Balón: Para Inhalación, Para Embolización
  - CATERES Con Oxigeno Fibro-Optico
  - Catéter Intravascular
  - Catéter Para Embolectomía
  - Catéter Para Septostomía
  - Catéter Percutáneo O Venosos Central
  - Catéter Swan Ganz Con Y Sin Termodilusión
  - Catéter Y Sondas Intracardiacas Diagnosticas
  - Dilatadores De Vasos Para Catéter
  - Guía Para Catéter
  - Estilete Para Catéter

---

- Introductor Para Catéter

3.- Clips:

- Para Aneurisma
- Para Vena Cava
- Vasculares En General

4.- Filtros Intravasculares

5.- Parches Intracardiacos

6.- Prótesis E Implantes Y Accesorios

- Prótesis Para By-Pass Ventricular
- Prótesis Valvulares
- Prótesis Vasculares
- Implante Para Embolización Arterial
- Stents
- Set De Tuberías Para Circulación Extracorporea

C.- OTORRINOLARINGOLOGÍA

1.- Balón Para Epístasis

2.- Irrigador Nasal

3.- Prótesis E Implantes:

- Prótesis Laríngea
- Prótesis Parcial Osicular
- Prótesis Total Osicular
- Implantes Mandibulares
- Implantes Para Oído Medio
- Oreja, Nariz Y Garganta, Sintéticas

4.- Shunt Endolinfático

5.- Tubos:

- Para Timpanostomía
- Para Timpanostomía De Membrana Semipermeable

6.- Cepillo Citológico

D.- GASTROENTEROLOGIA

1.- Bolsas De Colostomía

2.- Sondas:

- Duodenales Con Oliva
- Gástricas
- Gastro – Duodenales De Uno O Dos Vías
- Rectales

3.- Aplicador Rectal

E.- UROLOGÍA

1.- Clamp Para Circuncisión

2.- Bolsas Y Colectores De Orina

3.- Prótesis E Implantes:



- Testicular
- Implante Inflable De Pene
- Implante Rígido De Pene

## 4.- Sondas:

- Foley De Dos O Tres Vías
- Neláton
- Pézzer
- Uretrales

## 5.- Bolsas Para Hemodiálisis

## F.- CIRUGÍA GENERAL

## 1.- Agentes Hemostáticos:

- Esponjas Hemostáticas
- Agente Hemostáticos Absorbibles
- Apósito Quirúrgico Adhesivo
- Bolsa De Organos
- Catéteres
- Fijador Externo Para Fractura Facial
- Férulas Para Extremidades, Inflable Y No Infables
- Grapas Para Piel Removibles
- Malla Quirúrgica
- Mascaras De Piel
- Prótesis E Implantes:
- Prótesis De Barbilla
- Prótesis Esofágica O Traqueal
- Prótesis Mamaria De Silicona
- Material De Implante Con Fibra De Cartón
- Grapas

## G.- NEUROLOGÍA

## 1.- Cánulas: Ventricular

## 2.- Catéteres: Ventricular

## 3.- Clip Para Aneurisma

## 4.- Electrodo:

- Corticales
- Cutáneos
- De Aguja
- Naso-Faríngeo

## 5.- Estimulador Cerebral Implantable

## 6.- Fajas Para Craneotomía

## 7.- Medios Electroconductivos

## 8.- Metil Metacrilato Para Aneurismorrafia

## 9.- Prótesis E Implantes:

- Prótesis Para Craneoplastia
  - Implantes Intracerebral/Subcortical Para El Dolor
- 10.- Substituto De Duramadre
- 11.- Válvula De Derivación De LCR
- 12.- Agujas De Acupuntura

## H.- GINECOLOGÍA Y OBSTETRICIA

1. Cepillo Citologico
2. Cobertor Cervical
3. Colector De Liquido, Para Amniocentesis
4. Drenaje Cervical
5. Espátula Endometrial
6. Pesario Vaginal
7. Prótesis Para Trompa De Falopio
8. Aplicador Vaginal
9. Ducha Vaginal

## I.- OFTALMOLOGÍA

- 1.- Clip Oftálmico
- 2.- Conformador Oftálmico
- 3.- Fluido Intraocular
- 4.- Lentes:
  - De Contacto Blandos Uso Diario
  - De Contacto Blandos Permanentes
  - De Contactos Rígidos Gas Permeable Uso Diario
  - De Contacto Rígidos Gas Permeable Permanente
  - De Contacto Uso Cosmético
  - Intraoculares
  - Guía Para Lente Intraocular
- 5.- Prótesis E Implantes:
  - Implantes Absorbible
  - Implante Orbital Extraocular
  - Implante Válvulas De Ojo
  - Keratoprótesis
  - Ojo Artificial
- 6.- Válvulas Para El Control De Presión Intraocular

## J.- TRAUMATOLOGÍA Y ORTOPEDIA

- 1.- Barras O Clavos Para Fijación Intramedular
  - De Kuntcher
  - A/O
- 2.- Cemento Oseo Polimetil Metacrilato

- 3.- Cerclaje O Alambre Para Fijación Osea
- 4.- Componente Metálico Para Fijación Osea
  - Placas
  - Placas Angulares
  - Placas Especiales
  - Tornillos
  - Tornillos Especiales
- 5.- Prótesis E Implantes: De Uso Interno
  - Prótesis Para Artic De Cadera
  - Prótesis Para Artic. De Codo
  - Prótesis Para Artic. De Dedo
  - Prótesis Para Artic. De Hombro
  - Prótesis Para Artic. De Muñeca
  - Prótesis Para Artic. De Rodilla
  - Prótesis Para Artic. De Tobillo
  - Prótesis De Tendón Pasiva
  - Implante Para Fijación Intervertebral
  - Implante Para Fijación Espinal Intralaminar

#### K.- MEDICINA FÍSICA

- 1.- Parafina
- 2.- Collarines

L.- RADIOLOGÍA: Se Complementara Esta Clasificación De Acuerdo A Las Solicitudes Presentadas.

#### LL.- ODONTOLOGÍA

- 1.- Agujas Dentales:
  - Para Crápula (Larga Y Cortas)
  - Para Implante Dental
- 2.- Cauchos Abrasivos
- 3.- Cementos:
  - Carboxilato
  - Hidróxido De Calcio
  - Oxifosfato
  - Oxido De Zinc Con Eugenol
  - Policarboxilato
  - Quirúrgico Con Eugenol
  - Quirúrgico Fotocurable
  - Quirúrgico Sin Eugenol
  - Silicato
  - Fosfato De Zinc
  - Conomero Vidrio-Base

- Conomero Vidrio-Restaurador
  - 4.- Cepillos:
    - Dentales
    - Dentales Eléctricos
  - 5.- Ceras:
    - Amarilla En Barras
    - Rosada En Laminas
  - 6.- Coronas De Acero Para Diferentes Piezas
  - 7.- Cubetas Para Colocar Flúor
  - 8.- Discos:
    - Carburundum
    - De Lija Grano Fino
    - De Lija Grano Grueso
    - De Papel Para Pulido
    - Metálicos
  - 9.- Elastómeros (Material De Impresión)
  - 10.- Escobillas Para Pulido
  - 11.- Eyector De Saliva (Cánula Descartable)
  - 12.- Hidroxiapatita:
    - Reabsorvible
    - No Reabsorvible
  - 13.- Hilo Dental Con Y Sin Cera
  - 14.- Implantes Dentales:
    - Cilíndricos De Spray Titanio
    - Cilíndricos De Titanio
    - Dientes
    - En Tornillo De Spray Titanio
    - En Tornillo De Titanio
    - Revestidos De Hidroxiapatita
  - 15.- Lijas:
    - Metálicas
    - De Papel
  - 16.- Maguera De Uso Dental
  - 17.- Materiales De Injerto Y Obturación
    - De Banda Moler O Matriz Metálica
    - De Injerto Y Relleno Oseo Liofilizado Esponjoso Cortical
    - De Injerto Y Relleno Oseo Sintético
    - Limaduras De Amalgama
    - Matriz Celuloide
    - Membrana De Regeneración Tisular Guiada Reabsorvible Y No Reabsorvible
    - Mercurio Dental Tridestilado
    - Para Obturación De Cavidades Para Piezas Desiduras
    - Para Obturación De Cavidades Temporal
    - Para Obturación De Conductos
  - 18.- Materiales De Endodoncia
    - Conos De Gutapercha

- Conos De Papel Secante
- Dique De Goma
- Paramino Clorofenol
- 19.- Materiales De Odontología Cosmética
  - Acido Maleico
  - Acido Ortofosforico
  - Ionómeros
  - Agente Adhesivo Para Resina
  - Agente De Enlace Para Resina
  - Resinas Autocurables
  - Resinas Autocurables No Aux.
  - Resinas Fotocurable
  - Sellantes De Fosas Y Fisuras
- 20.- Materiales De Ortodoncia
  - Alambres Rectangulares
  - Alambres Redondos
  - Alambres Twist Flex
  - Alastix Cadena De Poder
  - Bandas Metálicas Preformadas
  - Elásticos Intermaxilares
  - Ligaduras Metálicas
  - Tubos Dobles Superiores
  - Tubos Simples Inferiores
- 21.- Módulos Elásticos De Separación
- 22.- Siliconas:
  - Para Impresiones Base
  - Para Impresiones Fluido.
- 23.- Sustancias Y Soluciones De Uso Odontológico
  - Alginato
  - Desinfectante Para Irrigar
  - Flúor
  - Peróxido De Carbamida
  - Polivinil Siloxano
  - Quelante Para Irrigar
  - Revelador De Placa Microbiana

#### M- REACTIVO PARA DIAGNOSTICO CLINICO

- 1.- USADOS EN HEMATOLOGÍA- PATOLOGÍA:
  - Adenosina Trifosfato
  - Carboxihemoglobina
  - Eritropoyetina
  - Euglobulina, Lisis
  - Factores De Coagulación En General

---

- Factor Plaquetario

- Fibrina, Para Coagulación
- Fibrinogeno, Determinación
- Fibrinogeno/ Fibrina, Degradación
- Glucosa 6 Fosfato Dehidrogenasa
- Glutathiona Reductasa
- Hemoglobina A2
- Hemoglobina, Análisis Electroforetico
- Hemoglobina Anormal
- Hemoglobina Fetal
- Hemoglobina Glicosilada
- Heparina
- Leucocitos, Peroxidasa
- Leucocitos, Fosfatasa Alcalina
- Protrombina Consumo
- Protrombina, Proconvertina
- Sickle
- Tiempo De Protrombina
- Tiempo De Tromboplastina

2.- USADOS EN INMUNOLOGIA:

- Albúmina
- Anhidrasa Carbónica
- Anticuerpo Antimitocondriales
- Anticuerpo Antimusculo Liso
- Anticuerpos Antinucleares
- Anticuerpos Antitiroideos
- Alfa-1-Antitripsina
- Bence-Jones Proteína
- Beta-Globulinas
- Calostro Materno
- Ceruloplasmina
- Complemento, Componentes
- Complementos C1- Inhibidor
- Complemento, Inactivador
- Cohn Fracción II, IV, V
- Dehidrogenasa Lactica
- Factor-B, Properidin
- Factor XII A, S
- Ferritina
- Fibrinopeptido A
- Globulina Alfa
- Glucoproteina Alfa1, Alfa 2
- Glucoproteina Beta 2
- Hemoglobina
- Hemopexina
- Inmunoglobulinas A, D, E, G, M
- Lactoferrina

- Lipoproteínas
  - Lupus Eritematoso Sistémico
  - Macroglobulinas Alfa 2
  - Microglobulinas Beta – 2
  - Mononucleosis Infecciosa
  - Plasma
  - Plasminogeno
  - Proteína C – Reactica (PCR)
  - Protrombina
  - Retinol
  - Reumatoide, Factor
  - Transfenina
  - Tripsina Inter – Alfa
- 3.- USADOS EN MEDICINA NUCLEAR:
- Adreno Corticotrópica Hormona (ACTH)
  - Albúmina
  - Aldosterona
  - Angiotensiva Actividad Renal
  - Alpha Fetoproteína
  - Anticuerpo Anti – Insulina
  - CA 125 Antígeno
  - CA 15. 3 Antígeno
  - CA. 19.9 Antígeno
  - CA – 72.4 Antígeno
  - Calcitonina
  - Catepsina
  - Carcino Embrionario Antígeno (CEA)
  - Cortisol
  - Cifra 21.1
  - C – Peptide
  - Estradiol
  - Timidinkinasa
  - Interleuquinasa
  - upA Activador De Plasminogeno Uroquinasa
  - Colagenazas
  - Ferritina
  - Folículo Estimulante Hormona (FSH)
  - Gastrina
  - Corionica Gonadotona Hormona (HCG)
  - Hormona De Crecimiento
  - Lactogeno Placentaria La Hormona
  - Anticuerpo Antitiroglobulina
  - Tiroglobulina
  - Insulina

- Luteinisante Hormone (LH)
  - Nse Enalosa Neurona Especifica
  - 17 – Oh Progesterona
  - Osteocalcina
  - Progesterona
  - Prolactina
  - Phostatase Acido Prostatico
  - Psa Antigeno Prostatico Especifico
  - Psa2
  - Ps2
  - PTH (Parathormona U Hormona Paratiroidea
  - Testosterona
  - Tri- Iodotironina (t3)
  - T3 Libre
  - Tiroxina (T4)
  - T4 Libre
  - Tiroide Estimulante Hormona
  - TSH Neonatal
  - Anticuerpo Receptor Anti-TSH
  - Anticuerpo Antiperoxidasah
- 4.- USADOS PARA DOSAJES QUÍMICOS Y BIOQUÍMICOS:
  - Ace (Enzima Convertidora De Angiotensina)
  - Acth (Hormona Adrenocorticotrópica)
  - Acido Ascórbico
  - Acido Delta – Aminolevulinico
  - 2,3 Acido Difosfoglicerico
  - Acido Grasos
  - Acido Fólico
  - Acido Formico – Glutámico
  - Acido Láctico
  - Acido Metilmalónico
  - Acido Piruvico
  - Acido Úrico
  - Acido Vanilmandélico
  - Alt sgpt (Alanina Amino Transferasa)
  - Albúmina
  - Aldosa
  - Aldosterona
  - Amilasas
  - Amoniaco
  - Androstenediona
  - Androsterona
  - Angiotensina I Y Resina
  - Ast sgpt (Aspartato Amino Transferasa)
  - Bilirrubina Total O Directa
  - Bilirrubina Neonatal
  - Bilirrubina Urinaria



- 
- Peptido Pro Insulina
  - Calcio
  - Calcitonina
  - Catecolaminas
  - Cetonas
  - Cíclico Amp
  - Cisteina
  - Cloro
  - Cobre
  - Colesterol
  - Coliglicina
  - Corticoides
  - Corticosterona
  - Cortisol (Hidrocortisona – Hidroxicorticosterona)
  - Creatina
  - Creatin – Fosfoquinasa
  - Creatinina
  - Dehidroepiandrosterona
  - Dehidrogenasa Láctica
  - 11 - Deoxicortisol – Desoxicorticosterona
  - Dióxido De Bicarbonato
  - Estradiol
  - Estriol
  - Estrógenos Totales En Gestación
  - Estrógenos Totales En No Gestante
  - Estrona
  - Etiocolanolona
  - Fosfatasa Acida Total O Prostatica
  - Fosfatasa Alcalina O Isoenzimas
  - Fosfobilinogeno
  - 6 – Fosfogluconato Dehidrogenasa
  - Fosfohexosa – Isomerasa
  - Fosfolipidos
  - Fósforo Inorgánico
  - Galactosa
  - Galactosa 1 Fosfatouridil Transferasa
  - Gamma Glutamil Transpeptidasa
  - Gases En Sangre; Ph En Sangre
  - Gastrina
  - Globulina
  - Glucagon
  - Glucosa
  - Glucosa Urinaria No Cuantitativa
  - Glutadiona

- Hidroxi Bitirica – Dehidrogenasa
- 17 – Hidroxiprogesterona
  - Hidroxiprolina
  - Hierro
  - Hierro Ligado
  - Histidina
  - Hemocistina Urinaria
  - Hormona Folicuestimulante
  - HCG (Gonadotrofina Corionica Humana
  - Hormona De Crecimiento
  - Hormona Luteinizante
  - Hormona Paratiroidea
  - Hormona Tiroideoestimulante
  - Insulina Inmunoreactiva
  - 17- Ketosteroides
  - Lactogeno Placentario
  - Lecitina – Esfingomielina
  - Leucina Aminopeptidasa
  - Lipasa
  - Lípidos Totales
  - Lipoproteínas
  - Lisoenzimas
  - Mucopolisacáridos
  - Nitritos
  - Nitrógeno
  - Nucleotidasas
  - Ornitina Carbamil Transferasa
  - Osmolaridad
  - Oxalatos
  - Ph Urinario
  - Piruvato – Quinasa
  - Potasio
  - Pregnandiol
  - Pregnanmetiol
  - Pregnalona
  - Prolactina
  - Proteína O Albúmina En Orina
  - Proteínas Totales Y Fraccionadas
  - Quimotripsina
  - Sirbutil Dehidrogenasa
  - Sodio
  - Testosterona
  - Tiroxina Libre
  - Tiroxina Ligada
  - Tiroxina Total
  - Transaminasas – GPO, CPT
  - Triglicéridos

- Triosa Fosfato Isomerasa
- Tripsina
- Triyodotironina
- Urea
- Urobilinogeno Urinario
- Uroporfirina
- Vitamina A
- Vitamina B 12
- Vitamina E
- Volumen Sanguíneo
- Xilosa

5.- USADOS PARA DOSAJES SEROLOGICOS

- Acinetobacter
- Adenovirus
- Arisona sp
- Aspergillus sp
- Elastomices Dermatitides
- Bordetella sp
- Brucella SP
- Clamydia
- Campilobacter
- Citrobacter SP
- Ccoidioides Inmitis
- Corynebacterium SP
- Coxsackie Virus
- Criptococus Neoformans
- Citomegalovirus
- Ecovirus
- Encefalomielitis Equina Virus
- Entamoeba Histolica
- Epstein Barr Virus
- Equinococus SP
- Erisipela
- Escherichia Coli
- Flavobacterium
- Francisella Tularensis
- Gonococo Anticuerpo
- Hemofilus SP
- Hepatitis
- Herpes Simples Sp
- Histoplasma Capsulatum
- HIV HIV
- Influenza Virus
- Klebsiela SP

---

- Leptospira SP

- Linfocítica Coriomeningitis
- Listeria SP
- Micobacteria Tuberculosa
- Micoplasma SP
- Mumps Virus (Paperas O Parotidis)
- Neisseria SP
- Parainfluenza Virus
- Poliovirus
- Proteus SP
- Pseudomona SP
- Reovirus
- Rickettsia
- Rinovirus
- Rubella Virus (Agente De La Rubéola)
- Rubéola Virus (Agente Del Sarampión)
- Salmonella SP
- Schistosoma SP
- Serratia SP
- Shigella SP
- Stafiloco Aureus
- Stafilococo SP
- Toxoplasma Gondii
- Teponema Pallidum
- Triquinella Espiralis
- Tripanosoma SP
- - Varicela Virus
- Vidrio Cóleras

6.- USADOS PARA DOSAJES TOXICOLOGICOS:

- Acetaminofen
- Acido Lisérgico
- Alcohol
- Aliento Alcohólico
- Amikacina
- Anfetaminas
- Antimonio
- Antidepresivos Triciclicos
- Arsénico
- Barbitúricos
- Benzodiazepinas
- Cocaína
- Codeína
- Colinesterasa
- Difenilhidantoina
- - Digitoxina
- Digoxina
- Fenobarbital

- - Fenotiazidas
- Gentamicina
- Kanamicina
- Lidocaina
- Litio
- Mercurio
- Metadona
- Metanfetamina
- Metaqualona
- Morfina
- Neurolépticos
- Opiáceos
- Primidona
- Propoxifeno
- Quinina
- Salicilato
- Sulfonamidas
- Teofilina
- Tobramicina
- Vancomicina

#### N.- DE USO GENERAL

##### 1.- AGUJAS:

- Alitas
- Bránulas
- De Anestesia
- De Fístula
- Hipodérmicas
- Lancetas
- Para Catarata
- Para Cuerpo Extraños
- Para Disección
- Para Paracentesis
- Para Punción
- Para Toracocentesis

##### 2.- Agujas De Sutura

##### 3.- Algodón

##### 4.- Apósitos

##### 5.- Campos Estériles

- Sabanas Quirúrgicas
- Fundas Quirúrgicas

##### 6.- Ceras Quirúrgicas

##### 7.- Clamps:

---

- Umbilical

- 8.- Detergentes Enzimáticos
- 9.- Drenes
- 10.- Esparadrapo
- 11.- Equipos De Transfusión:
  - Microgotero
  - Sanguíneo
  - Venoclisis
- 12.- Gasas:
  - Asépticas
  - Estériles
- 13.- Gel Ultrasonido Y ECG
- 14.- Guantes Quirúrgicos
- 15.- Hisopos
- 16.- Jeringas Descartables
  - De Triple Lumen
  - De Inflación
- 17.- Llaves De Conecion O De Paso:
  - 2 Vías
  - 3 Vías
  - 4 Vías
  - Adaptador Hembra – Macho
- 18.- Oxido De Etileno
- 19.- Oxigeno
- 20.- Suturas:
  - Con Agujas
  - Sin Agujas
- 21.- Vendas:
  - De Gasa
  - De Yeso
  - Elásticas
  - Adhesivas
  - Sintéticas
- 22.- Vestuario Medico Descartable Estéril:
  - Botas
  - Cubrebocas
  - Gorros
  - Mandiles
  - Pantalones
- 23.- Cánulas
- 24.- Mangas Estériles
- 25.- Electrodo
- 26.- Bolsas Colectoras
- 27.- Sustancias Humectantes Y Protectoras De Heridas, Estériles Y No Estériles
- 28.- Oxido Nítrico

## 29.- Filtros De Sangre

## Ñ.- OTROS NO COMPRENDIDOS EN LAS CATEGORÍAS ANTERIORES

- 1.- Aerocámara O Espaciador Antiasmático (Lactantes, Niños Y Adultos)

## II.- INSTRUMENTAL MEDICO – QUIRUGICO Y ODONTOLÓGICO

## A.- ANESTESIOLOGIA

- 1.- Algesímetro Manual
- 2.- Clamp Nasal
- 3.- Conectores Para Vía Aérea
- 4.- Estetoscopio Esofágico
- 5.- Estilete Para Tubo Traqueal
- 6.- Kit Para Obtención De Sangre Arterial
- 7.- Pinza Tiralengua

## B.- CARDIOLOGÍA –ANGIOLOGIA

- 1.- Anillo Para Anuloplastia
- 2.- Decoladores:
  - Externo De Venas
  - Intraluminar Arterial
- 3.- Dilatadores Quirúrgicos De Vasos
- 4.- Instrumental Para Biopsia Endomiocárdica
- 5.- Instrumental Para BY – PASS Cardiopulmonar
- 6.- Trincar
- 7.- Pinzas
- 8.- Tijeras

## C.- OTORRINOLARINGOLOGÍA

- 1.- Aguja Para Tímpano Acodada
- 2.- Amigdalótomo
- 3.- Atomizadores: De Vidrio Para Liquido
- 4.- Cucharillas Cortantes, Cuchillos Y Raspadores.
- 5.- Decolador Amigdaliano
- 6.- Espéculos:
  - Nasal
  - Otológico
- 7.- Espejos Laríngeos

## 8.- Instrumentos Para Aspiración Y Lavado

9.- Instrumentos Para Traqueotomía

10.- Jeringas Para Lavado De Oído

11.- Pinzas:

- Auriculares Con O Sin Dientes

- Otológicas

- Para Pedículo Amigdaliano Con Anillo Abierto O Cerrado

12.- Tijeras:

- Nasal

- Para Amígdalas Metzenbaum Recta O Curva

## D.- GASTROENTEROLOGIA

1.- Barra Para Colostomía

2.- Dilatadores:

- Esofágico

- Rectal

3.- Electrodo Para Ph Gástrico

4.- Espéculos

5.- Evacuador Gastroenterológico

6.- Instrumental Para Biopsia Endoscópica

- Gastroduodenal

- Rectosigmoidoscópica

7.- Ligador Hemorroidal

8.- Retractor Gastroenterológico

9.- Sistema Para Irrigación Colónica

## E.- UROLOGÍA

1.- Clamp Urológico

2.- Decolador De Cálculos Ureterales

3.- Dilatadores:

- Ureteral

- Uretral

4.- Instrumental Para Biopsia Por Cistoscopia

5.- Retractor Urológico

6.- Uretrótomo

7.- Pinzas

8.- Tijeras

## F.- CIRUGÍA GENERAL

1.- Bisturís, Escalpelos Y Accesorios

- Curvo Abotonado

- Curvo Agudo

- Hojas De Bisturí

- Mangos De Bisturí



- 
- 2.- Clamps
    - Vasculares
    - Intestinales
  - 3.- Curetas:
    - Volkmann De Cuchara Ovalada En Ambos Extremos
    - Williger De Cuchara Ovalada En Ambos Extremos
  - 4.- Estiletes:
    - Abotonado Con Ojal
    - Abotonado Doble
    - Abotonado Hoja De Mirto
    - Agudo
  - 5.- Pinzas
    - Anatómica
    - Collín
    - Crile
    - Diffenbach
    - Halsted
    - Kelly
    - Kocher
    - Oschner
    - Pean
    - Rochesterpean
  - 6.- Porta Agujas:
    - Crile – Wood
    - Hegar
    - Mayo – Hegar
  - 7.- Separadores:
    - - Balfour
    - Farabeuf
    - Gosset
    - Koerte
    - Mayo – Collin
    - Murphy
    - Parker
  - 8.- Sondas Acanalada
  - 9.- Tijeras:
    - Knowler
    - Lister
    - Mayo
    - Metzenbaum
    - Para Retirar Puntos
  - 10.- Trocar

## G.- NEUROLOGÍA

- 1.- Espátulas Cerebrales
- 2.- Esponjas De Algodón
- 3.- Ganchos Para Nervios
- 4.- Pinzas
- 5.- Separadores
- 6.- Tijeras
- 7.- Valvas

## H.- GINECOLOGÍA Y OBSTETRICIA

- 1.- Curetas Y Cucharillas
  - Flexibles
  - Rígidas
  - Fenestradas
  - Romas
  - Cortantes
  - Con Cucharillas Para Cuernos
  - Para Biopsia Tipo Novak O Kevorkian
  - Para Succión
- 2.- Dilatadores:
  - Cervical Vibratorio
  - Uterinos
- 3.- Espátulas
- 4.- Espéculos
- 5.- Estetoscopio Obstétrico Pinard
- 6.- Fórceps:
  - Con Eje De Tracción
  - Sin Eje De Tracción
- 7.- Histerómetros:
  - Flexible
  - Rígido
- 8.- Pelvímetro Graduado
- 9.- Pinzas Uterinas:
  - Para Biopsia
  - Para Falsos Gérmenes
  - Para Pólipos
  - Para Tracción Uterina
  - Para Algodones
- 10.- Valvas Vaginales:
  - Cóncava
  - Con Gancho
  - Con Peso Desmontable
  - De Doble Tracción
  - Plana

## I.- OFTALMOLOGÍA

- 1.- Blefarostato
- 2.- Campímetro
- 3.- Cucharillas Cortantes Y Cuchillos
- 4.- Ganchos Y Asas Extractoras
  - Para Estrabismo
  - Para Extracción
  - 5.- Magneto Ocular
- 6.- Montura Ajustable Para Pruebas De Lentes
- 7.- Pinzas:
  - Capsular
  - Para Chalazion
  - - Para Estrabismo
  - Para Iris
- 8.- Quistótomo
- 9.- Regla Interpupilar
- 10.- Retractor Palpebral
- 11.- Set De Lentes Oftálmicos
- 12.- Tijeras:
  - Para Estrabismo
  - Para Iridectomía
  - - Para Iris
  - Para Tenotomía
- 13.- Tonómetro

#### J.- TRAUMATOLOGÍA Y ORTOPEDIA

- 1.- Instrumental Para Cirugía Traumatológica- Ortopédica:
  - Básico A/O
  - Inst. General Para Rodilla Y Fémur
  - Inst. Minifragmentos A/O
  - Inst. Para Anillo Acetabular
  - Inst. Para Bloqueo Clavo Universal
  - Inst. Para Clavo Universal
  - Inst. Para Dhs – Dcs
  - Inst. Para Pequeños Fragmentos A/O
  - Inst. Para Prótesis Rodilla/Fémur
  - Inst. Para Prótesis De Cadera (Vástago Y Cótalo)
  - Inst. Para Prótesis Total Autobloqueantes Cótalos
  - Inst. Para Prótesis Total Autobloqueantes Para Fémur
  - Inst. Para Tornillos Canulados
  - Caja De Tornillos
  - Caja De Placas Anguladas
  - Componentes Para Tracción, No Invasiva

- Set De Cirugía Artroscópica
  - Set Fijador Externo Tubular
  - Set Fractura Intramedular
- 2.- Instrumental Para Tratamiento Traumatológico – Ortopédico De Columna Vertebral

K.- MEDICINA FÍSICA : Se Complementara Esta Clasificación De Acuerdo A Las Solicitudes Presentadas.

L.- RADIOLOGÍA

- 1.- Catéteres Y Guías Metálicas
- 2.- Jeringas Para Inyección De Contrastes

LL.- ODONTOLOGÍA

- 1.- Abrebocas:
  - De Metal
  - De Elástico
- 2.- Alicates:
  - Adaptador De Bandas
  - De Angle
  - De Coon
  - De Corte Distal
  - De Corte De Ligadura
  - De Corte Para Alambre Grueso
  - De Jhonson
  - De La Rosa
  - Para Moldear Coronas De Acero
  - Pico De Pajarito
  - Universal De Youz
- 3.- Bisturí:
  - Periodontales Rirkland
  - Periodontales Orban
  - Mango De Bisturí
- 4.- Botadores:
  - Acanalado Curvo
  - Angular
  - Ruth
- 5.- Cinceles:
  - Darby – Perry
  - Para Esmalte
  - Para Hueso (Cirugía Periodontal Ohlsenbein)
- 6.- Espejos:
  - Bucales Con Aumento
  - Bucales Sin Aumento
  - Mangos Para Espejos
- 7.- Exploradores:

- De Un Solo Extremo
- De Doble Extremo
- 8.- Extractor De Coronas
- 9.- Fórceps:
  - Para Dientes Anteriores (Superior - Inferior)
  - Para Molares Superior – Inferior
  - Para Tercer Molares
- 10.- Fresas:
  - Para Eliminar Tejido Dentario
  - Para Tallado
  - Quirúrgico Para Implantología
  - Quirúrgica Para Huesos
- 11.- Instrumental Para Endodoncia
  - Automaxton De Egler
  - Condensadores Laterales Y Digitales
  - Ensanchadores O Escareadores
  - Léntulos
  - Tiranervios
- 12.- Instrumental Para Operatoria Dental
  - Brunidores
  - Calibrador De Metal
  - Contrangulo Para Baja Velocidad
  - Curetas
  - Escavadores
  - Espátulas
  - Para Obturación Plástica Composite – Resina
  - Para Oro En Hoja
  - Porta Matriz
  - Raspadores
  - Rectractores Gingivales
  - Talladores
- 13.- Instrumental Para Ortodoncia
  - Empujador De Bandas
  - Posicionador De Bandas
- 14.- Instrumental Para Periodoncia E Implantología Dental
  - Aplicador De Medicamentos Sub – Gingival
  - Azadones
  - Indicador De Boley O Periodontómetro
  - Legras O Perióstomos
  - Para Implantología Dental
  - Periodontales De Sugarman
  - Porta Agujas
- 15.- Jeringas Triple
- 16.- Limas:

---

- De Amalgama

- Para Endodoncia
- Para Hueso
- Periodontales
- 17.- Piezas De Mano:
  - Automaton
  - De Alta Velocidad
  - De Baja Velocidad
- 18.- Pinzas:
  - Acanalada
  - Allis
  - Extractora De Bandas
  - Gubia Para Hueso
  - Hemostática Recta O Curva
  - Kelly
  - Marcadora De Bolsas
  - Para Cono Y Puntos
  - Para Dique De Goma
  - Para Papel Articular
  - Para Plásticos Separadores
  - Porta Agujas
  - Porta Algodón
  - Sujetadora De Dique De Goma
- 19.- Raygonero
- 20.- Repadores Comisurales
- 21.- Sondas:
  - Milimetrada Periodontal De Metal
  - Milimetrada Periodontal De Plástico
- 22.- Tijeras:
  - Para Corte De Metal
  - Para Endodoncia
  - Para Eliminación De Sutura

N.- DE USO GENERAL

- 1.- Bajalenguas:
  - De Madera (Niños Y Adultos)
  - De Vidrio Iluminado A Pilas
- 2.- Diapazones
- 3.- Estetoscopios:
  - De Un Cambio
  - De Dos Cambios
  - Pediátricos
- 4.- Martillos De Percusión:
  - De Mango Sólido
  - Con Pincel Y Aguja
- 5.- Osciloscopios

- 6.-. Tensiómetros
- 7.- Termómetros

### III.- EQUIPOS MEDICOS Y ODONTOLÓGICOS

#### A.- ANESTESIOLOGIA

- 1.- Analizadores De Gases
  - De Gases Anestésicos
  - De Gas Carbónicos (Co2)
  - De Gas Oxigeno
  - De Monóxido De Carbono
  - De Vapor De Agua
  - Invasivo De La Concentración De Hidrogeniones En Sangre (Ph)
  - Invasivo De La Concentración De Oxihemoglobina En Sangre
  - Invasivo De La Presión Parcial De Dióxido De Carbono En Sangre (Pco2)
  - Invasivo De La Presión Parcial De Oxigeno En Sangre (Pco2)
- 2.- Cámara Hiperbárica
- 3.- Detector Ultrasónico De Embolia Gaseosa
- 4.- Equipo De Electroanalgesia
- 5.- Equipo De Reanimación Cardio Pulmonar
- 6.- Espirómetros:
  - De Diagnostico En Control Continuo
  - Incentivo
- 7.- Máquina Para Anestesia O Analgesia
- 8.- Mezclador De Gases
- 9.- Monitores:
  - Cutáneo De Co2
  - Cutáneo De O2

---

- De Agua Pulmonar

- De Frecuencia Respiratoria
  - De Frecuencia Cardíaca
  - De Gasto Cardíaco
  - De Presión Sanguínea
  - De Presión Pulmonar
  - De Presión Cuña O De Capilar Pulmonar
  - De Pulso
  - Detector De Arritmias
- 10.- Nebulizadores
- 11.- Oxigenadores:
- De Membrana Para Circulación Extracorporea
- 12.- Pletismógrafo Pulmonar
- 13.- Tiendas De Oxígeno
- 14.- Transductores De Flujo Y Presión De Gases
- 15.- Vaporizador De Gases Anestésicos
- 16.- Ventiladores Y Respiradores
- Con Presión Gática Externa
  - Con Presión Positiva Al Final De La Espiración
  - Respiradores Continuos
  - Respiradores Intermitentes

B.- CARDIOLOGIA Y ANGIOLOGIA

- 1.- Bombas
- Con Rodillos
  - De Infusión
  - De Perfusión
  - Sin Rodillos
- 2.- Cardiodesfibrilador, Incluyendo Aletas
- 3.- Densitómetros Sanguíneo
- 4.- Ecocardiógrafo, Sistema Doppler Y Transductores:
- Transcavitario
  - Transesofágico
  - Transtorácico
- 5.- Electrocardiógrafo
- 6.- Ergómetros
- 7.- Fonocardiógrafo
- 8.- Máquina Corazón - Pulmón (BY – PASS Cardiopulmonar)
- 9.- Marcapasos, Analizadores De Marcapasos Y Accesorios:
- Electrodo
  - Externo
  - Externo Transcutáneo
  - Implantable
  - Programador De Marcapasos
- 10.- Medidores De Flujo Sanguíneo Y Transductores
- Cardiovascular
  - Extravascular



- 11.- Oxímetros:
  - De Pulso
  - Extravascular
- 12.- Sistema De Cambio De Temperatura
- 13.- Sistema Holter:
  - De Presión Arterial
  - De Electrocardiograma (EKG)
- 14.- Vectocardiógrafo
- 15.- Sistema De Reservorio Para Cardiotomía Venosa

#### C.- OTORRINOLARINGOLOGÍA

- 1.- Amplificador Para Oído
- 2.- Audífonos
- 3.- Audiómetros
- 4.- Electrógrafo De Glotis
- 5.- Endoscopios Y Accesorios
  - Laringoscopio
- 6.- Equipos Para Cirugía Láser
- 7.- Gustómetro
- 8.- Otoscopio
- 9.- Trepanadores:
  - Eléctrico
  - Neumático

#### D.- GASTROENTEROLOGIA

- 1.- Endoscopios Y Accesorios
  - Hysteroscopio
- 2.- Potenciómetro Intragástrico
- 3.- Transductor De Motilidad Gastrointestinal
- 4.- Válvulas De Peritoneo Venosas

#### E.- UROLOGÍA

- 1.- Endoscopios Y Accesorios
- 2.- Implantes Para Incontinencia Urinaria:
  - Eléctrico
  - Mecánico Hidráulico
- 3.- Sistema De Litotricia
- 4.- Sistema De Hemodiálisis, Filtros Y Accesorios
- 5.- Sistema Medidor U
- 6.- Sistema De Tratamiento Térmico Prostatico Y Accesorios.

#### F.- CIRUGIA GENERAL

- 1.- Aspiradores (Bombas De Succión)
- 2.- Cámara De Oxígeno Tópico Para Extremidades
- 3.- Electrobisturí
- 4.- Equipo Para Liposucción
- 5.- Sutura Automática Mecánica Intra Abdominal (Stapler)
- 6.- Torniquetes:
  - Neumático
  - No Neumático
- 7.- Unidad De Criocirugía
- 8.- Unidad Quirúrgica Láser
9. Unidades De Cirugía Laparoscópica Y Endoscópicas:
  - Cámara
  - Electrocauterios
  - Endoscopio
  - Fuente De Luz
  - Insuflador
  - Laparoscopio
  - Monitor
- 10.- Accesorios Para Unidades De Cirugía Laparoscópica Y ---  
Endoscopios
- 11.- Microscopios:
  - Quirúrgicos
  - De Examen
- 12.- Lupa Quirúrgica
- 13.- Placas Para Electrocirugía

#### G.- NEUROLOGIA

- 1.- Craneótomo Y Accesorios
- 2.- Ecoencefalógrafo
- 3.- Electrodo Corticales
- 4.- Electroencefalógrafo
- 5.- Endoscopios Neurológicos Y Accesorios
- 6.- Equipos De Derivación De Fluido Del Sistema
- 7.- Estimuladores:
  - Eléctrico Craneal
  - Eléctrico De Potenciales Evocados
  - Intracerebral
  - Intramedular
  - Mecánico De Potenciales Evocados
  - Neuromuscular
- 8.- Medidor De Velocidad De Conducción Nervio
- 9.- Nistagmógrafo
- 10.- Unidad De Electroshock Terapéutico
- 11.- Unidad Estereotáxica Y Accesorios

#### H.- GINECOLOGIA Y OBSTETRICIA

- 1.- Cureta- Succión
- 2.- Dilatador Cervical Vibratorio
- 3.- Electrocauterios:
  - Endoscopio Bipolar
  - Endoscopio Unipolar
  - Ginecológico
- 4.- Endoscopios Y Accesorios
- 5.- Equipo De Fetoscopia Transabdominal
- 6.- Incubadoras Y Accesorios
- 7.- Insufladores Ginecológicos
  - Histeroscópico
  - Laparoscópico
  - Tubárico De Co2
- 8.- Monitores:
  - Cardíaco Fetal
  - De Presión Intrauterina
  - Electroencefalográfico Fetal
  - Externo De Contracción Uterina
  - Fonocardiográfico Fetal.
  - Ultrasónico Fetal
  - Sistema De Monitoreo Perinatal
- 9.- Salpingógrafo
- 10.- Sistema De Teletermografía
- 11.- Transductores Ultrasónicos
- 12.- Ultrasonógrafo De Uso Gineco-Obstetrico
- 13.- Vacuum Extractor Fetal

#### I.- OFTALMOLOGIA

- 1.- Adaptómetro (Biofotómetro)
- 2.- Amblioscopia
- 3.- Amplificador De Imágenes Visual
- 4.- Ayuda Visual Electrónica
- 5.- Cauterizadores:
  - Electrocauterio De Alta Frecuencia
  - Termocauterio
- 6.- Electrodo Corneal
- 7.- Equipos Para Refractometrías:
  - Keratoscopio
  - Refractómetro Oftálmico
  - Retinoscopio
- 8.- Facofragmentador
- 9.- Fotocoagulador Oftálmico
- 10.- Fuente De Radiación Beta Oftálmica

## 11.- Gonioscopio

- 12.- Lámpara De Hendidura
- 13.- Láser Oftálmico
- 14.- Medidor De Presión Intra Ocular
- 15.- Oftálmoscopio
- 16.- Tonómetro Y Accesorios
- 17.- Unidades Oftalmológicas:
  - Criooftálmica
  - - De Electrólisis Oftálmica
- 18.- Ecografo Para Oftalmología

## J.- TRAUMATOLOGIA Y ORTOPEDIA

- 1.- Artroscopio Y Accesorios
- 2.- Dinamómetros
- 3.- Goniómetros
- 4.- Instrumentos Quirúrgicos Vibratorios:
  - Pistola Neumática
  - Sierra Neumática

## K.- MEDICINA FÍSICA

- 1.- Diatermias:
  - Láser
  - Por Microondas
  - Por Onda Corta
  - Por Ultrasonido
- 2.- Electromiógrafo
- 3.- Estimuladores Musculares
  - Eléctrico
  - Tens (Neuroestimulador Eléctrico Transcutáneo)
  - Ultrasonido
- 4.- Equipos De Analgesia
  - Corriente Analgésica
  - Alto Voltaje
- 5.- Sistema De Evaluación Y Pruebas Isoquinéticas
- 6.- Unidades De Calor Superficial
  - Equipo De Parafina
  - Hidroterapia
  - Lámpara Infrarroja
  - Laserterapia
- 7.- Unidades De Terapia:
  - Equipo De Tracción De Columna Vertebral
  - Iontoforesis
  - Vibrador Terapéutico

## L.- RADIOLOGIA, OTROS SISTEMA DE IMÁGENES Y TERAPIA

- 1.- Bombas De Inyección
- 2.- Equipo Para Diagnostico Por Rayo X
  - Angiógrafo
  - Cine Fluoroscopio
  - Densitómetros Oseo
  - Equipo De Rayo X
  - Mamógrafo
  - Tomógrafo Axial Computarizado
  - Tomógrafo Lineal
- 3.- Equipos Para Diagnostico Por Otras Radiaciones
  - Cámara Gamma
  - Cámara Positrónica
  - Imágenes Por Ultrasonido
  - Resonancia Magnética Nuclear
- 4.- Equipos De Terapia:
  - Acelerador Lineal
  - Bomba De Cobalto
  - Radiación Con Partículas Cargadas
  - Radiación Con Radionucleótidos
  - Radiación Con Rayos X

#### LL.- ODONTOLOGÍA

- 1.-Articulador Ajustable, Semiajustable Y Arco Facial
- 2.- Equipos De Radiología Y Operatoria Dental:
  - Eyección De Secreciones
  - Luz Halógena (Lampara)
  - Radiología Extra Oral (Panorámica)
  - Radiología Intra Oral
  - Tomografía Lineal
  - Ultrasonido Para Preparar Conductos
  - Visiografía Estomatológica
  - Para Higiene Bucal
  - Para Profilaxis
  - Portátil De Alta Velocidad
- 3.- Pulpómetro
- 4.- Sillón Quirúrgico Dental
- 5.- Soldador De Unto De Bandas
- 6.- Unidad Dental Con Alta Y Baja Velocidad

#### M.- USO GENERAL

---

1.- Equipos De Infusión

***Anexo 3 RELACION DE MATERIAL MEDICO, INSTRUMENTAL  
Y EQUIPO DE USO MEDICO QUIRÚRGICO U ODONTOLÓGICO  
QUE NO REQUIEREN DE REGISTRO SANITARIO PARA SU  
IMPORTACIÓN Y/O COMERCIALIZACION***

1. Balanzas Mecánicas o Digitales para personas.
2. Agitador, Contador de Celulas para Laboratorio
3. Reactivo Piroteles (lisado de cangrejo).
4. Actril Indicator Test Strips (Tiras de examen de presencia)
5. Actril Residual Test Strips (Tiras de examen residual)
6. Mobiliario Médico
7. Lámparas Cialíticas y de Examen
8. Maletines de Visita Médica.
9. Frascos Plásticos para toma de muestra de Laboratorio
10. Papeles para uso médico
11. Silla de ruedas
12. Camilla
13. Camas
14. Receptáculos de Acero Inoxidable (chatas, cubetas, cajas, escupideras, tambores, urinarios, riñoneras).
15. Medios de Cultivo
16. Material de Laboratorios: pipetas, placas petri, probetas.
17. Equipos de Laboratorios: autoclave, centrífuga
18. Jeringa de vidrio

- 
19. Antibiógramas
  20. Vestuario Médico no estéril
  21. Protectores de cama
  22. Termómetros ambientales
  23. Cubrecamas antiescaras
  24. Control de reactivos
  25. Calibradores de reactivos
  26. Buffert de reactivos
  27. Equipos purificadores de agua por osmosis inversa
  28. Monitores lectores de tiras reactivas de glucosa
  29. Brazaletes de plástico
  30. Papel crepado
  31. Los medios de cultivo (Agares) para uso "In Vitro"
  32. Dianasol 1, Dianasol 2, Ppapain Diana, Diana Fluid A Diana Fluid B
  33. Fluorobeads – Perlas inmuno magnéticas para aislamiento
  34. Limpho – Kwik – Gradiente de densidad para aislamiento
  35. Fluoro – Quench – Colorante fluorescente de MTL
  36. Stain – fix – Colorante y fijador de MTL
  37. ClassI, Class II Complement – Complemento liofilizado de conejo para MTL
  38. Sierras Eléctricas Oscilantes (Hojas de sierra circular, llaves para cambiar las hojas de sierra) para cortar vendajes enyesados, vendajes duros de materia plástica, vendajes de fibra de vidrio y otros vendajes duros.

**39. Microtomos**

- 40. Incubadoras para Uso en Laboratorio
- 41. Equipo de Fototerapia para recién nacidos.
- 42. Microscopios para Uso en laboratorio
- 43. Congeladores
- 44. Centrífugas
- 45. Estufas
- 46. Terapia Bair Hugger (Cobertores Desechables)
- 47. Panotico Rapido LB (Coloración diferencial en hematología)
- 48. Hueso Humano e injertos de piel humana desecados en trozos y/o pulverizados
- 49. Sistema de tubos al vacío Vacuette y accesorios
- 50. Sistema de tubos al vacío pediátricos Minicollect y accesorios
- 51. Placas Petri
- 52. Puntas para Pipeta
- 53. Lavador automático de chatas
- 54. Chaqueta descartable (no estéril)
- 55. Pantalón descartable, aséptico (no estéril)
- 56. Botas/cubre calzado descartable, aséptico (no estéril)
- 57. Mascarilla descartable, aséptico (no estéril)
- 58. Gorro descartable para enfermera, aséptico (no estéril)
- 59. Gorro descartable para cirujano, aséptico (no estéril)
- 60. Mascarilla con visor protector descartable, aséptico (no estéril).
- 61. Reactivos para el control de calidad



- 
62. Buffer Pack M-348
  63. Wash/CDHcT M-348
  64. HcT Slope M-348
  65. Condicionador M-348
  66. 2000/1600 Diluyente
  67. 2000/1600 Diluyente
  68. 1500/610 Diluyente
  69. OSMOCEL DIC
  70. HEMA RETIC C CELL CONTROL
  71. GEN'S RETIC C CELL CONTROL
  72. LATRON CONTROL PACK
  73. HEMA ACT 5 DIFF CONTROL TRI PACK (W/out IQAP, CP)
  74. HEMA ACT 5 DIFF PLUS TRI-PACK (OV, CP and IQAP)
  75. HEMA 5C ES, TRI, (STKS, MAXM HMX GENS)
  76. HEMA 5C ES TRI, (STKS, MAXM HMX GENS)
  77. HEMA 4C PLUS TRI-PACK (ONYX, MD/MDII ACT)
  78. HEMA 4C PLUS TRI-ACK (AC.T)
  79. HEMA 4C ES, NORMAL, (ACT, DIC, MD, JT, T)
  80. HEMA 4C ES TRI (MD I & II ONLY)
  81. 4C ES TRI (ONYX ONLY)
  82. HEMA 4C ES TRI (T & JT ONLY)
  83. LIN-C LINEARITY CONTROLS

84. S-CAL S + IV, S + V

85. HEMA S-CAL (MD, MDII, AC.T)

86. S-CAL (ONYX + GENS\*S

87. HEMA ACT 5 DIFF CALIBRATOR

88. ISOTON DILUYENTE

89. IL TEST ABNORMAL CHROMOGENIC CONTROL LVLS 1&2

90. IL TEST SAMPLE DILUENT

91. IL TEST REFERENCE EMULSION

92. IL TEST CALIBRATION PLASMA

93. IL TEST NORMAL CONTROL

94. IL TEST LOW ABNORMAL CONTROL

95. IL TEST HIGH ABNORMAL CONTROL

96. IL TEST WASH R EMULSION

97. HEMOSIL NORMAL CONTROL ASSAYED

98. HEMOSIL NORMAL CONTROL 1 UNASSAYED

99. HEMOSIL LOW ABNORMAL CONTROL ASSAYED

100. HEMOSIL LOW AB NORMAL CONTROL 2 UNASSAYED

101. HEMOSIL HIGH ABNORMAL CONTROL ASSAYED

REACTIVOS PARA USO DE INVESTIGACIÓN

102. CD7 CY-CHROME

103. CD10 R-PHYCOERYTHRIN

104. CD11c R-PHYCOERYTHRIN

105. CD22 PURIFIED MOUSE ANTI-HUMAN

106. CD 36 FLUORESCEIN ISOTHIOCYANATE (FITC)
107. CD45RO R-PHYCOERYTHRIN (R-PE)
108. CD64 FLUORESCEIN ISOTHIOCYANATE (FITC)
109. CD79b PURIFIED MOUSE ANTI – HUMAN
110. CD85 FLUORESCEIN ISOTHIOCYANATE (FITC)
111. Ig G R-PHYCOERYTHRIN (R-PE)
112. PharM Lyse
113. OptEIA (mouse TNF-& ELISA)
114. DEPILADOR
115. Cubetas de plástico es decir OVFR BFA/BCT-DISPO SYSTEM
116. Mesa (Floating – Top Bucky Table)
117. Generador RX (Modelo Kxo-15R)
118. Película Radiográfica
119. SURG 2.5 x TS EXECUTIVE BIFOCAL
120. Potachasis con bandeja - Mamografía
121. Placas de comprensión – Mamografía
122. Switch de pedal – Equipo de rayos X
123. Membrana para mesa de paciente - Tomografía
124. Micrófonos - Tomografía
125. Módulo de control de ánodo - Tomografía
126. Motor de ajuste de válvula de 3 vías - Tomografía
127. NVRAM para computador - Tomografía

- 
- 128. Resorte para mesa de paciente - Tomografía
  - 129. Rotor de repuesto para turbina - Tomografía
  - 130. Sistema de ventilador - Tomografía
  - 131. Sistema detector - Tomografía
  - 132. Válvula de 3 vías - Tomografía
  - 133. Válvula de control de temperatura de  $\frac{3}{4}$
  - 134. Cables - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 135. Carbones - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 136. Fuente de voltaje - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 137. Filtros - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 138. Matriz térmica para impresora - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 139. Circuitos integrados - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 140. Microinterruptor - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 141. Modificaciones de Software (CD o Disketts)- Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 142. Monitor a color blanco y negro - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 143. Montura para conector - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 144. Pacs Net (Sistema de archivo de imágenes y datos) - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 145. Perno - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 146. Portafusibles - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 147. Potenciómetros - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 148. Resistencias – Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 149. Sensor de Temperatura - Tomografía/Mamografía/Rayos X

- 
- 150. Sensor dual de temperatura - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 151. Software (CD o Disketts) - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 152. Soporte de guía de cables - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 153. Sujeta carbones - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 154. Sujetacable - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 155. Tarjetas electrónicas - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 156. Transformador de alta tensión - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 157. Tubo de cámara para sistema de TV - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 158. Tubo de rayos X - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 159. Válvula solenoide - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 160. Lector de Discos Ópticos - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 161. Mangueras - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 162. Batería - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 163. Microswitch - Tomografía/Mamografía/Rayos X
  - 164. Microestructura electrónica
  - 165. Motor de corriente continua
  - 166. Diodos de microondas
  - 167. Sistema Mecánico de detección de posición
  - 168. Sistema de Izamiento
  - 169. Tubo de vacío
  - 170. Tetrodo
  - 171. Escobilla doble para lavado quirúrgico de manos

- 172. Cables – Radioterapia
- 173. Carbones - Radioterapia
- 174. Fuente de voltaje - Radioterapia
- 175. Filtros - Radioterapia
- 176. Matriz térmica para impresora - Radioterapia
- 177. Circuitos integrados - Radioterapia
- 178. Microinterruptor - Radioterapia
- 179. Modificaciones de Software (CD o Disketts)- Radioterapia
- 180. Monitor a color blanco y negro - Radioterapia
- 181. Montura para conector - Radioterapia
- 182. Pacs Net (Sistema de archivo de imágenes y datos) - Radioterapia
- 183. Perno - Radioterapia
- 184. Portafusibles - Radioterapia
- 185. Potenciómetros - Radioterapia
- 186. Resistencias – Radioterapia
- 187. Sensor de Temperatura - Radioterapia
- 188. Sensor dual de temperatura - Radioterapia
- 189. Software (CD o Disketts) - Radioterapia
- 190. Soporte de guía de cables - Radioterapia
- 191. Sujeta carbones - Radioterapia
- 192. Sujetacable - Radioterapia
- 193. Tarjetas electrónicas - Radioterapia
- 194. Transformador de alta tensión - Radioterapia


- 
195. Tubo de cámara para sistema de TV - Radioterapia
  196. Tubo de rayos X - Radioterapia
  197. Vácula solenoide - Radioterapia
  198. Lector de Discos Ópticos - Radioterapia
  199. Mangueras - Radioterapia
  200. Batería - Radioterapia
  201. Microswitch – Radioterapia
  202. Tubos de silicona no estériles
  203. Aparatos para masajes de pies
  204. HTF MÉDIUM (Medio líquido de cultivo)
  205. MODIFIED HTF MÉDIUM (Medio de Cultivo Modificado)
  206. SPERM WASHING MÉDIUM (Medio para lavado de espermios)
  207. BLASTOCYST MÉDIUM (Medio para cultivo de blastocitos)
  208. PBS 1X-DULBECCOS PHOSPHATED BUFFER (Bufer fosfato salino)
  209. SERUM SUBSTITUTE SUPPLEMENT (Suero sintético substituto)
  210. POLYVINILPYRROLIDONE (PVP) (Polivinil Pirrolidona)
  211. SPERM FREEZING MÉDIUM (Medio de congelación de esperma)
  212. MINERAL OIL (Aceite mineral para cultivo)
  213. ISOLATE (Medio Percoli para gradiente).
  214. MONOLISA ANTI – HBs STANDARDS
  215. Azul de metileno, colorante wright, fucsina básica)
  216. Suero aglutinante anti eschericchia coli

- 217. Proyector Manual y automático
- 218. Colorantes: Coloración Gram y Ziehl Neelsen
- 219. Semen Humano de donante
- 220. Filtros bacteriológicos de protección para la bomba de aspirador de secreciones.
- 221. Sujetador de brazo y muñequera
- 222. Soporte lumbar
- 223. Rodillera
- 224. Soporte de muñeca
- 225. Muñequera
- 226. Tobillera
- 227. Muslera
- 228. Pantorrillera
- 229. Prótesis de Uso Externo (pie, pierna, brazo, mano)
- 230. Cintas de control de Esterilización
- 231. Papel plastificado para Esterilización
- 232. Rollos de plástico para sellar o preservar productos
- 233. washing solución / 0w2c-35
- 234. Acidos para revelados y ácidos para fijador
- 235. Accesorios y repuestos de equipos médicos para diagnóstico por imágenes
- 236. Ligaduras de látex o goma no estéril
- 237. Mangas mixtas para esterilización
- 238. Productos de soporte esternal



239. Plantillas ortopédicas

## Anexo 4 : FORMATO INSCRIPCION – REINSCRIPCION, REGISTRO SANITARIO Y DE HIGIENE DOMESTICA

<b>MINISTERIO DE SALUD</b>  DIRECCIÓN GENERAL DE MEDICAMENTOS INSUMOS Y DROGAS DIRECCIÓN EJECUTIVA DE REGISTRO Y NORMAS		<b>INSCRIPCIÓN - REINSCRIPCIÓN</b> <b>SOLICITUD DECLARACIÓN JURADA PARA REGISTRO</b> <b>DE PRODUCTOS SANITARIOS Y DE HIGIENE</b> <b>DOMESTICA</b>	
		<input type="checkbox"/> CERTIFICADO DE LIBRE COMERCIALIZACIÓN	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> CERTIFICADO DE USO	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> ESPECIFICACIONES TECNICAS Y ANALITICAS	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> COMPROBANTE DE PAGO	<input type="checkbox"/>
N° DE EXPEDIENTE  FECHA		Ley N° 27444 Art. 125° Determina 2 días Hábiles para Completar la Documentación Faltante <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div>	
<b>PARTE I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO</b>		<b>USO EXCLUSIVO DIGEMID</b>	
1. NOMBRE DEL PRODUCTO		2. ORIGEN : <input type="checkbox"/> NACIONAL <input type="checkbox"/> EXTRANJERO	3. N° REG.SANITARIO
<b>CLASIFICACION</b>			
4. TRAMITE SOLICITADO <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/> INSCRIPCION  <input type="checkbox"/> CERTIFICADO DE REG.SANITARIO         </div> <div style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> REINSCRIPCION         </div> </div>			
<b>PARTE II- INFORMACION DEL SOLICITANTE</b>			
5. CATEGORIA DE LA EMPRESA <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> LABORATORIO         <input type="checkbox"/> DROGUERIA         <input type="checkbox"/> IMPORTADORA       </div>			
6. NOMBRE O RAZON SOCIAL		7. N° DE RUC	
8. DOMICILIO LEGAL Av/Calle/Jr.			9. N°
10.URBANIZACION	11. DISTRITO	12. PROVINCIA	
13. DEPARTAMENTO	14. TELEFONO	15. FAX	16. E-MAIL
17. NOMBRE DEL PREPRESENTANTE LEGAL		18. TELEFONO N°	
<b>DIRECTOR TECNICO O REGENTE</b>			
19. NOMBRE	20. CARGO	21. N° C.Q.F.	22. TELEFONO N°
<b>FABRICANTE</b>			
23. NOMBRE O RAZON SOCIAL			24. N° DE RUC
25. DOMICILIO LEGAL Av/Calle/ Jr.			26. N°
28. URBANIZACION	29. PROVINCIA	30. DEPARTAMENTO	31. PAIS
32. FABRICACION BAJO LICENCIA DE :			
33. NOMBRE O RAZON SOCIAL			34. N° DE RUC
35. FABRICACION POR : <input type="checkbox"/> ENVASADO <input type="checkbox"/> ACONDICIONADO <input type="checkbox"/> PARA :			

\* EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI CONTIENE TODA LA INFORMACION SOLICITADA Y ADJUNTA LA DOCUMENTACIÓN ESTABLECIDA CON SU RESPECTIVA TRADUCCIÓN SI SE ENCUENTRA EN IDIOMA EXTRANJER

PARTE II. INFORMACION TECNICA DEL PRODUCTO	
36. TIEMPO DE VIDA UTIL	
AÑO	<input type="text"/>
MESES	<input type="text"/>
NO APLICA	<input type="text"/>
37. FORMAS DE PRESENTACION	
38. ENVASE INMEDIATO	
MATERIAL	<input type="text"/>
TIPO	<input type="text"/>
39. ENVASE MEDIATO	
MATERIAL	<input type="text"/>
TIPO	<input type="text"/>

## DECLARACIÓN JURADA

POR EL PRESENTE DOCUMENTO YO,  
.....,  
IDENTIFICADO CON DNI. N° ....., REPRESENTANTE  
LEGAL DE LA EMPRESA .....,  
CON RUC. N°....., CON DOMICILIO EN  
....., DECLARO BAJO JURAMENTO  
QUE:

1.- EL CONTENIDO TOTAL DE LA INFORMACIÓN  
PROPORCIONADA POR MI REPRESENTADA EN LA SOLICITUD-  
FORMATO, PARA ....., DEL  
PRODUCTO....., ES ABSOLUTAMENTE CIERTA Y  
VERAZ.

2.- TODOS LOS DOCUMENTOS ADJUNTADOS POR MI  
REPRESENTADA A LA SOLICITUD-FORMATO, SON COPIA FIEL DE  
LOS ORIGINALES QUE TENGO EN MI PODER.

3.- EL PRODUCTO SEÑALADO EN LA SOLICITUD-DECLARACION  
JURADA, REUNE LAS CONDICIONES DE CALIDAD, SEGURIDAD,  
EFICACIA E INOCUIDAD.

4.- LA FABRICACIÓN DEL PRODUCTO SEÑALADO EN LA  
SOLICITUD-DECLARACION JURADA, HA CUMPLIDO CON LAS  
BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA.

5.- MI REPRESENTADA PRESTARA TODAS LAS FACILIDADES QUE  
SOLICITE LA AUTORIDAD DE SALUD, A FIN DE COMPROBAR LA  
VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN PRESENTADA, EN  
CUMPLIMIENTO AL PRINCIPIO DE PRIVILEGIO DE CONTROLES  
POSTERIORES, DISPUESTO EN EL ART.IV.,1.16 DE LA LEY N°  
27444.

POR TODO ELLO EL SUSCRITO, COMO REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA ..... ASUME TODA LA RESPONSABILIDAD QUE PUDIERA DERIVAR DE LA FABRICACIÓN, IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, COMERCIALIZACION, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, DISPENSACION, EXPENDIO Y TENENCIA DEL PRODUCTO SEÑALADO EN LA SOLICITUD-FORMATO.

EN CASO DE FALSEDAD EN LA INFORMACIÓN O EN LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA, LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA PODRA INICIAR LAS ACCIONES ADMINISTRATIVAS SANCIONATORIAS, ADEMÁS DE SOLICITAR A LA PROCURADURÍA PUBLICA DEL MINISTERIO DE SALUD EL INICIO DE LAS ACCIONES PENALES CORRESPONDIENTES.

LIMA, .....DE.....DEL 200....


FIRMA Y NOMBRE COMPLETO DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL

FIRMA Y NOMBRE COMPLETO QUÍMICO FARMACÉUTICO RESPONSABLE.

Nº DNI.....

Nº DE COLEGIATURA

**Anexo 5 : Formato Inscripción – Reinscripción para el registro sanitario de**

<b>MINISTERIO DE SALUD</b>  DIRECCIÓN GENERAL DE MEDICAMENTOS INSUMOS Y DROGAS DIRECCIÓN EJECUTIVA DE REGISTRO Y NORMAS		<b>SOLICITUD DECLARACIÓN JURADA PARA EL REGISTRO SANITARIO DE EQUIPO MEDICO QUIRURGICO U ODONTOLOGICO</b>	
		CERTIFICADO DE LIBRE COMERCIALIZACION	
		CERTIFICADO DE USO	
		COMPROBANTE DE PAGO	
N° DE EXPEDIENTE  FECHA		Ley N° 27444 Art. 125° determina 2 días hábiles para completar documentación faltante <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 150px; margin: 10px auto;"></div> SOLO PARA USO EXCLUSIVO DE DIGEMID	
<b>PARTE I. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO</b>			
<b>1. (Clasificación R.M. N° 283-98-SA/DM)</b> CLASIFICACION <input type="text"/> SUB-CLASIFICACION ó ITEM <input type="text"/>			
<b>2. ORIGEN</b>		NACIONAL	EXTRANJERO
<b>3. NOMBRE DEL PRODUCTO (S)</b>			
ANEXAR LISTA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
<b>4. TRAMITE SOLICITADO:</b> <input type="checkbox"/> INSCRIPCION <input type="checkbox"/> CERTIFICADO DE REG.SANITARIO			<b>5. REG.SANITARIO N°</b> <input type="checkbox"/> REINSCRIPCION
<b>PARTE II. INFORMACION DEL SOLICITANTE :</b> (LA EMPRESA DEBE ESTAR PREVIAMENTE REGISTRADA)			
<b>6. CATEGORIA DE LA EMPRESA</b>			
<input type="checkbox"/> LABORATORIO O FABRICANTE <input type="checkbox"/> DROGUERIA <input type="checkbox"/> IMPORTADORA			
<b>7. NOMBRE O RAZON SOCIAL</b>			<b>8. N° RUC</b>
<b>9. DOMICILIO LEGAL</b> Av/Calle/Jr.			<b>10. N°</b>
<b>11.URBANIZACION</b>	<b>12. DISTRITO</b>	<b>13. PROVINCIA</b>	
<b>14. DEPARTAMENTO</b>	<b>15. TELEFONO</b>	<b>16. FAX</b>	<b>17. E-MAIL</b>
<b>18. NOMBRE DEL PREPRESENTANTE LEGAL</b>			<b>19. TELEFONO N°</b>
<b>DIRECTOR TECNICO O REGENTE</b>			
<b>20. NOMBRE</b>	<b>21. CARGO</b>	<b>22. N° C.Q.F.</b>	<b>23. TELEFONO N°</b>
<b>FABRICANTE</b>			
<b>24. NOMBRE O RAZON SOCIAL</b>			
<b>25. DOMICILIO LEGAL</b> Av/Calle/ Jr.			<b>26. PAIS</b>
<b>27. TELEFONO</b>			
<b>28. FABRICACION BAJO LICENCIA DE :</b>			
<b>29. NOMBRE O RAZON SOCIAL</b>			
<b>35. FABRICACION</b> <input type="checkbox"/> <b>ENVASADO</b> <input type="checkbox"/> <b>ACONDICIONADO</b> <input type="checkbox"/>			
<b>POR :</b>		<b>PARA :</b>	

\* EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI CONTIENE TODA LA INFORMACION SOLICITADA Y ADJUNTA LA DOCUMENTACIÓN ESTABLECIDA CON SU RESPECTIVA TRADUCCIÓN SI SE ENCUENTRA EN IDIOMA EXTRANJER

**Proyecto BID FOMIN Programa de Información al Exportador por Internet Atn/Mt 7253**  
**Septiembre de 2003**

***equipo médico quirúrgico u odontológico***

PARTE III. DATOS DEL PRODUCTO			
36. PERIODO DE VIGENCIA PROPUESTO	AÑOS <input type="text"/>	MESES <input type="text"/>	NO APLICA <input type="text"/>
37. FORMAS DE PRESENTACION			
ADJUNTA HOJA ADICIONAL			
SI <input type="text"/> NO <input type="text"/>			
38. MATERIAL DE ENVASE INMEDIATO			
MATERIAL <input type="text"/>			
TIPO <input type="text"/>			
39. MATERIAL DE ENVASE MEDIATO (Si tuviese, no considerar embalaje)			
MATERIAL <input type="text"/>			
TIPO <input type="text"/>			
DOCUMENTACION QUE SE ADJUNTA			
<input type="checkbox"/>	CERTIFICADO DE LIBRE COMERCIALIZACIÓN Y LA TRADUCCIÓN ( INCLUYE EL CERTIFICADO DE USO)PARA PRODUCTOS EXTRANJEROS	FOLIOS DEL -----AL-----	
<input type="checkbox"/>	CARTA DEL FABRICANTE	FOLIOS DEL-----AL-----	
<input type="checkbox"/>	CERTIFICADO DE B.P.M. (CUANDO EL PRODUCTO ES FABRICADO POR ENCARGO A LABORATORIO EXTRANJERO)	FOLIOS DEL-----AL-----	
<input type="checkbox"/>	MANUAL DE INSTRUCCIONES	FOLIOS DEL-----AL-----	
<input type="checkbox"/>	ESPECIFICACIONES TECNICAS	FOLIOS DEL-----AL-----	
<input type="checkbox"/>	COMPROBANTE DE PAGO	FOLIOS DEL-----AL-----	
TOTAL DE FOLIOS-----			
LETRAS Y NUMEROS			



## DECLARACION JURADA

POR EL PRESENTE DOCUMENTO YO,  
....., IDENTIFICADO  
CON DNI. Nº ....., REPRESENTANTE LEGAL  
DE LA EMPRESA ....., CON  
RUC. Nº ....., CON DOMICILIO EN  
....., DECLARO BAJO JURAMENTO  
QUE:

1.- EL CONTENIDO TOTAL DE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR MI REPRESENTADA EN LA SOLICITUD-FORMATO, PARA ....., DEL PRODUCTO....., ES ABSOLUTAMENTE CIERTA Y VERAZ.

2.- TODOS LOS DOCUMENTOS ADJUNTADOS POR MI REPRESENTADA A LA SOLICITUD-FORMATO, SON COPIA FIEL DE LOS ORIGINALES QUE TENGO EN MI PODER.

3.- EL PRODUCTO SEÑALADO EN LA SOLICITUD-DECLARACION JURADA, REUNE LAS CONDICIONES DE CALIDAD, SEGURIDAD, EFICACIA E INOCUIDAD.

4.- LA FABRICACIÓN DEL PRODUCTO SEÑALADO EN LA SOLICITUD-DECLARACION JURADA, HA CUMPLIDO CON LAS BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA.

5.- MI REPRESENTADA PRESTARA TODAS LAS FACILIDADES QUE SOLICITE LA AUTORIDAD DE SALUD, A FIN DE COMPROBAR LA VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN PRESENTADA, EN CUMPLIMIENTO AL PRINCIPIO DE PRIVILEGIO DE CONTROLES POSTERIORES, DISPUESTO EN EL ART.IV.,1.16 DE LA LEY Nº 27444.

POR TODO ELLO EL SUSCRITO, COMO REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA ..... ASUME TODA LA RESPONSABILIDAD QUE PUDIERA DERIVAR DE LA FABRICACIÓN, IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, COMERCIALIZACION, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN, DISPENSACION, EXPENDIO Y

## TENENCIA DEL PRODUCTO SEÑALADO EN LA SOLICITUD-FORMATO.

EN CASO DE FALSEDAD EN LA INFORMACIÓN O EN LA DOCUMENTACIÓN PRESENTADA, LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA PODRÁ INICIAR LAS ACCIONES ADMINISTRATIVAS SANCIONATORIAS, ADEMÁS DE SOLICITAR A LA PROCURADURÍA PÚBLICA DEL MINISTERIO DE SALUD EL INICIO DE LAS ACCIONES PENALES CORRESPONDIENTES.

LIMA, .....DE.....DEL  
200.....  
.....

FIRMA Y NOMBRE COMPLETO DEL REPRESENTANTE LEGAL

FIRMA Y NOMBRE COMPLETO QUÍMICO FARMACÉUTICO RESPONSABLE.

Nº DNI.....

Nº DE COLEGIATURA .....

## Anexo 6: Solicitud de Inspección, 2003.

COTECNA		COTECNA INSPECTION S.A.		Nº S.I.																	
SUPERVISIÓN DE IMPORTACIONES		58 Rue de la Terrasse P.O. Box 5155, 1211 Genève 5, Suisse Filial Perú, Camino Real 390 Torre Central Piso 10 San Isidro Tel.: (51-1) 422-9040 Fax: (51-1) 441-4191-440-0577		DCTO. DE IDENTIFICACION:																	
<b>SOLICITUD DE INSPECCION</b>																					
IMPORTADOR: <u>FORMAS INTIMAS SAC</u>			CONTACTO: <u>CRISTIAN MONSALVE</u>																		
DIRECCION: <u>AV. CAMINO REAL 345</u>			E-MAIL: <u>PERUBFORMASINTIMAS.COM</u>																		
TELEFONO: <u>222-3642 / 9871131</u>			FAX: <u>222-3643</u>																		
VENDEDOR: <u>C.I. FORMAS INTIMAS S.A.</u>			CONTACTO: <u>LUIS GARCIA URBEGU</u>																		
DIRECCION: <u>CALLE 10 SUR No 51673 MEDALLIN</u>			PAIS: <u>COLOMBIA</u>																		
TELEFONO: <u>574-3616699</u>			FAX: <u>3615896</u>																		
E-MAIL: <u>LUISG60@FORMASINTIMAS.COM</u>																					
<b>1. CONCEPTOS A CARGO DEL COMPRADOR NO INCLUIDOS EN LA FACTURA</b> <b>a) Comisiones o Corretaje</b> La transacción fue realizada con la participación de algún intermediario denominado también Agente, Comisionista u otro? <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO En caso afirmativo, por favor indicar: Nombre: <u>F.Y.L. COMERCIAL S.A.</u> Dirección: <u>LANCERO 743 OF. 502</u> Ciudad: <u>LIMA</u> País: <u>PERU</u> Tipo: Intermediario de venta <input type="checkbox"/> Intermediario de compra <input type="checkbox"/> Corredor (Broker) <input type="checkbox"/> Intermediario importador <input checked="" type="checkbox"/> Existen comisiones de compra? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u> Existen comisiones de venta? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u> Existe corretaje? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u>		Herramientas, matrices, moldes u objetos similares: <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u> Materiales consumidos en la producción de dichas mercancías: <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u> Ingeniería, creación y perfeccionamiento, trabajos artísticos, diseños, planos y croquis realizados fuera del Perú necesarios para la producción de dichas mercancías: <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u>		<b>DOCUMENTACION ANEXA:</b> Factura Proforma <input type="checkbox"/> Pedido <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Nº <u>001</u> Fecha: <u>NOV 20 / 2002</u> Moneda de Transacción: <u>DOLARES AMERICANOS</u> <b>PAIS DE PROCEDENCIA DE LA MERCADERIA:</b> País de Origen: <u>COLOMBIA</u> País y Lugar de Embarque: <u>BOGOTÁ, COLOMBIA</u> Fecha estimada de Embarque: <u>NOVIEMBRE 26</u> <b>NIVEL COMERCIAL DEL IMPORTADOR:</b> Fabricante <input type="checkbox"/> Distribuidor <input checked="" type="checkbox"/> Mayorista <input type="checkbox"/> Minorista <input type="checkbox"/> Detallista <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>TERMINOS DE ENTREGA:</b> FOB <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>NATURALEZA DE LA TRANSACCION:</b> Indicar la naturaleza de la transacción o tipo de operación comercial efectuada y el código correspondiente, según lo siguiente: <table border="1"> <tr> <td>11 Comercio a precio firme para su exportación al país de importación</td> <td>18 Intermedio comercial</td> </tr> <tr> <td>12 Comercio a precio revisado, para su exportación al país de importación</td> <td>19 Arrendamiento financiero (leasing)</td> </tr> <tr> <td>13 Comercio para uso en el exterior y posterior exportación para el Perú</td> <td>20 Alquiler simple, arrendamiento operativo, préstamo</td> </tr> <tr> <td>14 Suministro gratuito (regalos, muestras, material publicitario)</td> <td>21 Operaciones en el marco de programas intergubernamentales de colaboración conjunta</td> </tr> <tr> <td>15 Reparación o transformación</td> <td>22 Suministro de materiales y/o maquinarias en el marco de un contrato general de construcción (envas parciales)</td> </tr> <tr> <td>16 Importación efectuada por sucursal en persona jurídica</td> <td>23 Otros transacciones especifique en escrito adicional</td> </tr> <tr> <td>17 Entrega bajo consignación, para la venta a la vista o pronta</td> <td>24 Ventas sucesivas suces de la nacionalización</td> </tr> <tr> <td></td> <td>25 Trueque</td> </tr> </table>		11 Comercio a precio firme para su exportación al país de importación	18 Intermedio comercial	12 Comercio a precio revisado, para su exportación al país de importación	19 Arrendamiento financiero (leasing)	13 Comercio para uso en el exterior y posterior exportación para el Perú	20 Alquiler simple, arrendamiento operativo, préstamo	14 Suministro gratuito (regalos, muestras, material publicitario)	21 Operaciones en el marco de programas intergubernamentales de colaboración conjunta	15 Reparación o transformación	22 Suministro de materiales y/o maquinarias en el marco de un contrato general de construcción (envas parciales)	16 Importación efectuada por sucursal en persona jurídica	23 Otros transacciones especifique en escrito adicional	17 Entrega bajo consignación, para la venta a la vista o pronta	24 Ventas sucesivas suces de la nacionalización		25 Trueque
11 Comercio a precio firme para su exportación al país de importación	18 Intermedio comercial																				
12 Comercio a precio revisado, para su exportación al país de importación	19 Arrendamiento financiero (leasing)																				
13 Comercio para uso en el exterior y posterior exportación para el Perú	20 Alquiler simple, arrendamiento operativo, préstamo																				
14 Suministro gratuito (regalos, muestras, material publicitario)	21 Operaciones en el marco de programas intergubernamentales de colaboración conjunta																				
15 Reparación o transformación	22 Suministro de materiales y/o maquinarias en el marco de un contrato general de construcción (envas parciales)																				
16 Importación efectuada por sucursal en persona jurídica	23 Otros transacciones especifique en escrito adicional																				
17 Entrega bajo consignación, para la venta a la vista o pronta	24 Ventas sucesivas suces de la nacionalización																				
	25 Trueque																				
<b>b) Envases, embalajes y otros</b> Existen costos de envases y/o embalajes (incluidos mano de obra y materiales) que no están incluidos en el valor de la factura? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u> Existen gastos de fletes internos, carga o manipuleo no incluidos en la factura? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u>		<b>2. CONDICIONES DE LA TRANSACCION</b> <b>a) Restricciones</b> ¿Existe alguna restricción para la utilización de las mercancías, con excepción de las siguientes? - Impuestos o exigidas por las leyes o autoridades del Perú <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO - Que limiten el territorio geográfico donde puedan venderse las mercancías <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO - Cualquiera que no afecte sustancialmente el valor de las mercancías <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO En caso afirmativo por favor especificar: <u>                    </u>		<b>TRANSPORTE:</b> Aéreo <input checked="" type="checkbox"/> Marítimo <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>ADUANA DE INGRESO:</b> Aeropuerto Jorge Chávez <input checked="" type="checkbox"/> Callao <input type="checkbox"/> ILO <input type="checkbox"/> Tarma <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>SU MERCADERIA:</b> Será embarcada en FCL? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Permite embarques parciales? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Es mercadería usada? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Año de fabricación: <u>2002</u> <b>SOLICITUD ABIERTA?</b> Su Exportador es consolidador? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Es Ud. intermediario? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Existe un contrato en la transacción <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO ¿En qué ciudad desea que se imprima el Informe de Verificación? Lima <input checked="" type="checkbox"/> ILO <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/> Puno <input type="checkbox"/> Arequipa <input type="checkbox"/> Iquitos <input type="checkbox"/> Piura <input type="checkbox"/> Tarma <input type="checkbox"/>																	
<b>c) Cánones o derechos de licencia (regalías)</b> Existen cánones o derechos de licencia (regalías) relativos a las mercancías a inspeccionar que Ud. esté obligado a pagar directa o indirectamente como condición de la venta no incluidos en la factura? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO En caso de ser afirmativo, especifique las condiciones e indique los importes o porcentajes: <u>                    </u>		<b>b) Condiciones y contraprestaciones</b> - El precio de la factura, depende de alguna condición o contra prestación con relación a las mercancías a valorar? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO - Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto o porcentaje: <u>                    </u> - Está la venta condicionada a que una parte del producto de cualquier reventa cesen o utilicen posterior de las mercancías importadas revierta directa o indirectamente al vendedor? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto o porcentaje: <u>                    </u>		<b>ADUANA DE INGRESO:</b> Aeropuerto Jorge Chávez <input checked="" type="checkbox"/> Callao <input type="checkbox"/> ILO <input type="checkbox"/> Tarma <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>SU MERCADERIA:</b> Será embarcada en FCL? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Permite embarques parciales? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Es mercadería usada? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Año de fabricación: <u>2002</u> <b>SOLICITUD ABIERTA?</b> Su Exportador es consolidador? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Es Ud. intermediario? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Existe un contrato en la transacción <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO ¿En qué ciudad desea que se imprima el Informe de Verificación? Lima <input checked="" type="checkbox"/> ILO <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/> Puno <input type="checkbox"/> Arequipa <input type="checkbox"/> Iquitos <input type="checkbox"/> Piura <input type="checkbox"/> Tarma <input type="checkbox"/>																	
<b>d) Bienes y servicios suministrados por el comprador</b> Existen bienes y servicios suministrados por el comprador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta de las mercancías a importar tales como: - Materiales, componentes, partes, piezas o elementos análogos <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Monto: <u>                    </u>		<b>c) Vinculación</b> - Existe vinculación (*) con su vendedor extranjero? <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO De ser afirmativa su respuesta: - Ha influido la vinculación en el precio de las mercancías a importar? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO - Se aproxima mucho al valor de las mercancías a importar al valor de otras idénticas o similares entre personas no vinculadas? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO En caso afirmativo por favor especificar: <u>                    </u> <u>DR. MISOL GROUP</u>		<b>ADUANA DE INGRESO:</b> Aeropuerto Jorge Chávez <input checked="" type="checkbox"/> Callao <input type="checkbox"/> ILO <input type="checkbox"/> Tarma <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> <b>SU MERCADERIA:</b> Será embarcada en FCL? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Permite embarques parciales? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Es mercadería usada? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Año de fabricación: <u>2002</u> <b>SOLICITUD ABIERTA?</b> Su Exportador es consolidador? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Es Ud. intermediario? <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO Existe un contrato en la transacción <input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO ¿En qué ciudad desea que se imprima el Informe de Verificación? Lima <input checked="" type="checkbox"/> ILO <input type="checkbox"/> Matarani <input type="checkbox"/> Puno <input type="checkbox"/> Arequipa <input type="checkbox"/> Iquitos <input type="checkbox"/> Piura <input type="checkbox"/> Tarma <input type="checkbox"/>																	
<b>NOTA:</b> (*) Favor indicar la moneda de la transacción. Si se declara que existe VINCULACION entre las personas en los casos siguientes: - Si una de ellas ocupa cargos de responsabilidad o dirección en una empresa de la otra. - Si están legalmente reconocidas como asociadas en negocios. - Si están en relación de proveedor y comprador. - Si una persona posee, controla o tiene directa o indirectamente el 5% o más de las acciones o títulos con derecho a voto de una y de otra. - Si una de ellas controla directa o indirectamente a la otra. - Si ambas son controladas directa o indirectamente por una tercera persona.		1. Favor proporcionarnos a la brevedad posible la Traducción al español de su Factura Comercial. 2. Si trabaja con un Embarcador o Forwarder favor proporcionarnos los siguientes datos (opcional). EMBARCADOR: <u>F.Y.L. COMERCIAL S.A. LANCERO 743 OF. 502</u> TEL: <u>3410723</u> Declaro bajo responsabilidad que no he solicitado a otra empresa verificadora el servicio de inspección correspondiente a esta solicitud y que la información consignada es correcta, completa y correspondiente a las condiciones pactadas con el vendedor. Asimismo declaro conocer y aceptar en su totalidad los términos y condiciones contenidos en el reverso de la presente S.I. Nombre del declarante: <u>CRISTIAN DAVID MONSALVE BOTERO</u> Firma: <u>GERARDO GENERAL</u>		TOTAL FOB <u>39 735</u> FLETE <u>                    </u> SEGURO <u>                    </u> OTROS <u>                    </u> VALOR TOTAL <u>                    </u> OBSERVACIONES: <u>                    </u>																	
<b>PARTIDA ARANCELARIA</b> <u>6103220000</u> <u>6212100000</u> <u>6109900000</u> <u>6107120000</u>		<b>DESCRIPCION DE LA MERCADERIA</b> Señalar: Producto, marca, modelo, otras características <u>TARJE FIBRA SINTETICA</u> <u>BRASION PARA SINT. Y ALGODON</u> <u>CAMISILLA FIBRA SINTETICA</u> <u>DOZEN FIBRA SINT O ARTIFICIAL</u>		<b>CANTIDAD</b> <u>11.064</u> <u>5.036</u> <u>72</u> <u>696</u>																	



***Anexo 7: Orden de Pedido, 2003.***





***Anexo 8: Informe de Verificación, 2003.***

**COTECNA**  
Ginebra - Suiza

# INFORME DE VERIFICACION

EMITIDO SEGUN REGLAMENTACION DE LA  
REPUBLICA DEL PERU

## REGISTRO DE EMPRESA VERIFICADORA

No IDV: 2/169/2003/012766/001/1

No Orden: 526820/1P

COPIA 1

1 IMPORTADOR											
1.1 Nombre:	FORMAS INTIMAS S.A.C.					1.2 Documento Identidad:	4 20505676051				
1.3 Dirección:	AV. CONQUISTADORES 140 - SAN ISIDRO					1.4 Ciudad:	LIMA - PERU				
2 VENDEDOR											
2.1 Nombre:	C.I. FORMAS INTIMAS S.A.					2.2 Condición:	I				
2.3 Dirección:	CALLE 10 SUR N° 51C - 77					2.5 Teléfono:	5743616699				
2.4 Ciudad:	MEDELLIN		2.5 País:	CO COLOMBIA		2.7 Fax:	3615896				
2.8 Página Web:						2.9 E-mail:					
3 TRANSPORTE											
3.1 No B/L-AWB-Carta Porte:						3.2 Fec B/L-AWB:	3.3 Vía de Transporte:		4		
3.4 Lugar de Embarque:	MEDELLIN					3.5 Peso Bruto (Kg):	0,00		3.6 Peso Neto (Kg):		
3.8 Embalajes, Marcas:					3.7 Aduana:						
* ITEMS 39,41,44: TEJ. DE PUNTO											
4 TRANSACCION											
4.1 Naturaleza:	11		4.2 Moneda:	USD US DOLLAR		4.3 Incoterm:	FCA		Ciudad: MEDELLIN		
4.4 Observaciones:											
5 DESCRIPCION DE MERCANCIA											
5.1 Item	5.2 No Factura Comercial	5.3 Fec.Fac.	5.4 Orig.	5.5 Precio Facturado Unitario	5.6 FOB Unitario Calculado	5.7 Precio Verificado Unitario	5.8 Met.	5.9 Ajustes	5.10 Res	5.14 Total Precio Verificado	
1	0003828	28/12/2002	CO	0,780000	0,780000	0,780000	1		1	299,520000	
2	0003828	28/12/2002	CO	0,780000	0,780000	0,780000	1		1	299,520000	
3	0003828	28/12/2002	CO	0,910000	0,910000	0,910000	1		1	349,440000	
4	0003828	28/12/2002	CO	0,760000	0,760000	0,760000	1		1	246,240000	
5	0003828	28/12/2002	CO	0,900000	0,900000	0,900000	1		1	162,000000	
6	0003828	28/12/2002	CO	0,950000	0,950000	0,950000	1		1	319,200000	
7	0003828	28/12/2002	CO	0,850000	0,850000	0,850000	1		1	183,600000	
5.1 Item	Nombre Comercial, Marca, Modelo, Características								5.11 Cantidad	5.12 Unid.	5.13: 5.12 Est. anuario
1	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.17 Modelo: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:60750, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L.M.S.XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								384	U	10
2	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.17 Modelo: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:62002, BLANCO/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L.M.S.XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								384	U	10
3	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.17 Modelo: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:63004, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA, L-M-S-XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								384	U	10
4	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.17 Modelo: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:63005, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								324	U	10
5	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.17 Modelo: 5.19 Características: 64% POLYESTER 32%ALG 4%OTRAS REF:63006, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								180	U	10
6	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.17 Modelo: 5.19 Características: 58.5% POLYESTER 31.5%ALG 6%NYLON 4%OTRAS REF:63015, BLANCO/LILA/MARFIL/ROSA VIEJA/MANDARINA, L-M-S-XL, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								336	U	10
7	5.15 Prod.: PANTY 5.16 Marca: 5.17 Modelo: 5.19 Características: 96% POLYESTER 4% OTRAS REF:63019, BLANCO/MARFIL/MANDARINA, L-M-S, TEJ. DE PUNTO 5.18 P.A.: 6108.22.00.00								216	U	10
Tot. Itm. Descripción de ajustes										Descripción: 10 Nuevo de estados	
87											
6 RESULTADO DE LA VERIFICACION											
6.1 Total Precio Factura:					39 607,860000						
6.2 Total Valor FOB Calculado:					39 607,860000						
6.3 Total Precio Verificado:					39 607,860000						
6.5 Fecha Inspecc.:					27/12/2002						
6.4 Ciudad Inspecc.:					COMDE MEDELLIN						
6.5 País:					CO COLOMBIA						
6.5 Lugar Emisión:					COBOG BOGOTA						
6.7 Emitido por:					Cotecna Inspection S.A.						

NO ES VALIDO SI NO CUENTA CON UNA FIRMA AUTORIZADA  
NO ES OBJETO DEL PRESENTE DOCUMENTO LIBERAR AL VENDEDOR DE SUS OBLIGACIONES LEGALES Y CONTRACTUALES

PAG. 1 / 7

FC-20-21-005/02

**Proyecto BID FOMIN Programa de Información al Exportador por Internet Atn/Mt 7253  
Septiembre de 2003**



**Anexo 9: Factura Comercial, 2003.**

# Formas Intimas

PRODUCTORES DE ROPA INTIMA

CLIENTE / CUSTOMER / FORWARDING INFORMATION

FORMAS INTIMAS S.A.C

FORMAS INTIMAS S.A.C

AVENIDA CONQUISTADORES 146, SAN DIEGO

Nit: 90505676091

Tel: 222-54-42

LIMA/PERU

CENTRO INDUSTRIAL FORMAS INTIMAS

AVENIDA GUAYABAL

CALLE 10 SUR No. 51C-77 - 8° PISO

MEDELLIN - COLOMBIA - SUR AMERICA

(574)361 68 99

FAX: (574)361 68 96

www.formasintimas.com

info@formasintimas.com

FACTURA / INVOICE

CAMBIARIA DE COMpraventa

No. 0003828

ISSUING DATE  
FECHA FACTURA

DUE DATE  
FECHA VENCIMIENTO

OUT FLOW CIGER  
REMISSION No.

PURCHASE ORDER  
PEDIDO No.

01 DIA 01 MES 01 AÑO 003828

01 MES 01 AÑO 003828

003828

003828

ZONA / ZONE FORMA DE PAGO / TERMS OF PAYMENT

0003 PLAZO DE PAGO / TIME OF PAYMENT

C.I. FORMAS INTIMAS S.A.

NIT. 911.026.170 - 9

CREDITO 120 DIAS

EF. / ITEM	DESCRIPCION / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	UNIDAD / UNIT	PRECIO UNITARIO / UNIT PRICE	VALOR / TOTAL PRICE
60799	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60800	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60801	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60802	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60803	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60804	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60805	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60806	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60807	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60808	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60809	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60810	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60811	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60812	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60813	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60814	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60815	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60816	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60817	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60818	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60819	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60820	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60821	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60822	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60823	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60824	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60825	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
60826	PANTY 84% POLYESTER 4% OTROS 61.00.22.00.00	384	UND	0.79	303.36
6082					



***Anexo 10: Certificado de Origen, 2003.***

Ministerio de Comercio Exterior de Colombia  
MinComexColombia

CERTIFICADO DE ORIGEN  
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION FORMA: No. C03700255 121656

1. PAIS EXPORTADOR <b>COLOMBIA</b>		2. PAIS IMPORTADOR <b>PERU</b>	
---------------------------------------	--	-----------------------------------	--

3N/O (B)	4. NALADISA 61.08.22	5. DENOMINACION DE LAS MERCADERIAS PANTY 96% POLYESTER, 4% OTRAS. PANTY 64% POLYESTER, 32% ALGODON, 4% OTRAS. PANTY 58.5% POLYESTER, 31.5% ALGODON, 6% NYLON, 4% OTRAS. PANTY 96% NYLON POLIAMIDA, 4% OTRAS. PANTY 85% NYLON, 10% SPANDEX, 5% OTRAS. PANTY 53% POLYESTER, 30% ALGODON, 13.5% NYLON, 3.5% SPANDEX. PANTY 88% NYLON, 12% SPANDEX. PANTY 88% POLYESTER, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. PANTY 88% NYLON, 12% SPANDEX. BRASIER 96% NYLON POLIAMIDA, 4% OTRAS. BRASIER 58.5% POLYESTER, 31.5% ALGODON, 6% NYLON, 4% OTRAS. BRASIER 85% NYLON, 10% SPANDEX, 5% OTRAS. BRASIER 53% POLYESTER, 30% ALGODON, 13.5% NYLON, 3.5% SPANDEX. BRASIER 88% NYLON, 12% SPANDEX. BRASIER 88% POLYESTER, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. BRASIER 88% NYLON, 12% SPANDEX. PANTALONCILLO 64% POLYESTER, 32% ALGODON, 4% OTRAS. BOXER 55.8% POLYESTER, 32.2% ALGODON, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. BOXER 64% POLYESTER, 32% ALGODON, 4% OTRAS. PANTALONCILLO 55.8% POLYESTER, 32.2% ALGODON, 8% SPANDEX, 4% OTRAS. CAMISILLA 88% NYLON, 12% SPANDEX. XX
2	62.12.10	
3	61.07.12	
4	61.09.90	

6. DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario correspondientes a la factura Comercial No. 3828 AL 3833  
DICIEMBRE - 28 de 2002 cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (ACUERDO DE CARTAGENA)  
de conformidad con el siguiente desglose:

7. NORMAS (3)

3N/O (1)	1 LITERAL C, RESOLUCION 506/97
2	2 LITERAL C, RESOLUCION 506/97
3	3 LITERAL C, RESOLUCION 506/97
4	4 LITERAL C, RESOLUCION 506/97

XX

8. FECHA			9. RAZON SOCIAL DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR <b>C.I. FORMAS INTIMAS SA</b>
ANO	MES	DIA	
2003	01	07	10. FIRMA Y SELLO DEL EXPORTADOR O PRODUCTOR

11. OBSERVACIONES

12. CERTIFICACION DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de \_\_\_\_\_  
a los \_\_\_\_\_

MINCOMEX  
JUAN CARLOS CASTAÑO  
DE 7 2003

NOMBRE, FIRMA Y SELLO ENTIDAD CERTIFICADORA

NOTAS: (1) Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercancías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser insuficiente, se continuará la individualización de las mercancías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados correlativamente.  
(2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de este. En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercancía individualizada por su número de orden.

**Anexo 11: Volante (Manifiesto de Carga), 2003.**

SWISSPORT GBH PERU S.A.  
AV. FAUCETT 4800 - CALLAO  
RUC: 20135227740



SISTEMA DE ALMACENES

FECHA: 02/03/2003  
HORA : 13:11:33

V O L A N T E

Nro. de Ingreso : 381540  
Guía Aérea : 736980  
Consignatario : FAMETAL S.A.  
Contenido : HYD BNR W/O PUMP  
Línea Aérea : 404 ARROW AIR SUCURSAL DEL PERU  
Nro. de Vuelo : 619  
Fecha Llegada : 02/03/2003  
Término Descarga : 02/03/2003  
Nro. Manifiesto : 2462  
Punto Origen : 249120 CHICAGO-ILL  
Consolidador : PANALPINA TRANSPORTES MUNDIALES S.A.  
Estado : BUENA

411927-03

*---Manifestado---	*---Buenos---	*---Malos---	*---Recibido---
Peso (Kgs) Bultos	Peso (Kgs) Bultos	Peso (Kgs) Bultos	Peso (Kgs) Bul
51.30 1	51.00 1	0.00	51.00

Av. Faucett N° 4800 Callao - Perú Telf.: 4840111



**Anexo 12: Declaración Única de Aduana (Formato A), 2003.**


<b>PANALPINA</b> Aduanas del Callao		<b>DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)</b> Referencia: 0009		<b>2. REGISTRO DE ADUANA</b> Nº Declaración: 235-2003-10-016505-01-0-00 Fecha Numeración: 05-03-2003 Sujeto a: C. VERDE	
Nº Orden: 2003/411927		Destino: 10		Modalidad: 0-0	
<b>1. IDENTIFICACION</b> 1.1 Importador/Exportador: 00-FAB. DE METALES ALEADOS S.A. FAME TAL 1.2 Cód. y Doc. de Identificación: 4 20100302005 1.3 Dirección de Importador/Exportador: Av. PROL. ANTONIO BAZO 1524 LA VICTORIA		1.4 Cód. Uni. Geo: 150115			
<b>3. TRANSPORTE</b> 3.1 Empresa Transporte: ARROW AIR 3.2 Nº Manifiesto: JW 235-2003-2462 3.3 Vía transporte: Aérea 3.4 Fecha Término Descarga: 02-03-2003 3.5 Empresa Transporte (Tránsito, Reembarque): 3.6 Unidad transporte (Tránsito, Reembarque): 3.7 Aduana Destino/Salida:		3.8 Cód. Modalidad: 3052 3.9 Cód. Puesto Solicitado: 1			
<b>4. ALMACEN</b> 4.1 Terminal de Almacenamiento: SERVICIOS LITORAL PACIFICO 4.2 Depósito Aduanero Autorizado: 3052 4.3 Puesto Solicitado:		4.4 Cód. Modalidad: Al Contado 4.5 Cód. Apl. UIR: 1			
<b>5. TRANSACCION</b> 5.1 Entidad Financiera:		5.2 Modalidad:			
<b>6. VALOR ADUANA</b> 6.1 FOB / Valor Cláusula Venta: 1 001,400 6.2 Flete / Comisión Exterior: 66,950 6.3 Seguro/Otros Gastos Deducibles: 30,000 6.4 Total Ajustes: 0 6.5 Valor Aduana / Valor Neto Entrega: 1 098,350		6.6 Valor Aduana / Valor Neto Entrega: 1 098,350			
<b>7. DECLARACION DE MERCANCIAS</b> 7.1 Nº Serie / Total: 0001/0001 7.2 Ítem Ejemplar "B": 7.3 Número Declaración Precedente: 7.4 Número Certificado Reposición: 7.5 Cód. Apl. UIR:		7.6 Puesto de Embarque: CHICAGO 7.7 Fecha de Emb.: 25-02-2003 7.8 Doc. Transp.: 000000735980 7.9 Nº Certificado Origen: 7.10 Cant. Unid. Comercial: 1,000 7.11 Valor Verificación/Cód. Exoneración: 0			
7.12 Cantidad Bultos: 1,000 7.13 Clase: BUL 7.14 Peso Neto Kilos: 48,000 7.15 Tipo: DV 7.16 Subpartida Nacional: 8479899000 7.17 País Origen: US 7.18 Subpartida Arancel: 3 7.19 País Destino: US-UNITED STATES 7.20 FOB Menor Transacción: 1 001,400 7.21 FOB US \$: 1 001,400 7.22 Flete US \$: 66,950 7.23 Seguro US \$: 30,000 7.24 Tipo Seg.: 3 7.25 Ajuste Valor US \$: 1 098,350		7.26 Cód. Modalidad: 3052 7.27 País Origen: US 7.28 País Destino: US-UNITED STATES 7.29 Valor Aduana US \$: 1 098,350			
<b>7.36</b> 1. DOBLADURA DE TUBOS FAME TAL 880 Descripción: Mercancías: 7.36 Nº Factura Comercial: AB46548 Fecha: 19-02-2003 7.37 Información Complementaria: VENT2001 Observaciones: Tipo de Observación:		7.38 Observaciones: Tipo de Observación:			
<b>8. DECLARANTE</b> 8.1 Nombre o Razón Social: PANALPINA ADUANAS S.A. 8.2 Fecha: 05-03-2003 8.3 Cód. Especialista:		8.4 Cód. Modalidad: 9344 8.5 Nº CONTENEDORES/PRECINTOS:			
<b>10. CILIGENCIA ADUANERA</b> 10.1 Cód. Especialista: 10.2 Fecha Vencimiento: 10.3 Pazo Autorizado: 10.4 Fecha:		10.5 Cód. Modalidad: 9344 10.6 Nº CONTENEDORES/PRECINTOS:			
<b>11. CONTROL OFICIAL DE ADUANAS</b> 11.1 Código: 11.2 Fecha:		11.3 Código: 11.4 Fecha:			
<b>13. DEPOSITO ADUANERO ZONA PRIMARIA</b> 13.1 Fecha Término de Recepción: 13.2 Cantidad y Clase de Bulto: 13.3 Peso Bruto en kilos:		13.4 Fecha Término de Recepción: 13.5 Cantidad y Clase de Bulto: 13.6 Peso Bruto en kilos:			
<b>15. VALIDACION DE DATOS</b> 15.1 Clave de Validación:		15.2 Clave de Validación:			
Total Bultos: 1 Total Kils. Neto: 48,000 Total Kils. Bruto: 51,000		Total Unid. Fis.: 1,000 Total Unid. Comer.: 1,000			

**Anexo 13: Declaración Única de Aduana (Formato B),  
2003.**

PANALPINA aduanas										DECLARACION UNICA DE ADUANAS (B)										2. REGISTRO DE ADUANA	
AGENCIA DEL CALLAO										00000										Nº Declaración:	
Nº ORDEN: 2003/411927										Destino: 10										235-2003-10-016505-01-0-00	
1. IDENTIFICACION										1.1 Importador: FAB. DE METALES ALEADOS S.A. FAMETAL										1.3 Nivel Comercial: 5	
3. PROVEEDOR										3.1 Nombre o Razón Social: GREENLEE TEXTRON, INC.										3.2 Condición: 1	
3.3 Dirección: 4455 BOEING DRIVE ROCKFORD IL 61109-2988										3.4 Ciudad: IN ILLINOIS CALL										3.5 País: US	
3.7 Fax: 815 397 7070										3.8 Página Web:										3.6 Teléfono: 815 397 7070	
4. TRANSACCION										4.1 Naturaleza: 11										4.2 Forma de Envío: Un Envío	
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA										5.1 Nº Item/Total: 0001/0001										5.2 Factura Comercial: AB46548	
5.7 País Origen: US										5.8 País Embar: US										5.9 FOB Unitario US \$: 1 001,400 000	
5.13 Marca Comercial: FAMETAL										5.14 Modelo: 880										5.15 Año/Kilo: 10	
5.19 Características, Tipo / Clase, Variedad /										5.10 Ajuste Unitario US \$: 0										5.11 Cantidad Unit. Comercial: 1,000 000 U	
5.12 Nombre Comercial: DOBLADORA DE TUBOS										5.16 Estado: 10										5.17 Identificador: 0	
5.18 I.V.:										5.19 Características, Tipo / Clase, Variedad /										5.20 Observaciones:	
5.20 Observaciones:										5.20 Observaciones:										5.20 Observaciones:	
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR (Marque 1 caso Afirmativo y 2 caso Negativo)										6.1 Participó en la Transacción comercial algún intermediario denominado también Agentes, Comisionista u otro? 2										6.2 Nombre del Intermediario:	
6.3 Dirección:										6.4 Ciudad:										6.5 País:	
6.6 Tipo:										6.7 E-mail:										6.8 Web:	
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION (Marque 1 caso Afirmativo y 2 en caso Negativo)										7.1 2										7.2 2	
7.3 1										7.4 1										7.5 2	
7.6 2										7.7 2										7.8 2	
7.9 2										7.10 2										7.11 2	
7.12 2										7.13 2										7.14 2	
7.15 2										7.16 2										7.17 2	
7.18 2										7.19 2										7.20 2	
8. DETERMINACION DEL VALOR										8.1 BASE DE CALCULO										8.2 ADICIONES	
8.1.1 Precio neto según factura:										8.1.2 Pagos Indirectos:										8.1.3 Descuentos Retroactivos:	
8.1.4 Otros Descuentos:										8.1.5 Gastos de Transporte, manipulación y entrega en el exterior hasta el lugar de embarque:										8.1.6 Otros:	
TOTAL BASE DE CALCULO										1 001,400										8.4 TOTAL GASTOS SEGURO	
8.2.1 Comisiones, Corretajes, excepto las comisiones de compra:										8.2.2 Embarques y Embalajes:										8.5 DEDUCCIONES IMPORTE INCLUIDOS EN 8.1.1	
8.2.3 Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta para la exportación de las mercancías importadas:										8.2.3.1 Materiales, componentes, piezas, partes, elementos y artículos análogos incorporados a las mercancías importadas:										8.5.1 Gastos de entrega posteriores a la importación:	
8.2.3.2 Herramientas, matrices, moldes y objetos similares utilizados para la producción de las mercancías importadas:										8.2.3.3 Materiales consumidos en la producción de las mercancías importadas:										8.5.2 Gastos de construcción, armado, instalación, montaje, mantenimiento y asistencia técnica realizados después de la importación:	
8.2.3.4 Trabajos de ingeniería, de desarrollo, creación y perfeccionamiento, trabajos artísticos, diseños, planos, y croquis realizados fuera del Perú y necesarios para la producción de las mercancías importadas:										8.2.4 Cánones y derechos de licencia:										8.5.3 Derechos de Aduana y otros tributos:	
8.2.5 Cualquier parte del producto de la reventa, cesión o utilización posterior directa o indirecta que revierta al vendedor:										TOTAL ADICIONES:										8.5.4 Intereses:	
8.3 GASTOS DE TRANSPORTE:										8.3.1 Gastos de transporte desde el lugar de embarque hasta el lugar de importación:										8.5.5 Otros gastos:	
8.3.2 Gastos de carga, descarga, manipulación en destino y otros gastos de entrega hasta el lugar de importación:										TOTAL GASTOS DE TRANSPORTE:										TOTAL DEDUCCIONES:	
66,950										66,950										DECLARO:	
66,950										66,950										Al tener esta Declaración me comprometo en cuanto a la exactitud y la integridad de la información suministrada en el presente formulario, en cualquiera de sus hojas suplementarias que se acompañan y a la autenticidad de todos los documentos presentados en su apoyo. También me responsabilizo de suministrar información o la documentación adicional y necesaria para establecer el valor en aduana de las mercancías.	
Nombre de Declarante: HANS NIEDERDMANN										Cargo: DIRECTOR GERENTE										Tipo de Documento: 7	
Documento de Verificación: 84140										FAMETAL S.A.										Firma:	



**Anexo 14: Declaración Única de Aduana (Formato C),  
2003.**

**PANALPINA**  **DECLARACION UNICA DE ADUANAS (C)**  
Referencia : marley

ADUANAS DEL CALLAO CODIGO

Nº ORDEN 2003/411927 Designación 1V Modalidad Tipo Despacho: N° Orden de Embarque: N° 2003-2003-10-016505-01-0-00

1. IDENTIFICACION 1.1 Importador FAB. DE METALES ALEADOS S.A. FANETAL Fecha Numeración: 05-03-2003  
1.2 Código y Documento de Identificación Importador 20100302005 1.3 Almacén Aduanero SERVICIOS LITORAL PACIFICO Sujeto a: C. VERDE

2. VALOR ADUANA 3.1 FOB 1 001,400 3.2 Flete 66,950 3.3 Seguro 30,000 3.4 Ajuste Valor 0 3.5 Valor Aduana 1 098,350

4. LIQUIDACION ADEUDO 5. FORMA DE PAGO

CONCEPTO	AGENTE	CANTIDAD A PAGAR US\$	1 Cheque	2 Efectivo	3 Doc. Valorado	4 Pago Electrónico
4.1 Ad/Valoram	77	77				
4.2 Sobretasa AV	55	55				
4.3 Derecho Especifico	0	0				
4.4 Imp. Selectivo al consumo	0	0				
4.5 Imp. Promoción Municipal	25	25				
4.6 Imp. General a las Ventas	197	197				
4.7 Derechos Antidumping	0	0				
4.8 Servicio Despacho	0	0				
4.9 Interés Compensatorio	0	0				
4.10						
4.11						
4.12						
4.13 Total	354	354				

6. DECLARANTE  
6.1 Nombre Razón Social PANALPINA ADUANAS S.A. Código 9344 6.2 Fecha 05/03/2003  
Rocio Meslas Mendoza  
Representante Legal  
Libro 01 E-64 Reg. 1998

7. PARA SER LLENADO POR ADUANAS (FIANZAS) 8. PARA SER LLENADO POR BANCO / CAJA

ULTIMO DIA DE PAGO : 10-03-2003

STAMPADO POR EL BANCO / CAJA

MONTO : 00000000

CUOTA : 00

RENTA : 00

INTERES : 0.00

TOTAL CUOTA : 1.352.40

TOTAL RENTAS : 1.352.40 SOLES

TOTAL INTERES : 0.00

TOTAL PAGO : 1.352.40

TOTAL DE PAGO : 1.352.40

TIPO DE CHEQUE : SIMPLE

BANCO EMISOR : 000 de Crédito Perú 002

Nº DE CHEQUE : 0281356


TDH : 005 RT : 10944 1700 FEDH : 0281356 MARCA : 15-24-13

Interbank  
Banco No 073  
REPRESENTANTE  
FINANCIERO  
CAJA 5

VEN : 11/03/2003  
F. EMISOR : 05/03/2003  
F. VENCIM. : 11/03/2003

---

***Anexo 15: Declaración Andina del Valor en Aduana , 2003.***

**PANALPINA**  **DECLARACION ANDINA DEL VALOR EN ADUANA**  
 N° Preimpreso Formulario P235-2003-10-016505-01-0-00

1. Datos Generales: 0/S. 2003/411927

1. Hojas Adicionales: 1 de:

ADUANA	2 Número de Formulario	3 Aduana	DECLARACION DE IMPORTACION	
1	1	235	4 N°	5 Fecha
			016505	03/03/05

6 Nombre o Razón social	7 N° de Identificación Tributaria u otro Documento	8 Nivel Comercial	9
IMPORTADOR: FAB. DE METALES ALEADOS S.A. FAMEAL	4 20100302005	\$	
10 Nombre o Razón social	11 Domicilio	12 Ciudad	
PROVEEDOR: GREENLEE TEXTRON, INC.	4455 BOEING DRIVE ROCKFORD IL 61109-2988	IN ILLINOIS CALL	
13 País:	14 Teléfono:	15 Fax:	16 Condiciones:
US	815 397 7070	815 397 7070	1 17 Fabricante
18 Condición de entrega: INCOTERMS	LUGAR	19 País de Procedencia	
TRANSACCION: FOB	CHICAGO	US	

RESOLUCION DE ADUANA		FACTURA		CONTRATO U OTRO DOCUMENTO	
20 N°	21 Fecha	22 N°	23 Fecha	24 N°	25 Fecha
		A846548	03/02/18		
26 Moneda	27 Tipo de Cambio	28 Fecha	29 Naturaleza de Transacción	30 Forma de Envío	
USD			11	Un Envío 1	

**II. Descripción de la Mercancía**

31 Item	32 Subpartida NANDINA	33 Nombre Comercial	34 Características, Tipos, Clase, Variedad	35 País de Origen
1	847899000	DOBLADORA DE TUBO		US

36 Marca Comercial	37 Modelo	38 Año	39 Estado Mercancía	40 Cantidad	41 Unidad Estándar	42 Precio FOB Unitario (US\$)
1 FAMEAL	880		10	1,000,000	U	1 001,400,000

**III. Intermediario entre el Importador y Proveedor**

43 ¿La transacción comercial fue realizada con participación de algún intermediario denominado también agente, comisionista, u otro? En caso afirmativo, precisar: ☒ 2

44 Nombre o Razón Social: ☐ 2

45 Domicilio: ☐ 2

46 Ciudad: ☐ 2

47 País: ☐ 2

48 Tipo de Intermediario: ☐ 2

**IV. Condiciones de Transacción**

49 ¿Existe vinculación entre el importador y el proveedor? ☒ 2

50 ¿Ha influido la vinculación en el precio de las mercancías importadas? ☒ 2

51 ¿Se aproxima mucho el valor de transacción de las mercancías importadas a algún valor de los mencionados en el artículo 1.2 b) del Acuerdo del Valor de GATT? ☒ 1

(Marque: 1 en caso Afirmativo 2 en caso Negativo)

52 ¿Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el artículo 1 del Acuerdo del Valor de GATT? ☐ 2

53 ¿Depende la venta o el precio de condiciones o contraprestaciones, con relación a las mercancías a valorar? ☐ 2

54 ¿Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones? ☐ 2

55 ¿Existen pagos indirectos o descuentos retroactivos? ☐ 2

56 ¿Existen cánones y derechos de licencia (regalías) relativos a las mercancías importadas que el importador está obligado a pagar, directa o indirectamente, como condición de la venta? ☐ 2

57 ¿Está la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas, reventa, directa o indirectamente al proveedor? ☐ 2


**V. Determinación del Valor**

58 Tipo de Cambio	
a) Facturas: distinta a US\$	b) U.S. \$
	Nacional
59 Precio Neto según Factura	1 001,400
60 Pagos indirectos, descuentos retroactivos u otros	
61 Total A	1 001,400
<b>B. ADICIONES: Importes NO INCLUIDOS EN A y a cargo del importador</b>	
62 Comisiones, corretajes, excepto las comisiones de compra	
63 Envases y embalajes	
64 Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido, y utilizados en la producción y venta para la exportación de las mercancías importadas	
65 Cánones y derechos de licencia (regalías)	
66 Cualquier parte del producto de la reventa, cesión o utilización posterior, que reventa al vendedor de manera directa o indirecta	
67 Gastos de entrega hasta el lugar de importación	355
68 Gastos de transporte por manejo y entrega en el exterior hasta el lugar de embarque	
69 Gastos de transporte desde el lugar de embarque hasta el lugar de importación	66,950
70 Gastos de carga, descarga, y manipulación	
71 Seguro	30,000
72 Total B	96,950
<b>C. DEDUCCIONES: Importes INCLUIDOS EN A</b>	
73 Gastos de entrega posteriores a la importación	
74 Gastos de construcción, armado, instalación, montaje, mantenimiento y asistencia técnica, realizados después de la importación	
75 Derechos de aduana y otros impuestos	
76 Intereses	
77 Otros gastos	
78 Total C	
79 VALORES DE TRANSACCION DECLARADOS (A+B-C)	1 098,350

80 ¿Algunos de los importes declarados en la casilla 65 y 66 tiene carácter estimado o provisional? (Marque: 1 en caso Afirmativo 2 en caso Negativo) ☒ 2

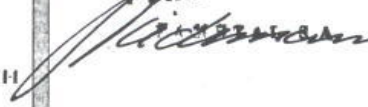
**81 DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACION AQUÍ CONSIGNADA ES CORRECTA Y AJUSTADA A LAS DISPOSICIONES LEGALES VIGENTES**

Nombre del declarante	Cargo	Fecha
HANS NIERDERMANN	DIRECTOR GERENTE	05-03-2003

**FAMEAL S.A.**  


ORIGINAL: AGENTE DE ADUANA / ADUANA DE DESPACHO

**Anexo 16: Declaración Andina del Valor en Aduana , 2003.**

<b>GREENLEE TEXTRON INC.</b> 1455 BOEING DRIVE ROCKFORD, IL 61109 815-3977070 Consignee's Name and Address		<b>AIR WAYBILL</b> Issued by Copies 1, 2, and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT CARRIAGE BY ANY OTHER MEANS SHALL BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH A CARRIER DEEM'S APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplementary charge if required. Accounting Information																																													
<b>FAMETAL S.A.</b> PROLONG, ANTONIO BAZO 1524 JONAS U3, 114 (LA VICTORIA) PERU Consignee's Account Number Agent's IATA Code Account No.		<b>FILE-REF. : 115-486622 0000</b> <b>SEPARATE INVOICE</b> <b>CUSTOMER-REFERENCE: INV#A846548</b> <b>VOLUME 4.218 CFT</b>																																													
<b>PANALPINA INC.</b> 300 ARTHUR AVENUE ELK GROVE VILLAGE, IL 60007 Agent's IATA Code Account No.		<b>25 FEB 2011 4500</b> Currency Declared Value for Carriage Declared Value for Customs																																													
<b>15-6-8472/0023</b> Airport of Departure (Addr. of first Carrier) and requested Routing		<b>USD 66.95</b> Amount of Insurance																																													
<b>ORD CHICAGO O'HARE INTL. IL, USA</b> to By first Carrier Routing and Destination <b>MD D4</b> Airport of Destination		<b>FLIGHT 263/28</b> Flight/Date <b>PERU</b> Flight/Date																																													
<b>LANDING INFORMATION</b> <b>LOT# 367428</b>		<b>INSURANCE - If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked 'Amount of Insurance'</b>																																													
<b>*** KNOWN SHIPPER ***</b>																																															
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>No. of Pieces RCP</th> <th>Gross Weight</th> <th>Rate Class</th> <th>Commodity Item No.</th> <th>Chargeable Weight</th> <th>Rate Charge</th> <th>Total</th> <th>Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 X</td> <td>51.3K</td> <td>N</td> <td></td> <td>51.3</td> <td>1.30</td> <td>66.95</td> <td>HYD BRKR W/O PUMP</td> </tr> <tr> <td colspan="8">           THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED         </td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>51.3K</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>66.95</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>				No. of Pieces RCP	Gross Weight	Rate Class	Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)	1 X	51.3K	N		51.3	1.30	66.95	HYD BRKR W/O PUMP	THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED								1	51.3K					66.95													
No. of Pieces RCP	Gross Weight	Rate Class	Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)																																								
1 X	51.3K	N		51.3	1.30	66.95	HYD BRKR W/O PUMP																																								
THESE COMMODITIES, TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW PROHIBITED																																															
1	51.3K					66.95																																									
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Prepaid</td> <td>Weight Charge</td> <td>Collect</td> <td>Other Charges</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>66.95</td> <td>HANDLING 35.00 FUEL 10.00</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Valuation Charge</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Tax</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Total other Charges Due Agent</td> <td>55.00</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Total other Charges Due Carrier</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total prepaid</td> <td colspan="3">Total collect</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="3">121.95</td> </tr> <tr> <td>Currency Conversion Rates</td> <td colspan="3">cc charges in Dest. Currency</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="3">25 FEB 03 CHICAGO</td> </tr> <tr> <td>For Carrier Use only at Destination</td> <td>Charges at Destination</td> <td colspan="2">Total collect Charges</td> </tr> </table>				Prepaid	Weight Charge	Collect	Other Charges			66.95	HANDLING 35.00 FUEL 10.00	Valuation Charge				Tax				Total other Charges Due Agent		55.00		Total other Charges Due Carrier				Total prepaid	Total collect				121.95			Currency Conversion Rates	cc charges in Dest. Currency				25 FEB 03 CHICAGO			For Carrier Use only at Destination	Charges at Destination	Total collect Charges	
Prepaid	Weight Charge	Collect	Other Charges																																												
		66.95	HANDLING 35.00 FUEL 10.00																																												
Valuation Charge																																															
Tax																																															
Total other Charges Due Agent		55.00																																													
Total other Charges Due Carrier																																															
Total prepaid	Total collect																																														
	121.95																																														
Currency Conversion Rates	cc charges in Dest. Currency																																														
	25 FEB 03 CHICAGO																																														
For Carrier Use only at Destination	Charges at Destination	Total collect Charges																																													
<b>INVOICES ATTACHED</b> <b>FAMETAL S.A.</b>  <b>KATHERINE TELLES</b> Signature of Shipper or his Agent																																															



**Anexo 17: Terminales de almacenamiento para carga aérea, 2003.**

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Dirección Oficina	Teléfono
SHOHIN	SHOHIN S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. ELMER FAUCETT 3517 CALLAO	5742043 - 5741644
IMUPESA	INVERSIONES MARITIMAS UNIVERSALES S.A.	AEREA DEL CALLAO	NESTOR GAMBETTA No 5502- CALLAO	5770200 - 5770500
FRIO AEREO	FRIO AEREO ASOCIACION CIVIL	AEREA DEL CALLAO	AV. FAUCETT CUADRA 30 S/N CALLAO	5753314 - 5743532
TALMA OGDEN S. R	TALMA OGDEN S.R.L	AEREA DEL CALLAO	AV. ELMER FAUCETT CDRA. 30 S/N CALLAO	5741060 - 5741111
D. H. L	DHL INTERNATIONA L S.A.C.	AEREA DEL CALLAO	LOS CASTAÑOS 225 - SAN ISIDRO	2157500 - 4405209
ALSA	ALMACENES Y LOGISTICA S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETA CDRA 47 - CALLAO	5771194 - 5771188
ALDEM	ALDEM S.A.C.	AEREA DEL CALLAO	AV. QUILCA MZ. A.LOTE 3 - CALLAO	5723498 -
TALMA OGDEN S R	TALMA MENZIES SRL	IQUITOS	AV. ELMER FAUCETT S/N CENTRO AEREO COMERCIAL ,CAL	5741060 - 5741111

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTO

**Anexo 18: Terminales de almacenamiento para carga marítima, 2003.**

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
ENAPU-CHIMBOTE	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS-CHIMBOTE	CHIMBOTE	CALLE PROLONGACION MALECON S/N	299210 - 299310
DEPOSITOS S.A.	DEPOSITOS S.A.	ILO	AV.GASPAR HERNANDEZ Nº 700 CDRA.12 AV.ARGENTINA	3301004 - 3301005
ENAPU - ILO	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS - ILO	ILO	CALLE ZEPITA S/N	299210 - 299310
SERCENCO S.A.	SERCENCO S.A.	ILO	LOS ANGELES 340 LIMA 18 SURQUILLO	4221690 - 4224221
SOUTHERN PERU L	SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION, SUCURSAL DEL PERU	ILO	AV.CAMINOS DEL INCA 171 CHACAR. DEL ESTANQUE LIMA	4386565 - 4496321
ALMUSA	ALMACENES MUNDO S.A.	LIMA METROPOLITANA	AV. ARGENTINA Nº 2172 CALLAO	4206980 - 4295350
NEPTUNIA	NEPTUNIA S.A.	LIMA METROPOLITANA	AV. ARGENTINA Nº 2085 - CALLAO	4292065 - 4652521
ALSA	ALMACENES Y LOGISTICA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV.NESTOR GAMBETA CDRA 47 - CALLAO	5771194 - 5771188
ENAPU	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS. ENTIDAD PORTUARIA	MARITIMA DEL CALLAO	EDIF.ADMIN.3ER PISO/ T.M.C	299210 - 299310
ENAPU - CALLAO	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	EDIF. ADMINISTR. 3º PISO / T.M.C.	4299210 - 4299310
IMUPESA	INVERSIONES MARITIMAS UNIVERSALES S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA NO 5502-CALLAO	5770500 - 5770200
LICSA	LOGISTICA INTEGRAL CALLAO S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA Nº 983	4295122 - 4654484

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
MAERSK PERU S.A	MAERSK PERU S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. CANAVAL MOREYRA NO. 452 - PISO 13 SAN ISIDRO	5170050 - 5170075
TALMA OGDEN S.R	TALMA OGDEN S.R.L	MARITIMA DEL CALLAO	AV. ELMER FAUCETT CDRA. 30 S/N CALLAO	5741060 - 5741111
TRAMARSA	TRABAJOS MARITIMOS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA KM 3.6 CALLAO	4201970 - 4656476
UNIMAR	UNIMAR S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. ALM. MIGUEL GRAU 1406 - BELLAVISTA CALLAO	4653628 - 4690414
ALMAGRAU	ALMACENERA GRAU S.A.	MOLLENDO – MATARANI	AV. AREQUIPA S/N CARRETERA AREQUIPA/MATARA NI	0532864 - 0665918
TERMINAL INTERN	TERMINAL INTERNACIONA L DEL SUR S.A.	MOLLENDO - MATARANI	CHINCHON Nº 944 3ER. PISO SAN ISIDRO	4299210 - 4299310
ENAPU-PAITA	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS S.A.- PAITA	PAITA	CALLE FERROCARRIL Nº127	299210 - 299310
MAERSK PERU	MAERSK PERU S.A.	PAITA	AV.CARNAVAL Y MOREYRA 452 PISO 13 SAN ISIDRO	4423287 - 4226344
RANSA PAITA	RANSA COMERCIAL S.A.	PAITA	AV. ARGENTINA Nº 2833 CALLAO	4201800 - 4201844
ENAPU-PISCO	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS - PISCO	PISCO	BAHIA PARACAS - PUNTA PEJERREY	299210 - 299310
ENAPU-SALAVERRY	EMPRESA NACIONAL DE PUERTOS- SALAVERRY	SALAVERRY	CALLE CORDOVA S/N ZONA N§ 1	255210 - 299310

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTOR



**Anexo 19: Agentes aduaneros autorizados, 2003.**

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>78</u>	Yauricocha S.A. Agencia de Aduana	Aerea del Callao
<u>393</u>	American Food S.A.	Aerea del Callao
<u>492</u>	Asociación Anawin	Aerea del Callao
<u>528</u>	Agentes Tecnificados Aduaneros S.A.C	Aerea del Callao
<u>3147</u>	San Remo Operador Logístico S.A.C.	Aerea del Callao
<u>3156</u>	Aduanas y Comercio S.A.C. Agentes de Aduana	Aerea del Callao
<u>3165</u>	Agencia Afianzada de Aduana J. K.M. S.A .C.	Aerea del Callao
<u>3174</u>	GEP S.A. Agencia de Aduana	Aerea del Callao
<u>3183</u>	A & G Agentes de Aduanas SAC	Aerea del Callao
<u>3192</u>	New Customs S.A.C.	Aerea del Callao
<u>3200</u>	Consorcio Aduanero Torres S.A.C.	Aerea del Callao
<u>5933</u>	Mercurio Servicios Aduaneros S.R.L.	Aerea del Callao
<u>8318</u>	Yuganskneftegas S.A.	Aerea del Callao
<u>212</u>	Asociación Misionera Peruano Coreano	Arequipa
<u>258</u>	Daniel Alvarado Agente de Aduana S.A.	Arequipa
<u>294</u>	Scharff Agentes Afianzados de Aduana S.A.	Arequipa
<u>573</u>	Zavala Hermanos Agentes de Aduana S.A.	Arequipa
<u>3359</u>	Ministerio de Agricultura y Reparticiones	Arequipa
<u>3809</u>	Univ. Nac. San Agustín M.E.	Arequipa
<u>4079</u>	Instituto Geofísico del Perú M.E.M.	Arequipa
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	Arequipa
<u>5924</u>	Agencia de Aduana Interamericana S.A.	Arequipa
<u>8435</u>	Misión Luterana de Noruega	Arequipa
<u>14</u>	DHL Aduanas S.A.C.	Cusco
<u>3458</u>	Programa Nacional de Asistencia Alimentaria - PRONAA	Cusco
<u>3809</u>	Univ. Nac. San Agustín M.E.	Cusco

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	CUSCO
<u>5375</u>	SEGURO SOCIAL DE SALUD	CUSCO
<u>7076</u>	EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL SEDAQOSQO	CUSCO
<u>7661</u>	BUENA VISTA S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	CUSCO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	CUSCO
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	CHICLAYO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	CHICLAYO
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	CHICLAYO
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	CHICLAYO
<u>8615</u>	SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA	CHICLAYO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	CHICLAYO
<u>69</u>	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A.	CHIMBOTE
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	CHIMBOTE
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	CHIMBOTE
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	CHIMBOTE
<u>442</u>	MANDATARIOS ADUANEROS S.A.	CHIMBOTE
<u>1270</u>	C&C DESPACHOS S.A.C. AGENTE DE ADUANA	CHIMBOTE
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	CHIMBOTE
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	CHIMBOTE
<u>2071</u>	CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A	CHIMBOTE
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	CHIMBOTE
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPIYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	CHIMBOTE
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	CHIMBOTE
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	CHIMBOTE
<u>4321</u>	EMP.SIDERURGICA DEL PERU MICTI	CHIMBOTE
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	CHIMBOTE
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	CHIMBOTE
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	CHIMBOTE
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	CHIMBOTE
<u>6329</u>	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	CHIMBOTE
<u>6437</u>	ADUANERA CAPRICORNIO S.A. AGENTES DE ADUANA	CHIMBOTE

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>6482</u>	AGENCIA DE ADUANA ANTANA SOCIEDAD ANONIMA	CHIMBOTE
<u>6608</u>	PRODUCTOS PESQUEROS PERUANOS S.A.	CHIMBOTE
<u>6626</u>	ALIMENTOS AMERICANOS S.A.	CHIMBOTE
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	CHIMBOTE
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	CHIMBOTE
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	CHIMBOTE
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>573</u>	ZAVALA HERMANOS AGENTES DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>2986</u>	ALEJANDRO ZAVALA S.A.	DESAGUADERO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	DESAGUADERO
<u>5924</u>	AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A.	DESAGUADERO
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	DESAGUADERO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	DESAGUADERO
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	DESAGUADERO
<u>7634</u>	SERVICIOS ADUANEROS ANDINA INTERNACIONAL S.R.L.	DESAGUADERO
<u>8318</u>	YUGANSKNEFTEGAS S.A.	DESAGUADERO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	ETEN
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	HUACHO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	HUACHO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	HUACHO
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	ILO
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	ILO
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	ILO
<u>348</u>	JOSMAR AGENTES DE ADUANA S.A.	ILO
<u>2134</u>	IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA DEL PERU	ILO
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	ILO
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	ILO
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	ILO
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	ILO

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	ILO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	ILO
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	ILO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	ILO
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	ILO
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	ILO
<u>7337</u>	DESPACHADORES DE ADUANA MATARANI S.A.	ILO
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	ILO
<u>7779</u>	GESTIONES ADUANERAS TACNA SOCIEDAD ANONIMA - GATSA	ILO
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	ILO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	ILO
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	IQUITOS
<u>1360</u>	PERUTRANS S.A.C.	IQUITOS
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	IQUITOS
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	IQUITOS
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	IQUITOS
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	IQUITOS
<u>4817</u>	DIREC. DE ABASTECIMIENTO - MINIS. DE MARINA	IQUITOS
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	IQUITOS
<u>5375</u>	SEGURO SOCIAL DE SALUD	IQUITOS
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	IQUITOS
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	IQUITOS
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	IQUITOS
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	IQUITOS
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	IQUITOS
<u>7805</u>	MIGUEL VASQUEZ RUIZ S.A.C. AGENTES DE ADUANA	IQUITOS
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	IQUITOS
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	IQUITOS
<u>7896</u>	RAFAEL EDUARDO GARCIA SILVA	IQUITOS
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	IQUITOS
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	LA TINA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LA TINA
<u>9605</u>	LITORAL PACIFICO S.A.	LA TINA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>14</u>	DHL ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>23</u>	CONSEJO DE UNIFICACION INDIGENA DE LA SELVA CENTRAL	LIMA METROPOLITANA
<u>32</u>	DANZAS AEI ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>41</u>	MEDICOS SIN FRONTERAS - FRANCIA	LIMA METROPOLITANA
<u>50</u>	ENLACE ADUANERO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>55</u>	REAL COMPAYIA DE SERVICIOS AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>69</u>	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>78</u>	YAURICOCHA S.A. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>82</u>	AGENCIA PORTUARIA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>113</u>	ASOCIACION VIDA PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>127</u>	ALBERTO E. SMITH S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>145</u>	ESTRADA A. E HIJOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>159</u>	MILLENNIUM AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>168</u>	DISALTEX S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>177</u>	CORPORACION INTERANDINA S.A. DESPACHADORES ADUANEROS	LIMA METROPOLITANA
<u>186</u>	FUNDACION POR LOS NIÑOS DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>190</u>	GARCIA PERSICO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	LIMA METROPOLITANA
<u>230</u>	ASOCIACION PERUANO MUJER Y FAMILIA	LIMA METROPOLITANA
<u>235</u>	AUGUSTO BEDOYA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>249</u>	ADUAPERSA AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>267</u>	MENDIETA & LEYVA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>280</u>	CARLOS BELLO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>302</u>	CORPORACION PACIFIC. S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>307</u>	CARLOS NUÑEZ JENKINS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>311</u>	AGENCIA DE ADUANA RRR DEL PACIFICO S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>320</u>	PRELATURA DE HUARI	LIMA METROPOLITANA
<u>334</u>	PEDRO DONGO SORIA S.A. AG. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>348</u>	JOSMAR AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>357</u>	ASUNTOS ADUANEROS TRAMEXIM S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>366</u>	SALAZAR MARSANO S.A.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>375</u>	AQUARIUM LIMA E.I.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>393</u>	AMERICAN FOOD S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>424</u>	PEDRO A. ARANIBAR ORTIZ	LIMA METROPOLITANA
<u>438</u>	SAITO S.A. AGENCIA DE ADUANAS	LIMA METROPOLITANA
<u>442</u>	MANDATARIOS ADUANEROS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>456</u>	MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PUENTE PIEDRA	LIMA METROPOLITANA
<u>465</u>	AGENCIA PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL - USAID	LIMA METROPOLITANA
<u>474</u>	ASOCIACION PERUANA CONVIVENCIA Y ESPERANZA AZUL	LIMA METROPOLITANA
<u>497</u>	JUAN E. MADICO M. AGENCIA DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>519</u>	EJERCITO DE SALVACION - FILIAL	LIMA METROPOLITANA
<u>528</u>	AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>537</u>	MR&L AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>546</u>	CLI ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>555</u>	ARTEAGA AGENTES DE ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA METROPOLITANA
<u>564</u>	LOGISTIC PARTNERS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>582</u>	CENTRO DE PROMOCION SOCIAL DE LA IGLESIA - PROSOI	LIMA METROPOLITANA
<u>604</u>	DESPACHOS INTERCONTINENTALES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>631</u>	LUIS F. BATTIFORA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>659</u>	INTERAMERICAN SERVICE CO. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>686</u>	J. CHENEFFUSSE S.A. AG.DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>703</u>	CONGREGACIONES DE LOS PADRES OBLATOS DE SAN JOSE DE ASTI	LIMA METROPOLITANA
<u>712</u>	JORGE OTINIANO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>785</u>	JOSE SILVA FERNANDEZ S.C.R.LTDA	LIMA METROPOLITANA
<u>857</u>	INTERADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>901</u>	AGENTES Y ASESORES INTEGRALES EN ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>956</u>	AG. DE AD. JESUS GUTIERREZ TORREBLANCA S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>983</u>	AGENCIA DE ADUANA VICMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>992</u>	MIASA INTEGRACION ADUANERA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1009</u>	ABEL ULLOA SANCHEZ S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>1018</u>	JORGE RIVVA LOPEZ S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1027</u>	MONTEVERDE ADUANERA COMERCIAL S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1063</u>	AGENCIA DE ADUANA TRANSCONTINENTAL S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1072</u>	OMEGA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1135</u>	SERVICIOS EN ADUANAS S.C.R.L.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>1153</u>	NAVARRO HERMANOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1180</u>	PASSALACQUA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1207</u>	AGENCIAS UNIDAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1225</u>	UNIVERSAL ADUANERA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1252</u>	RODOLFO PARRA SOTO AG. AF. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>1270</u>	C&C DESPACHOS S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1351</u>	JOSE V. MOLFINO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1360</u>	PERUTRANS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1469</u>	LUIS BETETA S.A. AG. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>1487</u>	LAVALLE SUITO DESPACHADORES AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1513</u>	ALFONSO SEBASTIANI S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1540</u>	INVERSIONES ADUANERAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1603</u>	LORET DE MOLA S.A. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>1612</u>	HECTOR GONZALES SANDI AG. AF. DE AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1630</u>	IGLESIA EVANGELICA JESUS TE LLAMA	LIMA METROPOLITANA
<u>1676</u>	HUGO IGNACIO GADEA VILLAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1711</u>	GRUPO ADUANERO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1720</u>	BENJAMIN ZEVALLOS-ORTIZ DRAGO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1757</u>	FERNANDO GUTIERREZ T.E HIJOS S.R.L	LIMA METROPOLITANA
<u>1784</u>	CORPORACION LOGISTICA LAS AMERICAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1810</u>	GAMA ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1856</u>	R & R S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1874</u>	NEW WORLD ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1892</u>	FAZIO ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1900</u>	AGENCIA DE ADUANA RABANAL S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>1937</u>	JAIME RAMIREZ MC CUBBIN S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>1946</u>	JULIO ABAD S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>1973</u>	OPERACIONES Y TRAMITES ADUANEROS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2017</u>	MIRAFLORES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2071</u>	CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>2125</u>	NAVASA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2134</u>	IGLESIA ALIANZA CRISTIANA Y MISIONERA DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>2206</u>	AGLOPER S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2224</u>	SAVAR AGENTES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2242</u>	DESPACHOS SANDEX S. A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2288</u>	ENLACE	LIMA METROPOLITANA
<u>2332</u>	IMEX S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2350</u>	CATERIANO JOSE S.C.R.LTDA.	LIMA METROPOLITANA
<u>2378</u>	ADUATEC S.R.LTDA.	LIMA METROPOLITANA
<u>2404</u>	DESPACHOS ADUANALES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2413</u>	R. MUELLE S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2440</u>	CONSEJO NACIONAL DE INTELIGENCIA	LIMA METROPOLITANA
<u>2486</u>	D'ALFONSO DE ZOPPI GIOVANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2512</u>	AGENTES PROFESIONALES DE ADUANAS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2549</u>	MUNDO ADUANERO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2567</u>	COMUNIDAD CRISTIANA "CRISTO VIVE"	LIMA METROPOLITANA
<u>2576</u>	SEDASA AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2585</u>	BUSTAMANTE RODOLFO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2684</u>	ADUANDINA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2701</u>	ISLAY S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2738</u>	GUZMAN DE CASTILLO ALICIA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2819</u>	GEMINIS ADUANAS S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>2828</u>	JOSE ALFONSO SILVA LOPEZ S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2864</u>	SANTA MAGDALENA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>2918</u>	JOSE GARCIA DIAZ	LIMA METROPOLITANA
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2945</u>	LIMA SERVICIOS ADUANEROS S.A. ( SALIMA S.A.)	LIMA METROPOLITANA
<u>2959</u>	HANDELZOLL S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2972</u>	RAMSEY S.A. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>2977</u>	QUELOPANA & CABALLERO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2981</u>	AEROADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>2995</u>	SEACER S.R.L. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3011</u>	AGENCIA DE ADUANA VENECIA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3020</u>	SOCIOS EN SALUD-SUCURSAL EN PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>3039</u>	AGENTES CORPORATIVOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3048</u>	IGLESIA PRESBITERIANA DE JESUCRISTO EN EL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>3057</u>	M.C. LORET DE MOLA AGENCIA DE AD. S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3066</u>	MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS	LIMA METROPOLITANA
<u>3075</u>	KN PERU ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3084</u>	Q.MAR S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3093</u>	BROKERS ADUANEROS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA



Código	Nombre	Jurisdicción
<u>3110</u>	EFRINSA AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3115</u>	CONTRALORIA GENERAL DE LA REP.	LIMA METROPOLITANA
<u>3129</u>	MINISTERIO INTERNACIONAL DE DESARROLLO	LIMA METROPOLITANA
<u>3138</u>	A.J. AGENTES DE ADUANAS S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>3147</u>	SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3156</u>	ADUANAS Y COMERCIO S.A.C. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3165</u>	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A .C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3174</u>	GEP S.A. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3183</u>	A & G AGENTES DE ADUANAS SAC	LIMA METROPOLITANA
<u>3192</u>	NEW CUSTOMS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3200</u>	CONSORCIO ADUANERO TORRES S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	LIMA METROPOLITANA
<u>3232</u>	SOCIEDAD VALDERRAMA S.A.C. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>3359</u>	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y REPARTICIONES	LIMA METROPOLITANA
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	LIMA METROPOLITANA
<u>3476</u>	C.D.D.C.TECNICOS ADUANEROS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3494</u>	GUILLERMO MAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3511</u>	BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERU - M.E.F.	LIMA METROPOLITANA
<u>3539</u>	DIR.GRAL. ADM Y ABASTECIMIENTO M.E.F.	LIMA METROPOLITANA
<u>3548</u>	SUPERINTENDENCIA NACIONAL ADUANAS	LIMA METROPOLITANA
<u>3638</u>	JUAN URBANO ALANIA ARIAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3656</u>	CORPORACION LA NOIRE S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>3665</u>	SCANADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	LIMA METROPOLITANA
<u>3737</u>	MINISTERIO DE EDUCACION - OF. GRAL DE ADM.	LIMA METROPOLITANA
<u>3782</u>	UNIV.PERUANA CAYETANO HEREDIA M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>3827</u>	UNIV. NAC. AGRARIA LA MOLINA M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>3836</u>	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS	LIMA METROPOLITANA
<u>3854</u>	UNIV. NAC. DE INGENIERIA M.E.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>3953</u>	ASAMBLEA NACIONAL DE RECTORES - M.E.	LIMA METROPOLITANA
<u>4051</u>	ELECTRO PERU S. A. M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4079</u>	INSTITUTO GEOFISICO DEL PERU M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4088</u>	INSTITUTO PERUANO DE ENERGIA NUCLEAR - IPEN	LIMA METROPOLITANA
<u>4178</u>	CENTROMIN PERU M.E.M.	LIMA METROPOLITANA
<u>4222</u>	EJERCITO PERUANO SERV.TRANSF.DEL EJERC. M.G.	LIMA METROPOLITANA
<u>4231</u>	INDUMIL-PERU MINIST. DE DEFENSA	LIMA METROPOLITANA
<u>4295</u>	METROPOLITANA ADUANERA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>4321</u>	EMP.SIDERURGICA DEL PERU MICTI	LIMA METROPOLITANA
<u>4349</u>	EMP.NAC.DEL TABACO (ENATA S.A.) M.I.T.	LIMA METROPOLITANA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>4466</u>	MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA	LIMA METROPOLITANA
<u>4501</u>	MIN. INTERIOR OFIC. GRAL. DE ADMIN.	LIMA METROPOLITANA
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	LIMA METROPOLITANA
<u>4556</u>	CONSEJO PROVINCIAL DE LIMA - MINIS.DEL INT.	LIMA METROPOLITANA
<u>4727</u>	INST.NAC.DE DEFENSA CIVIL- MINIS.DE DEFENSA	LIMA METROPOLITANA
<u>4808</u>	LUMEN S.A.C AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>4817</u>	DIREC. DE ABASTECIMIENTO - MINIS. DE MARINA	LIMA METROPOLITANA
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	LIMA METROPOLITANA
<u>4853</u>	TRAMITES ADUANEROS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>4998</u>	CENTROMAR S.A. AG. DE AD.	LIMA METROPOLITANA
<u>5041</u>	JOSE RUIZ GONZALES	LIMA METROPOLITANA
<u>5069</u>	FONDO NACIONAL DE DESARROLLO PESQUERO	LIMA METROPOLITANA
<u>5078</u>	PROCESADORA DE PRODUCTOS MARINOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5087</u>	EDUARDO AGUIRRE FORTUNIC	LIMA METROPOLITANA
<u>5140</u>	MINISTERIO DE SALUD DIREC.GRAL.DE ADM.SEDE CENTRAL	LIMA METROPOLITANA
<u>5195</u>	INSTITUTO NACIONAL DE SALUD- MINIS.DE SALUD	LIMA METROPOLITANA
<u>5249</u>	J.A. INTERNATIONAL S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5285</u>	DESPACHADORA QUIROZ S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5311</u>	ORGANIZACION PERUANA PARA LA PREVENCION DE LA CEGUERA	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>5339</u>	WESTFALIA KINDERDORF	LIMA METROPOLITANA
<u>5375</u>	SEGURO SOCIAL DE SALUD	LIMA METROPOLITANA
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	LIMA METROPOLITANA
<u>5393</u>	ASOCIACION DE LOS TESTIGOS DE JEHOVA	LIMA METROPOLITANA
<u>5401</u>	ARZOBISPADO DE LIMA	LIMA METROPOLITANA
<u>5438</u>	INCA FRUT S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5447</u>	HILADOS & PEINADOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5465</u>	OLIMPUS TRADING CO. S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5500</u>	SERVICIOS MECANICOS ESPECIALES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5519</u>	ENAFER PERU EMP.NAC.DE FERROCA.- M.T.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>5546</u>	DIREC.ABAST.Y SERV.AUXILIARES- M.T.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>5582</u>	CORPAC MINIST.DE TRANSPORTES	LIMA METROPOLITANA
<u>5636</u>	UNIVERSO S.A.C. AGENTE DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>5645</u>	FISCALIA DE LA NACION	LIMA METROPOLITANA
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>5681</u>	ADUAMERICA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5690</u>	AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5708</u>	DOGANA S.A. AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS	LIMA METROPOLITANA
<u>5744</u>	SERV.DE AGUA POTAB.Y ALC.LIMA SERV.DE AGUA POTAB.Y ALC	LIMA METROPOLITANA
<u>5780</u>	AUT.AUT.DEL PROY.ESP.SIST.ELECT.MIN.DE LA PRESIDENCIA	LIMA METROPOLITANA
<u>5870</u>	EL PACIFICO AGENCIA DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	LIMA METROPOLITANA
<u>6013</u>	SENADO DE LA REPUBLICA	LIMA METROPOLITANA
<u>6158</u>	AG. DE ADUANA MACROMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6185</u>	CALINOVA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	LIMA METROPOLITANA
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6310</u>	W. MERCHOR S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>6329</u>	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>6356</u>	SALINAS & CASARETTO AG. ASOC. DE AD. S.A.	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>6365</u>	URPHY S.A. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>6400</u>	TECNOLOGIA EN SERVICIOS AGENTES DE ADUANA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6437</u>	ADUANERA CAPRICORNIO S.A. AGENTES DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>6482</u>	AGENCIA DE ADUANA ANTANA SOCIEDAD ANONIMA	LIMA METROPOLITANA
<u>6699</u>	AGENCIA DE ADUANAS J Y N ASOCIADOS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6806</u>	REFINERIA DE CAJAMARQUILLA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6815</u>	SERVICIOS AERO MARITIMOS SOCIEDAD ANONIMA	LIMA METROPOLITANA
<u>6833</u>	MARIGMAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	LIMA METROPOLITANA
<u>6914</u>	TRABAJOS ADUANEROS SOCIEDAD ANONIMA TRADSA	LIMA METROPOLITANA
<u>6923</u>	JOSE ANTONIO LA NOIRE URQUIZO	LIMA METROPOLITANA
<u>6932</u>	AGENCIA DE ADUANA ATLANTA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>6941</u>	IKE S.A AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>7003</u>	DESPACHADORA PISCO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>7030</u>	STAR 10 SOCIEDAD ANONIMA - STAR 10 S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>7067</u>	ORBIS AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>7076</u>	EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL SEDAQOSQO	LIMA METROPOLITANA
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>7661</u>	BUENA VISTA S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8129</u>	LIBRERIA SAN CRISTOBAL S.R.L.	LIMA METROPOLITANA
<u>8183</u>	PRODUCTOS PAUTA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8200</u>	AGENCIA DE ADUANA OCEANO ANTARTICO S.A	LIMA METROPOLITANA
<u>8237</u>	PIRAMIDE AGENCIA DE ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8246</u>	AGENCIA DE ADUANA SAN BORJA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8255</u>	KINTETSU ADUANAS S.A. (KWE)	LIMA METROPOLITANA
<u>8264</u>	GEDEONES INTERNACIONALES DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8282</u>	OBISPADO DEL CALLAO	LIMA METROPOLITANA
<u>8336</u>	ARZOBISPADO DEL CUSCO	LIMA METROPOLITANA
<u>8345</u>	PROVINCIA FRANCISCANA DE LOS DOCE APOSTOLES	LIMA METROPOLITANA
<u>8354</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CUTERVO	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>8363</u>	INSTITUTO GEOLOGICO MINERO Y METALURGICO INGEMMET	LIMA METROPOLITANA
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	LIMA METROPOLITANA
<u>8435</u>	MISION LUTERANA DE NORUEGA	LIMA METROPOLITANA
<u>8444</u>	AGENCIA DE ADUANA LAMA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>8462</u>	UNIVERSIDAD NAC. JORGE BASADRE GROHMAN	LIMA METROPOLITANA
<u>8471</u>	HOGAR CLINICA SAN JUAN DE DIOS	LIMA METROPOLITANA
<u>8480</u>	MEDICOS SIN FRONTERAS/HOLANDA (PERU)	LIMA METROPOLITANA
<u>8499</u>	DENTAL HEALTH ASSISTANCE PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8516</u>	COMUNIDAD CRISTIANA CUERPO DE CRISTO	LIMA METROPOLITANA
<u>8525</u>	ASOCIACION DE MUJERES EVANGELICAS HEFZI-BA	LIMA METROPOLITANA
<u>8534</u>	ASOCIACION UNION PERUANA DE LA IGLESIA ADVENT.DE 7MO DIA	LIMA METROPOLITANA
<u>8543</u>	ASOCIACION MOVIMIENTO SIERVOS DE LOS POBRES DE 3ER MUNDO	LIMA METROPOLITANA
<u>8552</u>	ASOCIACION CRISTIANA EVANGELICA PARA EL DESARROLLO"ACED"	LIMA METROPOLITANA
<u>8570</u>	CASA MILI.DEL PRESID. DE LA REPUBLICA Y/O DESP.PRESID.	LIMA METROPOLITANA
<u>8589</u>	COMUNION,PROMOCION,DESARROLLO Y LIBERACION (COPRODELI)	LIMA METROPOLITANA
<u>8606</u>	P.A.I.S. PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8615</u>	SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA	LIMA METROPOLITANA
<u>8633</u>	FUNDACION CUNA NAZARETH	LIMA METROPOLITANA
<u>8642</u>	COMITE CIVICO DE APOYO Y DESARROLLO DE PIMENTEL	LIMA METROPOLITANA
<u>8660</u>	ASOCIACION BUENAS NUEVAS	LIMA METROPOLITANA
<u>8679</u>	CENTRO VICTORIA DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>8688</u>	ASOCIACION DE DIABETICOS	LIMA METROPOLITANA
<u>8697</u>	IGLESIA EVANGELICA PENTECOSTAL	LIMA METROPOLITANA
<u>8804</u>	MINISTERIOS NIYOS PARA CRISTO	LIMA METROPOLITANA
<u>9001</u>	CENT. DE PASTORAL SOC.JUAN PABLO II	LIMA METROPOLITANA
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>9038</u>	OBRA FILANTROFICA Y ASISTENCIA SOCIAL ADVENTISTA	LIMA METROPOLITANA
<u>9047</u>	CONCILIO NACIONAL EVANGELICO DEL PERU	LIMA METROPOLITANA
<u>9074</u>	INSTITUTO PERUANO DE PATERNIDAD RESPONSABLE	LIMA METROPOLITANA
<u>9083</u>	INSTITUTO DE INVESTIGACION NUTRICIONAL	LIMA METROPOLITANA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>9092</u>	AG. DE ADUANA PONCE S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9100</u>	CENTRO CULTURAL MISIONERO PALABRA DE VIDA	LIMA METROPOLITANA
<u>9173</u>	VICARIATO APOSTOLICO SAN FRANCISCO JAVIER	LIMA METROPOLITANA
<u>9209</u>	CONGREGACION DE MISIONEROS DEL SAGRADO CORAZON DE JESUS	LIMA METROPOLITANA
<u>9245</u>	DESPACHOS ADUANEROS UNIVERSO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9344</u>	PANALPINA ADUANAS S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9353</u>	NORCAM S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9371</u>	ASOCIACION DE LA CRUZ ROJA	LIMA METROPOLITANA
<u>9407</u>	ASOCIACION MISION CRISTIANA CAMINO DE VIDA	LIMA METROPOLITANA
<u>9416</u>	CIENCIA INTERNACIONAL	LIMA METROPOLITANA
<u>9597</u>	ASOCIACION BENEFICA REMAR REHABILITACION DE MARGINADOS	LIMA METROPOLITANA
<u>9605</u>	LITORAL PACIFICO S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9696</u>	ALFA AGENCIA DE ADUANA S.A.C	LIMA METROPOLITANA
<u>9704</u>	UNIVERSIDAD PERUANA UNION	LIMA METROPOLITANA
<u>9740</u>	ESMES S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9803</u>	CASOR ADUANEROS S.A.C.	LIMA METROPOLITANA
<u>9812</u>	POST MAR S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9830</u>	CONTACTO ADUANERO S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	LIMA METROPOLITANA
<u>9911</u>	FRANCISCO PICCO VIEIRA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9948</u>	SERVICIOS INTERNACIONALES ZETA S.A.	LIMA METROPOLITANA
<u>9993</u>	EMBAJADA / DIPLOMATICO	LIMA METROPOLITANA
<u>78</u>	YAUERICOCHA S.A. AGENCIA DE ADUANA	MARITIMA DEL CALLAO
<u>393</u>	AMERICAN FOOD S.A.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>492</u>	ASOCIACION ANAWIN	MARITIMA DEL CALLAO
<u>528</u>	AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3147</u>	SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3156</u>	ADUANAS Y COMERCIO S.A.C. AGENTES DE ADUANA	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3165</u>	AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A .C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3174</u>	GEP S.A. AGENCIA DE ADUANA	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3183</u>	A & G AGENTES DE ADUANAS SAC	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3192</u>	NEW CUSTOMS S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>3200</u>	CONSORCIO ADUANERO TORRES S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO
<u>14</u>	DHL ADUANAS S.A.C.	MOLLEND - MATARANI
<u>50</u>	ENLACE ADUANERO S.A.C.	MOLLEND - MATARANI
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	MOLLEND - MATARANI

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>96</u>	J.J & D, AGENTES DE ADUANA S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	MOLLEND - MATARANI
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	MOLLEND - MATARANI
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>2986</u>	ALEJANDRO ZAVALA S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	MOLLEND - MATARANI
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	MOLLEND - MATARANI
<u>3638</u>	JUAN URBANO ALANIA ARIAS S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	MOLLEND - MATARANI
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	MOLLEND - MATARANI
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>5195</u>	INSTITUTO NACIONAL DE SALUD- MINIS.DE SALUD	MOLLEND - MATARANI
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	MOLLEND - MATARANI
<u>5519</u>	ENAFER PERU EMP.NAC.DE FERROCA.- M.T.C.	MOLLEND - MATARANI
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	MOLLEND - MATARANI
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	MOLLEND - MATARANI
<u>6833</u>	MARIGMAR S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	MOLLEND - MATARANI
<u>7076</u>	EMPRESA PUBLICA MUNICIPAL SEDAQOSQO	MOLLEND - MATARANI
<u>7229</u>	ENRIQUE AMPUERO S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>7283</u>	SOTO ZEGARRA AURELIO LUIS	MOLLEND - MATARANI
<u>7337</u>	DESPACHADORES DE ADUANA MATARANI S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	MOLLEND - MATARANI
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	MOLLEND - MATARANI
<u>8435</u>	MISION LUTERANA DE NORUEGA	MOLLEND - MATARANI
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	MOLLEND - MATARANI
<u>9038</u>	OBRA FILANTROFICA Y ASISTENCIA SOCIAL ADVENTISTA	MOLLEND - MATARANI

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>9830</u>	CONTACTO ADUANERO S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	MOLLENDON - MATARANI
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PACASMAYO
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	PAITA
<u>357</u>	ASUNTOS ADUANEROS TRAMEXIM S.A.	PAITA
<u>659</u>	INTERAMERICAN SERVICE CO. S.A.	PAITA
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	PAITA
<u>1694</u>	TECNIADUANA S.A.C.	PAITA
<u>2017</u>	MIRAFLORES S.A.	PAITA
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE ADUANA	PAITA
<u>2071</u>	CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A	PAITA
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	PAITA
<u>2576</u>	SEDASA AGENTES DE ADUANA S.A.C.	PAITA
<u>2819</u>	GEMINIS ADUANAS S.A	PAITA
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPIYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	PAITA
<u>3057</u>	M.C. LORET DE MOLA AGENCIA DE AD. S.A.C.	PAITA
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	PAITA
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	PAITA
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	PAITA
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	PAITA
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	PAITA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PAITA
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	PAITA
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	PAITA
<u>5663</u>	CUERPO GENERAL DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DEL PERU	PAITA
<u>5690</u>	AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.	PAITA
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	PAITA
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	PAITA
<u>6158</u>	AG. DE ADUANA MACROMAR S.A.	PAITA
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	PAITA
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	PAITA
<u>6329</u>	AGENCIA DE ADUANA SANTA ISABEL S.A.C.	PAITA
<u>7454</u>	TECNOSUR S.A.	PAITA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	PAITA



Código	Nombre	Jurisdicción
<b>8372</b>	<b>MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE</b>	<b>PAITA</b>
<b>8615</b>	<b>SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA</b>	<b>PAITA</b>
<b>9029</b>	<b>CARITAS DEL PERU</b>	<b>PAITA</b>
<b>9830</b>	<b>CONTACTO ADUANERO S.A.C. AGENCIA DE ADUANA</b>	<b>PAITA</b>
<b>14</b>	<b>DHL ADUANAS S.A.C.</b>	<b>PISCO</b>
<b>91</b>	<b>AGENCIAS RANSA S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>546</b>	<b>CLI ADUANAS S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>555</b>	<b>ARTEAGA AGENTES DE ADUANA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA</b>	<b>PISCO</b>
<b>1694</b>	<b>TECNIADUANA S.A.C.</b>	<b>PISCO</b>
<b>2071</b>	<b>CONSORCIO ADUANERO SAN REMO S.A</b>	<b>PISCO</b>
<b>2143</b>	<b>TRANSOCEANIC S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>3057</b>	<b>M.C. LORET DE MOLA AGENCIA DE AD. S.A.C.</b>	<b>PISCO</b>
<b>3151</b>	<b>SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>4385</b>	<b>ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>4998</b>	<b>CENTROMAR S.A. AG. DE AD.</b>	<b>PISCO</b>
<b>5384</b>	<b>CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.</b>	<b>PISCO</b>
<b>5690</b>	<b>AGENTES DE ADUANA SAN NICOLAS S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>5942</b>	<b>AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>5997</b>	<b>ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD</b>	<b>PISCO</b>
<b>6482</b>	<b>AGENCIA DE ADUANA ANTANA SOCIEDAD ANONIMA</b>	<b>PISCO</b>
<b>6806</b>	<b>REFINERIA DE CAJAMARQUILLA S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>6905</b>	<b>REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"</b>	<b>PISCO</b>
<b>7003</b>	<b>DESPACHADORA PISCO S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>9029</b>	<b>CARITAS DEL PERU</b>	<b>PISCO</b>
<b>9812</b>	<b>POST MAR S.A.</b>	<b>PISCO</b>
<b>492</b>	<b>ASOCIACION ANAWIN</b>	<b>POSTAL DE LIMA</b>
<b>528</b>	<b>AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C</b>	<b>POSTAL DE LIMA</b>
<b>3147</b>	<b>SAN REMO OPERADOR LOGISTICO S.A.C.</b>	<b>POSTAL DE LIMA</b>
<b>3156</b>	<b>ADUANAS Y COMERCIO S.A.C. AGENTES DE ADUANA</b>	<b>POSTAL DE LIMA</b>
<b>3165</b>	<b>AGENCIA AFIANZADA DE ADUANA J. K.M. S.A .C.</b>	<b>POSTAL DE LIMA</b>
<b>3174</b>	<b>GEP S.A. AGENCIA DE ADUANA</b>	<b>POSTAL DE LIMA</b>
<b>3183</b>	<b>A &amp; G AGENTES DE ADUANAS SAC</b>	<b>POSTAL DE LIMA</b>

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>3192</u>	NEW CUSTOMS S.A.C.	POSTAL DE LIMA
<u>3200</u>	CONSORCIO ADUANERO TORRES S.A.C.	POSTAL DE LIMA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	POSTAL DE LIMA
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	POSTAL DE LIMA
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	PUCALLPA
<u>3214</u>	SERV. DE ABASTECIMIENTO TECNICO - F.A.P.	PUCALLPA
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	PUCALLPA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUCALLPA
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	PUCALLPA
<u>5375</u>	SEGURO SOCIAL DE SALUD	PUCALLPA
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	PUCALLPA
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	PUCALLPA
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	PUCALLPA
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	PUCALLPA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUERTO MALDONADO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUERTO MALDONADO
<u>7661</u>	BUENA VISTA S.A.C. AGENCIA DE ADUANA	PUERTO MALDONADO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUESTO DE CONTROL DE TARAPOTO
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>573</u>	ZAVALA HERMANOS AGENTES DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>1063</u>	AGENCIA DE ADUANA TRANSCONTINENTAL S.A.	PUNO
<u>2986</u>	ALEJANDRO ZAVALA S.A.	PUNO
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	PUNO
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	PUNO
<u>4349</u>	EMP.NAC.DEL TABACO (ENATA S.A.) M.I.T.	PUNO
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	PUNO
<u>4835</u>	SERV.IND.DE LA MARINA S.A.SIMA-PERU MIN. DE DEFENSA	PUNO
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	PUNO

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>5519</u>	ENAFER PERU EMP.NAC.DE FERROCA.- M.T.C.	PUNO
<u>5924</u>	AGENCIA DE ADUANA INTERAMERICANA S.A.	PUNO
<u>5933</u>	MERCURIO SERVICIOS ADUANEROS S.R.L.	PUNO
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	PUNO
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	PUNO
<u>7634</u>	SERVICIOS ADUANEROS ANDINA INTERNACIONAL S.R.L.	PUNO
<u>8318</u>	YUGANSKNEFTEGAS S.A.	PUNO
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	PUNO
<u>69</u>	TRANSEL AGENCIA DE ADUANA S.A.	SALAVERRY
<u>91</u>	AGENCIAS RANSA S.A.	SALAVERRY
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	SALAVERRY
<u>2062</u>	FLORES & ASOCIADOS S.A. AGENCIA DE zADUANA	SALAVERRY
<u>2143</u>	TRANSOCEANIC S.A.	SALAVERRY
<u>2931</u>	EMPRESA ADUANERA OLIMPIYA S.A.C. AGENTE DE ADUANA	SALAVERRY
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	SALAVERRY
<u>3458</u>	PROGRAMA NACIONAL DE ASISTENCIA ALIMENTARIA - PRONAA	SALAVERRY
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	SALAVERRY
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	SALAVERRY
<u>5140</u>	MINISTERIO DE SALUD DIREC.GRAL.DE ADM.SEDE CENTRAL	SALAVERRY
<u>5195</u>	INSTITUTO NACIONAL DE SALUD- MINIS.DE SALUD	SALAVERRY
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	SALAVERRY
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	SALAVERRY
<u>5997</u>	ASOC.PRIV.D.CARAC.ASIST.Y AUX.PRISMA MINISTERIO DE SALUD	SALAVERRY
<u>6545</u>	DESPACHOS ADUANEROS TRUJILLO S.A.	SALAVERRY
<u>6554</u>	SERVICIOS ADUANEROS SALAVERRY S.A.	SALAVERRY
<u>6905</u>	REFINERIA LA PAMPILLA S.A. "RELAPASA"	SALAVERRY
<u>8372</u>	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE FERREÑAFE	SALAVERRY
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	SALAVERRY
<u>9038</u>	OBRA FILANTROFICA Y ASISTENCIA SOCIAL ADVENTISTA	SALAVERRY
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	SAN JUAN

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>131</u>	GERONA AGENTE DE ADUANAS S.A.	SEDE CENTRAL
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	SEDE CENTRAL
<u>9344</u>	PANALPINA ADUANAS S.A.	SEDE CENTRAL
<u>FISC</u>	Registro de Control del Sist. de Fiscalizaci?n	SEDE CENTRAL
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	SULLANA
<u>50</u>	ENLACE ADUANERO S.A.C.	TACNA
<u>96</u>	J.J & D, AGENTES DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>212</u>	ASOCIACION MISIONERA PERUANO KOREANO	TACNA
<u>258</u>	DANIEL ALVARADO AGENTE DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>294</u>	SCHARFF AGENTES AFIANZADOS DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>348</u>	JOSMAR AGENTES DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>483</u>	MARIÑO HNOS. SOCIEDAD ANONIMA AGENTE DE ADUANAS	TACNA
<u>528</u>	AGENTES TECNIFICADOS ADUANEROS S.A.C	TACNA
<u>1360</u>	PERUTRANS S.A.C.	TACNA
<u>1810</u>	GAMA ADUANAS S.A.C.	TACNA
<u>2404</u>	DESPACHOS ADUANALES S.A.	TACNA
<u>2945</u>	LIMA SERVICIOS ADUANEROS S.A. (SALIMA S.A.)	TACNA
<u>2972</u>	RAMSEY S.A. AGENTES DE ADUANA	TACNA
<u>3101</u>	THORI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	TACNA
<u>3151</u>	SOCIEDAD ADUANERA DEL CALLAO S.A.	TACNA
<u>3476</u>	C.D.D.C.TECNICOS ADUANEROS S.A.	TACNA
<u>3809</u>	UNIV. NAC. SAN AGUSTIN M.E.	TACNA
<u>4051</u>	ELECTRO PERU S. A. M.E.M.	TACNA
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	TACNA
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	TACNA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	TACNA
<u>5069</u>	FONDO NACIONAL DE DESARROLLO PESQUERO	TACNA
<u>5384</u>	CARE COOP. AMERIC. REM AL EXT.	TACNA
<u>5393</u>	ASOCIACION DE LOS TESTIGOS DE JEHOVA	TACNA
<u>5681</u>	ADUAMERICA S.A.	TACNA
<u>5942</u>	AGENCIA DE ADUANA ULTRAMAR S.A.	TACNA
<u>6932</u>	AGENCIA DE ADUANA ATLANTA S.A.	TACNA
<u>7283</u>	SOTO ZEGARRA AURELIO LUIS	TACNA
<u>7689</u>	DESPACHOS ADUANEROS ARUNTA S.A. "D.A.A.S.A."	TACNA

Código	Nombre	Jurisdicción
<u>7779</u>	GESTIONES ADUANERAS TACNA SOCIEDAD ANONIMA - GATSA	TACNA
<u>8462</u>	UNIVERSIDAD NAC. JORGE BASADRE GROHMAN	TACNA
<u>8516</u>	COMUNIDAD CRISTIANA CUERPO DE CRISTO	TACNA
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	TACNA
<u>9597</u>	ASOCIACION BENEFICA REMAR REHABILITACION DE MARGINADOS	TACNA
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	TALARA
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	TALARA
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	TALARA
<u>4529</u>	MINISTERIO DEL INTERIOR POLICIA NACIONAL	TARAPOTO
<u>7814</u>	CESAR ANIBAL PEREZ BARTRA S.A.	TARAPOTO
<u>7823</u>	VENEGAS S.A.	TARAPOTO
<u>1108</u>	COSMOS CALLAO S.A.	TUMBES
<u>3692</u>	JENNIE ZOILA VASQUEZ TORRES	TUMBES
<u>4060</u>	PETROPERU- PETROLEOS DEL PERU - M.E.M.	TUMBES
<u>4303</u>	BEAGLE AGENTES DE ADUANA S.A.	TUMBES
<u>4385</u>	ENCI EMP.NAC.DE COMERC.DE INSUMOS M.A.	TUMBES
<u>5393</u>	ASOCIACION DE LOS TESTIGOS DE JEHOVA	TUMBES
<u>6158</u>	AG. DE ADUANA MACROMAR S.A.	TUMBES
<u>6248</u>	MOLERO E HIJO S.C.R.LTDA.	TUMBES
<u>6301</u>	OLIMPEX AGENCIA DE ADUANA S.A.	TUMBES
<u>7715</u>	DESPACHADORA UCAYALI AGENTES DE ADUANA S.A.C.	TUMBES
<u>8615</u>	SOROPTIMIST INTERNACIONAL DE CAJAMARCA	TUMBES
<u>9029</u>	CARITAS DEL PERU	TUMBES
<u>9605</u>	LITORAL PACIFICO S.A.	TUMBES

Fuente: ADUANAS

Elaboración: GRUPO CONSULTOR

**Anexo 20: Depósitos aduaneros autorizados, 2003.**

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
MOLITALIA	MOLINO ITALIA S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. VENEZUELA 2850 LIMA 1	3365234 5641889
UNIVERSAL MARIT	UNIVERSAL MARITIMA S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. MIGUEL GRAU 1406 BELLAVISTA	4655136 4653628
LICSA	LOGISTICA INTEGRAL CALLAO S.A.	AEREA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA N° 983-CALLAO	4295122 4654484
SAKJ DEPOT S.A.	SAKJ DEPOT S.A.C.	AEREA DEL CALLAO	CALLE LOS HEROS 248 – BELLAVISTA - CALLAO	5621225
GLORIA S.A	GLORIA S.A.	AREQUIPA	GRAL DIEZ CANSECO 527 AREQUIPA	0212525 0218850
DEPOVENT S.A.	DEPOSITOS Y VENTAS S.A.	LIMA METROPOLITAN A	V.A. BELAUNDE N° 901 CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO	4524345 4517949
ALMAPERU	ALMACENERA DEL PERU S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. ARGENTINA N° 1784/1846 - CALLAO	4299273 4299272
DEPOSITOS S.A.	DEPOSITOS S. A.	LIMA METROPOLITAN A	GASPAR HERNANDEZ 700 (CDRA 12 AV. ARGENTINA)	3301004 - 3301005
ALPASA	ALMACENERA PANAMERICANA S.A.	LIMA METROPOLITAN A	JR. GASPAR HERNANDEZ N°700 - LIMA	4854000 - 4851455
RANSA	RANSA COMERCIAL S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. ARGENTINA 2833	4201800 - 4201844
CASA	COMPAÑIA ALMACENERA S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. ARGENTINA N° 2833 CALLAO	4655220 - 4201800
ALMACONTI	ALMACENERA CONTINENTAL S.A.	LIMA METROPOLITAN A	AV. REP. DE PANAMA N° 3065 LOCAL 27 C. C. CONTINENTAL	5776897 - 5776906
ALPECO	ALMACENERA PERUANA DE COMERCIO S.A.	LIMA METROPOLITAN A	CALLE "A" N° 391 URB. INDUST. BOCANEGRA	5741604 - 5741532

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
			<b>CALLAO</b>	
<b>SANDOVAL</b>	<b>SANDOVAL S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. A. BERTELLO N° 551 URB. IND. BOCANEGRA CALLAO</b>	<b>4840340 - 5742278</b>
<b>EFE</b>	<b>DEPOSITOS EFE S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. INDUSTRIAL N° 508</b>	<b>4517692 - 3367070</b>
<b>ALDESA</b>	<b>ALMACENES DE DEPOSITO S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. DOS DE MAYO N° 647</b>	<b>4297641 - 4297964</b>
<b>CONDESA</b>	<b>CONSORCIO DE DEPOSITOS S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. ARGENTINA 2374 CALLAO</b>	<b>4862271 - 4860011</b>
<b>ALBOSA</b>	<b>ALMACENES BOCANEGRA S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>CALLE 1 N° 383 - URB. BOCANEGRA - CALLAO</b>	<b>5742293 - 5742295</b>
<b>CONCHAN</b>	<b>DEPOSITO ADUANERO CONCHAN S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>CARR. PANAMERICANA SUR KM. 24.5 VILLA EL SALVADOR</b>	<b>670679 - 670766</b>
<b>UNITRADE</b>	<b>UNITRADE S.A.C</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. NESTOR GAMBETA N° 8651 CALLAO</b>	<b>5770038 5771151</b>
<b>LOS FRUTALES</b>	<b>LOS FRUTALES S.A. DEPOSITO DE ADUANAS</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. LOS FRUTALES N° 333 - ATE VITARTE</b>	<b>4365212 4375844</b>
<b>ALTAMAR</b>	<b>ALMACENERA ALTAMAR S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. NESTOR GAMBETA N° 356 CALLAO</b>	<b>291631 656132</b>
<b>ALMUSA</b>	<b>ALMACENES MUNDO S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. VENEZUELA N° 1700-1770 LA PERLA</b>	<b>4530119 4980030</b>
<b>ALMACENES UNIVE</b>	<b>ALMACENES UNIVERSO S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>AV. TOMAS VALLE 4330 FUNDO BOCANEGRA CALLAO</b>	<b>4298848 4295996</b>
<b>MALTERIA LIMA</b>	<b>MALTERIA LIMA S.A.</b>	<b>LIMA METROPOLITANA</b>	<b>SEVILLA N° 244 MIRAFLORES</b>	<b>2212650 4403761</b>

Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
NEPTUNIA S.A.	NEPTUNIA S.A.	LIMA METROPOLITANA	AV. ARGENTINA 2085 CALLAO	4292065 4292461
IMUDESA	INVERSIONES MARITIMAS UNIVERSALES DEPOSITOS S.A.	LIMA METROPOLITANA	AV. NESTOR GAMBETA N° 5502 CALLAO	5740274 5770278
ALMACORSA	ALMACENES CORPORATIVOS	LIMA METROPOLITANA	AV. BOCANEGRA 395 INT. A CALLAO	5742319 5743094
ALM.TECNIADUANA	TLI ALMACENES S.A.C	LIMA METROPOLITANA	AV. GUARDIA CHALACA 1802 ,BELLAVISTA,CALLAO	4537009
ALSA	ALMACENES Y LOGISTICA S.A.	LIMA METROPOLITANA	AV. NESTOR GAMBETA KM. 5 CALLAO	5771188 5771194
.	LOGISTICA DEL PACIFICO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	LIMA METROPOLITANA	AV. NICOLAS AYLLON N° 2314 URB. STA ANGELICA ATE	3267080 3267088
TRANSCONT PERU	CORP. TRANSCONTINENTAL DEL PERU S.A.C	LIMA METROPOLITANA	CALLE UNO MZ. B LOTE 2 URB.INDUSTRIAL BOCANEGRA-CA	5747474 5747493
MOLITALIA	MOLINO ITALIA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. VENEZUELA 2850 LIMA 1	5640408 5641889
TRALSA	TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO DE LIQUIDOS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA 8651 - CALLAO	5770038 5772189
UNIVERSAL MARIT	UNIVERSAL MARITIMA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. MIGUEL GRAU 1406 BELLAVISTA	4655136 4653628
VOPAK SERLIPSA	VOPAK SERLIPSA S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV.NESTOR GAMBETA 1265 - CALLAO	4299030 4651345
LICSA	LOGISTICA INTEGRAL CALLAO S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	AV. NESTOR GAMBETTA N° 983-CALLAO	4295122 4654484
SAKJ DEPOT S.A.	SAKJ DEPOT S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO	CALLE LOS HEROS 248 - BELLAVISTA - CALLAO	5621225
GLORIA S.A	GLORIA S.A.	MOLLENDO - MATARANI	GRAL DIEZ CANSECO 527 AREQUIPA	0212525 0218850
TISUR S.A.	TERMINAL INTERNACIONAL	MOLLENDO - MATARANI	***	0557044



Nombre	Razón Social	Jurisdicción	Oficina	Teléfono
	<b>DEL SUR S.A.</b>			
<b>ALMAPERU</b>	<b>ALMACENERA DEL PERU S A</b>	<b>MOLLEND - MATARANI</b>	<b>AV. ARGENTINA 1784 ZIN. CALLAO</b>	<b>4299273 4658010</b>
<b>RANSA - PAITA</b>	<b>RANSA COMERCIAL S.A.- PAITA</b>	<b>PAITA</b>	<b>AV. ARGENTINA 3257 CALLAO</b>	<b>4611430 4611445</b>
<b>DEPSA</b>	<b>DEPOSITOS S.A.</b>	<b>PAITA</b>	<b>JR.GASPAR HERNANDEZ N° 700 - LIMA</b>	<b>0326100 0320972</b>
<b>RANSA - PISCO</b>	<b>RANSA COMERCIAL S.A. - PISCO</b>	<b>PISCO</b>	<b>CHINCHON 944 PISO 3 SAN ISIDRO</b>	<b>532106 532929</b>
<b>TRUJILLO</b>	<b>ALMACENERA TRUJILLO S.A.</b>	<b>SALAVERRY</b>	<b>PANAMERICANA NORTE KM.557- TRUJILLO</b>	<b>223590 223604</b>
<b>RANSA</b>	<b>RANSA COMERCIAL S.A.</b>	<b>SALAVERRY</b>	<b>CALLE CHINCHON 944 PISO 3 - SAN ISIDRO</b>	<b>0241661</b>
<b>DEPOSITOS-TACNA</b>	<b>DEPOSITOS S.A.</b>	<b>TACNA</b>	<b>JR. GASPAR HERNANDEZ 700</b>	<b>3301004 3301006</b>

Fuente: ADUANAS  
Elaboración: Grupo Consultor