

# ¿Cómo elaborar un Plan de Negocio de Exportación? Tercera Parte

*Análisis del Producto en el Mercado  
Objetivo y Plan de Marketing*



*David Paredes Bullon  
dparedes@promperu.gob.pe  
Sub Dirección de Servicios y Asistencia  
Empresarial*

*Noviembre 2011*



# Contenido

Introducción

Estructura del Plan de Negocio de Exportación

Análisis del Producto

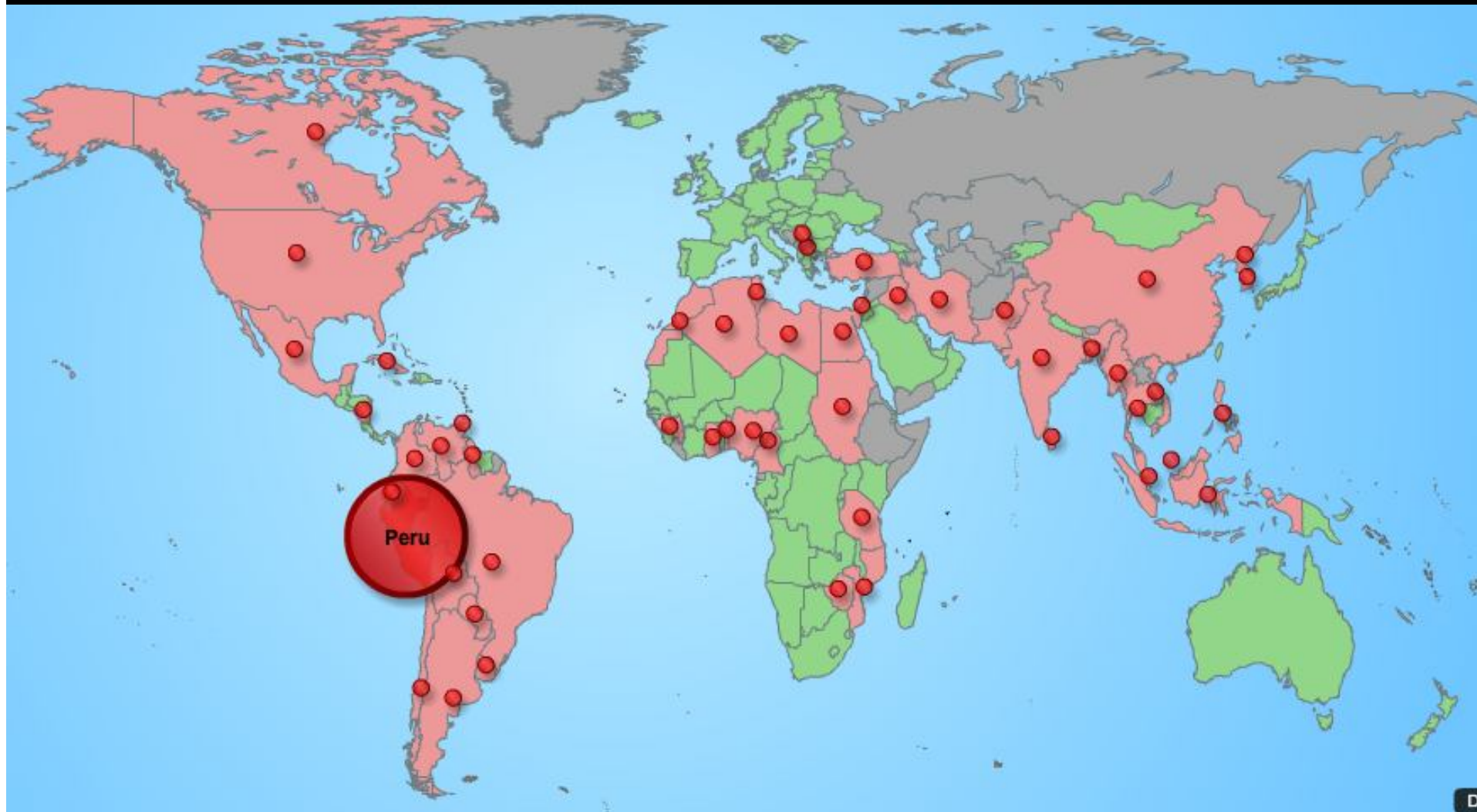
Selección del Mercado

Medición de Mercado

Análisis de la Competencia y Benchmarking

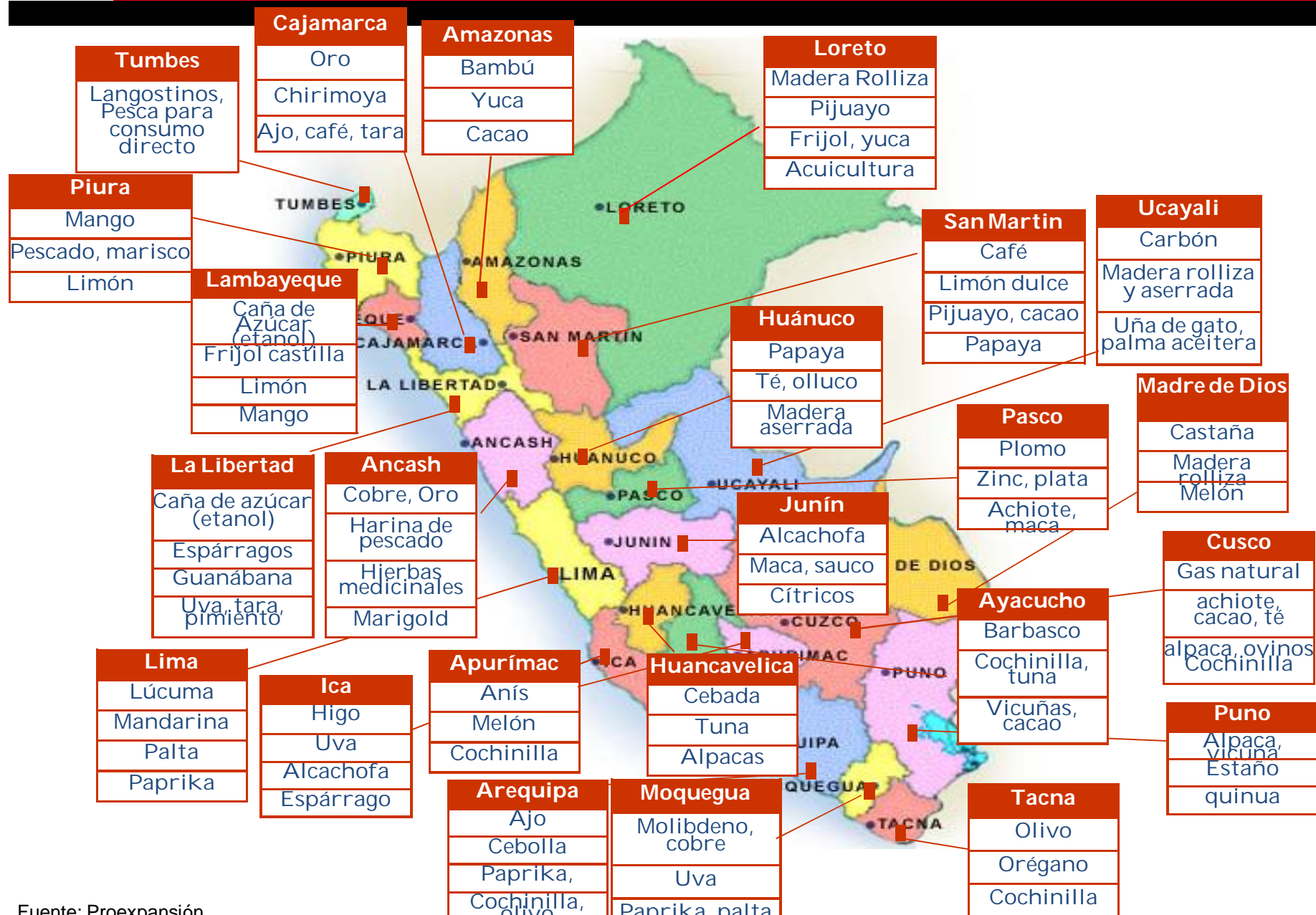
Plan de Marketing

# Introducción



Fuente: OMC- [www.wto.org](http://www.wto.org)

# Introducción



# Introducción

El análisis del producto en el mercado objetivo busca responder las siguientes preguntas:

cómo podemos satisfacer las necesidades del consumidor?, ¿Cómo posicionar nuestro producto en ámbitos internacionales?, ¿Cuáles son los gustos y preferencias de nuestros clientes?, entre otras preguntas.

Para alcanzar la respuesta el gerente hace uso de herramientas en el plan de negocio de exportación, como **la investigación de mercados**.



# Estructura del Plan de Negocio Exportador

Resumen Ejecutivo

Capítulo I: El plan Estratégico y Plan Organizacional

- Descripción de la empresa
- Datos De La Empresa
  - Análisis del Potencial Exportador
  - Plan Estratégico
    - Visión
    - Valores
    - Misión
    - Objetivos
    - Estrategias
    - Indicadores
- Matriz Resumen De Fortalezas Y Debilidades
- Plan Organizacional
  - Estructura de Personal
  - Plan de Recursos Humanos

Fuente: Manual de Competitividad – Plan de Negocio de Exportación PROMPERU

# Estructura del Plan de Negocio Exportador

## Capítulo II: Análisis del Producto en el Mercado Objetivo y Plan de Marketing

- Análisis del Producto
- Partida Arancelaria
- Selección del Mercado Objetivo
- Mercado Objetivo
  - Datos Generales
  - Exigencias del Producto
  - Canales de Distribución
  - Medios de Transporte
- Perfil del Consumidor
  - Segmentación Demográfica
  - Segmentación Geográfica
  - Segmentación Psicográfica
- Medición del Mercado
- Análisis Competitivo y Benchmarking
- Mix Marketing



# Estructura del Plan de Negocio Exportador

## Capítulo III: La Gestión Exportadora

- Análisis del Precio de Exportación
  - Costo de Producción
  - Costos y Gastos de Exportación
  - Selección del Precio de Exportación
  - Modalidad de Pago
- Distribución Física Internacional
  - Características de la Carga
  - Condiciones de Venta
  - Análisis de Riesgo
- Manejo Documentario
- Modelo de Cotización

Fuente: Manual de Competitividad – Plan de Negocio de Exportación PROMPERU



# Estructura del Plan de Negocio Exportador

## Capítulo IV: Análisis Financiero y Plan Financiero

- Análisis Financiero
  - Estados Financieros
    - Balance General
    - Estados de Pérdidas y Ganancia
    - Ratios Financieros
  - Punto de Equilibrio
- Plan Financiero
  - Presupuesto Maestro
    - Presupuesto Operativo
    - Presupuesto Financiero
  - Flujo de Caja Proyectado
  - Análisis de Sensibilidad

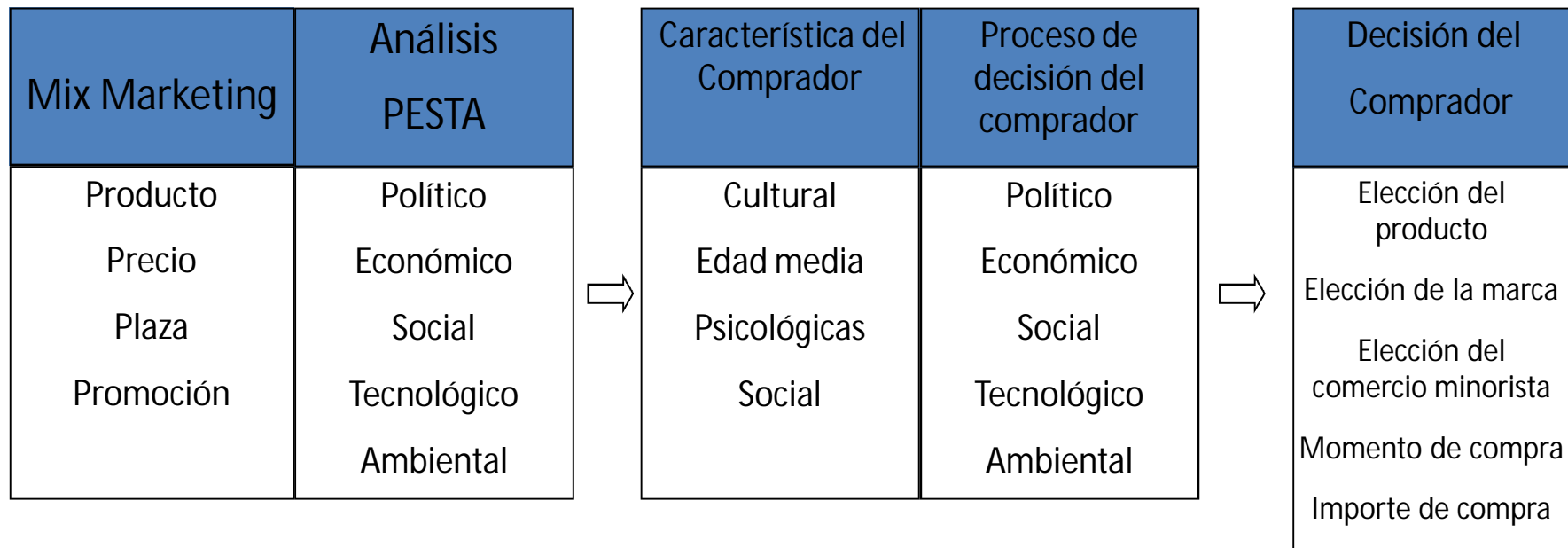
Fuente: Manual de Competitividad – Plan de Negocio de Exportación PROMPERU

# Análisis del Producto

Para comenzar en el análisis de producto se debe de tener información acerca de la demanda del consumidor para esto debemos de preguntarnos:

¿Cual es la tendencia de consumo del producto o servicio?

## Modelo de conducta del comprador en los mercados de consumo



# Análisis del Producto

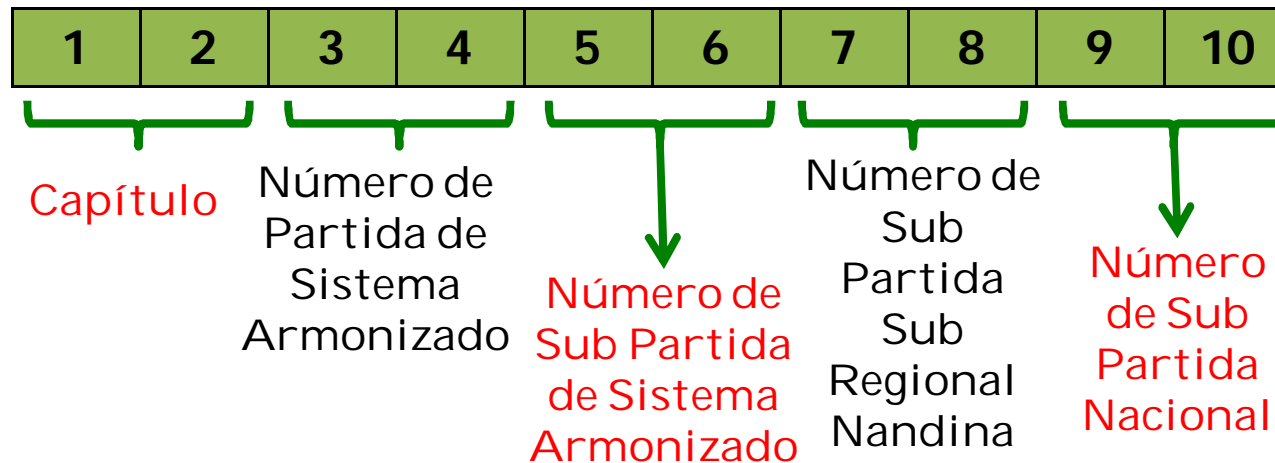


- Para la Empresa: su principal activo (orgullo y riqueza)
  - Para el Comprador: "algo" que lo satisfaga

# Análisis del Producto

- Selección de la línea o productos estrella
- Evaluación de las características del producto
- Capacidad de producción

**“Identificar la partida arancelaria”**



# Análisis del Producto

## EJEMPLO DE PARTIDAS ARANCELARIAS

7113110000: Joyería de plata

7113110000: Capítulo arancelario **71**

7113110000: Partida del sistema armonizado

7113110000: Sub-partida del sistema armonizado **7**

7113110000: Partida NANDINA (sistema regional)

7113110000: Sub partida nacional (depende del país)

# Análisis del Producto

## EJEMPLO DE PARTIDAS ARANCELARIAS

6109100042: Polos de algodón

6109100042: Capítulo Arancelario **61**

6109100042: Partida del Sistema Armonizado

6109100042 :Sub-partida del Sistema Armonizado

6109100042 :Partida NANDINA (sistema regional)

6109100042: Sub partida nacional (depende del país)

# Análisis del Producto

## El Producto a Exportar:

- Identificamos el producto a exportar con la respectiva partida arancelaria en el mercado mundial.
- Encontrar la partida arancelaria que describe al producto a exportar. (SIICEX, SUNAT, TRADEMAP)
- Encontrar información de Principales países que hayan importado el producto





# Análisis del Producto



**NUEVO PROCEDIMIENTO**  
Para el Registro de derechohabientes en EsSalud

República del Perú

Institucional | SUNAT Rinde Cuentas | Legislación | Estadísticas y Estudios | Índices y Tasas | Padrones y Notificaciones | Contáctenos

Tamaño de Texto    
Preguntas Frecuentes

**Orientación Tributaria**

- ▶ Cronogramas de Pago
- ▶ Imprentas SOL
- ▶ Charlas SUNAT
- ▶ Tutores, Demos y Videos

+ Otros Temas

**Orientación Aduanera**

- ▶ Aranceles
- ▶ Importación de mercancías
- ▶ Incentivos Migratorios
- ▶ Nomenclatura Arancelaria

+ English Version + Otros Temas

**Lo Más Usado**

- ▶ Consulta RUC
- ▶ Consulta RUC Múltiple
- ▶ Formularios y Solicitudes Varias
- ▶ Suspensión de Detenciones

## Servicios Virtuales >>>

### Tributarios

<b>Renta Anual 2010</b>	<b>Declaración y Pago</b>	<b>Declaración Simplificada</b>
<b>Actualización del RUC</b>	<b>Presentación PDT</b>	<b>Libros Electrónicos</b>
<b>Factura Electrónica</b>		

Más servicios en:

<b>SUNAT Operaciones en Línea Oficina Virtual</b>	<b>Opciones sin Clave SOL</b>
---	-------------------------------

### Aduaneros

<b>Manifiesto de Carga</b>	<b>Consulta Dua</b>
<b>Teledespacho</b>	<b>Remates Aduanas</b>
<b>Pago Electrónico Aduanas</b>	<b>Declaración Exporta Fácil</b>

Más servicios en:

<b>SIGAD</b> Sistema Integrado de Gestión Aduanera	<b>Operatividad Aduanera</b>
--	------------------------------

## Comunidades Virtuales >>>

**Trabajador independiente**

Personas que desarrollan individualmente, cualquier profesión.

**Micro y Pequeños empresarios**

Información Especializada para los Micro y Pequeños Empresarios.

**Inversionista extranjero**

Información Especializada para inversionistas extranjeros.

# Análisis del Producto

¿Qué es el SIICEX? Preguntas Frecuentes Glosario Herramientas de Análisis Buscar Partida

 Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

28-30 ABRIL  
LIMA - PERU 2011  
XIV EDICIÓN

Perú Moda 11

TEXTILES  
ACCESORIOS  
CALZADO  
JOYERÍA

REGÍSTRESE EN: [WWW.PERUMODA.COM](http://WWW.PERUMODA.COM)

13 de abril del 2011 Cifras Oficiales Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Regiones Sectores Productivos Calidad Regulaciones Directorios Enlaces de Interés Calendario de Actividades Exporta Fácil Aranceles Preferenciales Facilitación Inteligencia de Mercados Comuníquese

INGRESO

**PRODUCTO / MERCADO**

Búsqueda de producto

[Lista Completa](#) | [Búsqueda Avanzada](#)

Búsqueda por mercado

**ESTADÍSTICAS**

- Nacionales
- PromperuStat
- Internacionales

**CAPACITACIONES** **ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO**

# Selección de Mercado

Para identificar el mercado objetivo partimos por una pre selección.

## **Paso 1:**

- Preselección al menos de tres países como mercado objetivo

## **Paso 2:**

- Identificar con precisión la partida arancelaria del producto tanto la utilizada en el mercado nacional como en el mercado de destino.

## **Paso 3:**

- Verificar si existe corriente comercial para su producto. Utilizar la base de datos de **[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)** para la búsqueda.
- Verificar si existe dentro del país algún convenio internacional de preferencias arancelarias realizar la consulta en **[www.macmap.org](http://www.macmap.org)**

# Selección de Mercado

## Paso 4:

- Evaluar la evolución de la corriente comercial en los principales mercados de destino:
- Mercados de destino con mayor participación (análisis vertical)
- Mercados con mayor crecimiento (análisis horizontal)
- Construir una tabla con las exportaciones FOB (free on board) de los últimos 3 o 5 años
- Usar herramientas de información comercial tales como TRADEMAP, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)



# Selección de Mercado



Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

[¿Qué es el SIICEX?](#) | [Preguntas Frecuentes](#) | [Glosario](#) | [Herramientas de Análisis](#) | [Buscar Partida](#)

28-30 ABRIL  
LIMA - PERU 2011  
XIV EDICIÓN



TEXTILES  
ACCESORIOS  
CALZADO  
JOYERIA

REGÍSTRESE EN: [WWW.PERUMODA.COM](http://WWW.PERUMODA.COM)

13 de abril del 2011

Cifras Oficiales

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

**Herramientas para Análisis de Competitividad**


Estadísticas comerciales para el desarrollo de negocios internacionales

TradeMap 

Es una herramienta de análisis de mercados, la cual cubre más del 95% del comercio mundial de productos. TradeMap provee información sobre indicadores del desempeño de las exportaciones nacionales, la demanda internacional, barreras tarifarias y no-tarifarias, nuevos mercados y el posicionamiento de los competidores de acuerdo a las perspectivas del producto y del país.


Ingrese al TradeMap en: <http://www.trademap.org/Index.aspx>

**Portal de análisis de mercados de productos**

ProductMap 

Información comercial cualitativa y cuantitativa para alcanzar una dimensión global, que cubre 72 grupos de productos. Incluye información sobre mercados (estudios de mercado, vínculos con fuentes de información e información sobre precios), herramientas para el establecimiento de redes (contactos comerciales y escaparates) y herramientas de posicionamiento en los mercados (estadísticas e indicadores comerciales).

Ingrese al ProductMap en: <http://www.p-maps.org>

 **INGRESO**

USUARIO

CLAVE

**Selección de Mercado**

# **TRADE MAP**

**Estadísticas de Comercio  
para el Desarrollo de  
Negocios Internacionales**

# Selección de Mercado



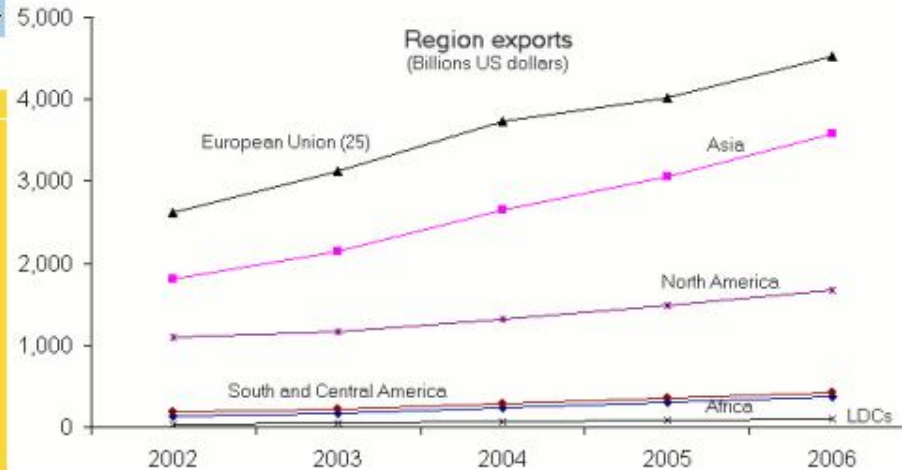
## Trade Map

Trade statistics for international business development

Over 5300 products traded by over 220 countries and territories. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, graphs ....

- Data Availability
- Reference Material ▶
- Glossary
- FAQ
- Condition of Use ▶
- About ▶

**What's new**  
**Market Access Map 2008 update**  
23/07/2008 1:29:30 PM  
Market Access Map, now contains 2008 customs tariff data for 75 countries and territories.



Not registered yet? [Create your account](#)

English

English

Français

Español

Email address:

Password:

Remember me.

[Forgot your password?](#)

### More Analysis Tools :

[Market Access Map](#)

[Investment Map](#)

[Trade Competitiveness Map](#)

[Product Map](#)



# Selección de Mercado



## Trade Map

Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas



[Página de inicio](#) [Menú de selección](#) [Inversión](#) [Acceso a Mercados](#) [Documentos de referencia](#) [Mi cuenta](#) [FAQ](#) [Español](#) [Condiciones de utilización](#) [Acerca de](#)

Importaciones  Exportaciones

Producto  Grupo

País  Grupo

113 - Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapa

[Búsqueda avanzada](#)

Loading...

7113 - Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de m

711311 - joyas de plata incluso revestidos o chapados de otros metales precioso

711319 - joyería de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de m

711320 - artículos de joyería y sus partes, de chapados de metales preciosos so

[Indicadores](#)

[Series de tiempo](#)

Grupo  Producto

Grupo de países  Grupo de socios

Mundo  País  Socio

otros criterios

**Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2006**  
 Producto : 711311 joyas de plata incluso revestidos o chapados de otros metales precioso

Tabla  Gráfico  Mapa

Ordenar hacia número de líneas por página

Importadores	Indicadores comerciales +									
	Valor importada en 2006, en miles de USD ▼	Saldo comercial 2006 en miles de USD	Cantidad importada en 2006	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las importaciones mundiales, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país
Mundo	3.408.048	-103.083	13.656	Toneladas	249.564	16	19	15	100	
<a href="#">Estados Unidos de América</a>	1.196.138	-1.005.666	1.925	Toneladas	621.370	14		16	35,1	...
<a href="#">Hong Kong (RAEC)</a>	366.257	233.760	508	Toneladas	720.978	30		23	10,75	...
<a href="#">Japón</a>	304.952	-300.005	236	Toneladas	1.292.170	5		1	8,95	...
<a href="#">Alemania</a>	267.437	-118.023	409	Toneladas	653.880	15	3	8	7,85	...
<a href="#">Reino Unido</a>	179.956	-118.696	2.920	Toneladas	61.629	15		3	5,28	...
<a href="#">Francia</a>	128.376	-64.012	207	Toneladas	620.174	21		14	3,77	...
<a href="#">Italia</a>	79.210	537.130	170	Toneladas	465.941	13		16	2,32	...
<a href="#">Canadá</a>	68.894	-51.359	111	Toneladas	620.667	20		27	2,02	...
<a href="#">España</a>	56.561	-92	53	Toneladas	1.067.189	26		10	1,66	...
<a href="#">Dinamarca</a>	47.506	-28.382	76	Toneladas	625.079	28	43	48	1,39	...
<a href="#">Australia</a>	45.603	-39.464	73	Toneladas	624.699	21		15	1,34	...
<a href="#">Suiza y Liechtenstein</a>	42.931	-22.686	54	Toneladas	795.019	10	9	10	1,26	...
<a href="#">Países Bajos (Holanda)</a>	42.300	-32.157	16	Toneladas	2.643.750	24		56	1,24	...

**Click**







**Selección de Mercado**

**MAC MAP**

**Identificación del Arancel**

[www.macmap.org](http://www.macmap.org)

# Selección de Mercado

	<h2>Market Access Map</h2> <p>making import tariffs and market access barriers transparent</p> <p>Select language :   </p>	
<a href="#">Home</a>	<a href="#">About</a> <a href="#">Contact</a> <a href="#">Studies</a> <a href="#">Reference Material</a> <a href="#">Partners</a> <a href="#">Subscription</a>	
<b>What it is</b>	<p>Market Access Map covers customs tariffs (import duties) and other measures applied by 187 importing countries to products from 239 countries and territories. MFN and preferential applied import tariff rates are shown for products at the most detailed national tariff line level.</p> <p>Market Access Map has been designed to support exporters, importers, trade promoters, policy analysts and trade negotiators. Use it to find a tariff. Compare yourself to your competitors. Or use its advanced features to prepare for trade negotiations by simulating the effects of tariff reductions.</p> <p><b>Access now available in:</b> <input type="text" value="--- Select your country ---"/> <input type="button" value="Go"/></p>	<p>Email address: <input type="text"/></p> <p>Password: <input type="password"/></p> <p><input type="checkbox"/> Remember me.</p> <p><a href="#">Forgot your password ?</a> <input type="button" value="Log In &gt;&gt;"/></p> <p><b>New User?</b></p> <p>Developing countries -&gt; <input type="button" value="Register"/></p> <p>Developed countries -&gt; <input type="button" value="Get Free Trial"/></p>
<b>Who for</b>	<p><b>Features</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>MFN customs duties as well as multilateral, regional and bilateral preferences</li><li>Bound tariffs</li><li>Tariff-quotas: multilateral and bilateral</li><li>Anti-dumping duties</li><li>Rules of Origin and Certificates of Origin</li><li>Trade flows: import/export statistics</li><li>Import Tariffs: ad valorem, specific and ad valorem equivalents of the specific tariffs</li><li>Analysis:<ul style="list-style-type: none"><li>Tariff aggregation at any sectoral and regional level</li><li>Tariff reduction simulations: using various formulae</li></ul></li></ul>	 
<b>News</b>	<p><b>Survey</b> - We invite all users to complete our online Survey</p>	

Disclaimer

The formatting of some pages can vary for browsers to browsers. JavaScript and Cookies may be necessary to use some of the features of this website. If you experience problems, please contact [mat@intracen.org](mailto:mat@intracen.org)

# Selección de Mercado



## Market Access Map

making tariffs and market access barriers transparent

Quick Links:



International Trade Centre  
UNCTAD/WTO

Quick Search

Compare Tariff and Trade

Detailed Analysis

Country Analysis

Trade Flows

My Options

Log Out

Tariff Search

Trade Regimes & Rules of Origin

Glossary

Search here for the tariff applied by a country to any imported product. This module is designed to be quick so you may only select one product, one importer and one exporter.

If you wish to select more than one product or more than one country, go to the "Detailed Analysis" section.

Once you have selected an importing country you may then look up the national tariff line product codes used by that importing country by clicking on the button "National Tariff Line Code". Type the name of the product in the box and select your product with code from the drop-down list of possible matches.

Select Importing Country*	:	<input type="text" value="United States of America"/>	<input type="button" value="v"/>
		<input checked="" type="radio"/> HS Level 6 <input type="radio"/> National Tariff Line Code	
Select a Product*	:	<input type="text" value="(620462) Womens/girls trousers and sh"/>	<input type="button" value="v"/>
Select Exporting Country	:	<input type="text" value="Peru"/>	<input type="button" value="v"/>
<input type="button" value="Proceed &gt;&gt;"/>			

\* Indicates mandatory fields.

### Note:

1. Please select the importing country first and then the product, since the products displayed in this module are based on the importers HS revision.







[Quick Search](#)

[Compare Tariff and Trade](#)

[Detailed Analysis](#)

[Country Analysis](#)

[Trade Flows](#)

[My Options](#)

[Log Out](#)

Tariff Search

Trade Regimes & Rules of Origin



[Glossary](#)

Based on the data from **2008** using Harmonised System Nomenclature **Rev. 07**, importer **United States of America** applies the following tariffs to imports of **(620462) Womens/girls trousers and shorts, of cotton, not knitted** originating from exporter **Peru**

Records per page

1

Product code	Product description	Trade regime description	Applied tariffs	Total ad valorem equivalent tariff (estimated)
62046210	Women's or girls' trousers, bib & brace overalls, breeches & shorts, not knit or crocheted, of cotton, cont. 15% or more by wt of down, etc	MFN duties (Applied)	0.00%	0.00%
62046220	Women's or girls' bib and brace overalls, not knitted or crocheted, of cotton, not containing 15% or more by weight of down, etc	Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act	0.00%	0.00%
62046220	Women's or girls' bib and brace overalls, not knitted or crocheted, of cotton, not containing 15% or more by weight of down, etc	MFN duties (Applied)	8.90%	8.90%
62046230	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi, certified hand-loomed and folklore products	Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act	0.00%	0.00%
62046230	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi, certified hand-loomed and folklore products	MFN duties (Applied)	7.10%	7.10%
62046240	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi	Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act	0.00%	0.00%
62046240	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi	MFN duties (Applied)	16.60%	16.60%

1

[New Search](#)

Tariff search performed on **27 October 2008**

# Selección de Mercado

**Datos del País Objetivo**



# Selección de Mercado

- Es importante conocer la información principal del País objetivo.

- Población
- PBI
- PNB per cápita
- Volumen y valor de importaciones
- Tamaño y tendencia del mercado
- Otras variables: superficie, clima

CIA: [www.cia.gov](http://www.cia.gov)

Banco Mundial

[www.worldbank.org/data](http://www.worldbank.org/data)

FMI: [www.imf.org](http://www.imf.org)

OMC: [www.wto.org](http://www.wto.org)

Datos Generales del País (Estados Unidos 🇺🇸)

Área:	<input type="text" value="10,000,000.00"/>	Km2
Capital:	<input type="text" value="Washington DC"/>	
Ciudades Importantes:	<input type="text" value="New York, California, Miami"/>	
Población:	<input type="text" value="300,000,000.00"/>	
Idioma Oficial:	<input type="text" value="Ingles"/>	
Ubicación Geográfica:	<input type="text" value="America del Norte"/>	
Organización Territorial:	<input type="text" value="Estados"/>	
PBI(US\$):	<input type="text" value="13,220,000"/>	
PBI Per Cápita:	<input type="text" value="0.04"/>	
Tasa de Crecimiento Anual:	<input type="text" value="34"/>	
Moneda:	<input type="text" value="US Dolar"/>	
Sistema Cambiario:	<input type="text" value="Reserva Federal"/>	
Clima:	<input type="text" value="Calido en verano, frio en invierno"/>	
Voltaje Eléctrico:	<input type="text" value="120"/>	
Pesos y Medidas:	<input type="text" value="Sistema inglés"/>	
Días Festivos:	<input type="text" value="4 de julio"/>	
Códigos Telefónicos:	<input type="text" value="001"/>	

# Selección de Mercado

The screenshot shows the homepage of the Central Intelligence Agency website. At the top, the title "CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY" is displayed in a large, bold font, with the tagline "THE WORK OF A NATION. THE CENTER OF INTELLIGENCE." below it. A search bar is located in the top right corner. The main content area features a large image of the CIA seal and the word "INTELLIGENCE" on a floor, with a "Play Movie" button. The left sidebar contains a navigation menu with links to "About CIA", "Careers", "Offices of CIA", "News & Information", "Library", "Kids' Page", and "Contact CIA". Below the menu is the "Mission" section, which describes the CIA as an independent US government agency responsible for providing national security intelligence to senior US policymakers. The right sidebar includes a "Quick Links" section with links to "World Factbook", "World Leaders", "Today's CIA", "Studies in Intelligence", "Diversity", and "RSS". Below this is a "Showcase" section with a link to "Headquarters Tour". The main content area is divided into "Featured Story" and "What's New" sections. The "Featured Story" is titled "A Look Back ... Marlene Dietrich: Singing for a Cause" and describes her contribution to the war effort during World War II. The "What's New" section lists recent updates, including "October 23 - Updated Chiefs of State and Cabinet Members of Foreign Governments", "October 10 - Posted CSI Graduate Studies Program to CIA Careers", "September 19 - CIA's Hayden Lauds Marine General's Contributions", and "September 17 - Posted Studies in Intelligence, Vol. 52, No. 3". A "View all recent updates" link is provided at the bottom of the "What's New" section. The footer contains links for "Privacy", "Copyright", "Site Policies", "USA.Gov", "FOIA", "DNI.Gov", "NoFEAR Act", "Contact CIA", and "Site Map".

**CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY**  
THE WORK OF A NATION. THE CENTER OF INTELLIGENCE.

Search

**Featured Story**  
**A Look Back ... Marlene Dietrich: Singing for a Cause**  
Marlene Dietrich is best known as the first German actress to flourish in Hollywood; however, she made a significant contribution to the war effort using her talents. During World War II, Dietrich recorded a number of anti-Nazi albums in German for the Office of Strategic Services (the forerunner of today's CIA). The albums were a part of an effort by the OSS' Morale Operations Branch to create propaganda that would lower the morale of German soldiers. Dietrich's song "Lilli Marlene" was particularly successful in dampening the spirits of the Germans. [more>](#)

**What's New**  
**October 23** - Updated *Chiefs of State and Cabinet Members of Foreign Governments*. [more >](#)  
**October 10** - Posted CSI Graduate Studies Program to CIA Careers.  
**September 19** - CIA's Hayden Lauds Marine General's Contributions.  
**September 17** - Posted *Studies in Intelligence*, Vol. 52, No. 3.  
[\[View all recent updates\]](#)

**Mission**  
The Central Intelligence Agency (CIA) is an independent US Government agency responsible for providing national security intelligence to senior US policymakers.  
For more on the Agency's mission, visit our [Strategic Intent](#).

**Quick Links**  
• World Factbook  
• World Leaders  
• Today's CIA  
• Studies in Intelligence  
• Diversity  
• RSS

**Showcase**  
Take a step inside the CIA through our [Headquarters Tour](#). Stroll down the [CIA Museum](#) corridor to see some of our artifacts. And learn about the CIA's history in our [Interactive Timeline](#).

Privacy Copyright Site Policies USA.Gov FOIA DNI.Gov NoFEAR Act Contact CIA Site Map

[www.cia.gov](http://www.cia.gov)





- CIA Home
- About CIA
- Careers
- Offices of CIA
- News & Information
- Library**
  - Publications
    - The World Factbook**
    - World Leaders
    - CIA Maps & Publications
    - Additional Publications
    - Center for the Study of Intelligence
    - Freedom of Information Act Electronic Reading Room
    - Kent Center Occasional Papers
    - Intelligence Literature
    - Reports
    - Related Links
- Kids' Page
- Contact CIA

## Publications

# THE WORLD FACTBOOK



- 
- ABOUT
- REFERENCES
- APPENDICES
- FAQs
- CONTACT

[VIEW TEXT/LOW BANDWIDTH VERSION](#)  
[DOWNLOAD PUBLICATION](#)

## WELCOME TO THE WORLD FACTBOOK



**The World Factbook** provides information on the history, people, government, economy, geography, communications, transportation, military, and transnational issues for 266 world entities. Our Reference tab includes: maps of the major world regions, as well as Flags of the World, a Physical Map of the World, a Political Map of the World, and a Standard Time Zones of the World map.

SELECT A REGION OR CONTINENT



- REGIONAL MAPS**
- FLAGS OF THE WORLD**
- GUIDE TO COUNTRY COMPARISONS**
- DID YOU KNOW?**

**Mission**  
The Central Intelligence Agency (CIA) is an independent US Government agency responsible for

### WHAT'S NEW :: Today is: Tuesday, August 18

- July 20, 2009** - Latest updates include changes to the chief of state or head of government in Bosnia and Herzegovina, Croatia, Lithuania, and Panama. New photographs have been added for Spain, Portugal, Gibraltar, and South Africa.
- July 01, 2009** - With the launch of the new Web site, the former "Rank Order" function was renamed "Country Comparisons." The link to Country Comparisons may be found under the References tab. In addition, many of the regional reference maps now incorporate both elevation and vegetation on landmasses, and bathymetry for ocean areas. Statistics for "Unemployment rate" and "Inflation rate (consumer prices)" now include two year's worth of data.
- June 08, 2009** - Completely redesigned website - presenting a cleaner look, improved navigation, and a host of added



- CIA Home
- About CIA
- Careers
- Offices of CIA
- News & Information

Library

- Publications
  - The World Factbook
  - World Leaders
  - CIA Maps & Publications
  - Additional Publications
  - Center for the Study of Intelligence
  - Freedom of Information Act Electronic Reading Room
  - Kent Center Occasional Papers
  - Intelligence Literature
  - Reports
  - Related Links
- Kids' Page
- Contact CIA

Mission

The Central Intelligence Agency (CIA) is an independent US Government agency responsible for

Publications

THE WORLD FACTBOOK

>>> --- SELECT A COUNTRY OR LOCATION ---

HOME ABOUT REFERENCES APPENDICES FAQs CONTACT VIEW TEXT/LOW BANDWIDTH VERSION DOWNLOAD PUBLICATION

NORTH AMERICA :: UNITED STATES PRINT

PAGE LAST UPDATED ON JULY 30, 2009



(CONTAINS DESCRIPTION)



CLICK FLAG OR MAP TO ENLARGE



CLICK MAP TO ENLARGE



VIEW 43 PHOTOS OF UNITED STATES

EXPAND ALL | COLLAPSE ALL

Introduction :: UNITED STATES +

Geography :: UNITED STATES -

Location:

North America, bordering both the North Atlantic Ocean and the North Pacific Ocean, between Canada and Mexico.

Geographic coordinates:





PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

Instituto Nacional de Estadística e Informática

YA ESTÁ EN VENTA!

PERÚ: INFORME ECONÓMICO TRIMESTRAL / Abril-Junio 2011

Inicio | [mapa del Sitio](#) | [Enlaces](#) | [Contáctenos](#) | [English](#)

Perú en Cifras

Información Económica

Información Social

Resultados Censales

Biblioteca Digital

Mapas

Códigos



INEI INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

Búsquedas de Información [Avanzada](#) [Rápida](#)

Sistema Estadístico Nacional

¿Quiénes Somos?

Escuela INEI

Metodologías y Estándares

Investigaciones

INEI en Cifras

Calendario de Difusión



Estadísticas para Niños



Catálogo de Productos y Servicios



Libro de Reclamaciones

[Sugerencias](#)

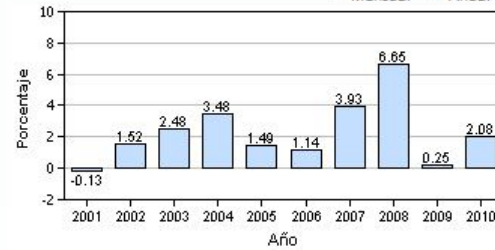
Últimos Datos

IPC IPM IPME IPMC IMPRON TD

Índice de Precios al Consumidor - Lima Metropolitana:  
(Variación porcentual mensual)  
Octubre 2011 **9,31%**

Variación Porcentual Anual del IPC

Mensual  Anual



Encuestas y Registros Censos Nacionales

- ▶ Encuesta Nacional de Hogares
- ▶ Encuesta Permanente de Empleo
- ▶ Encuesta Nacional de Programas Estratégicos - ENAPRES
- ▶ Encuestas Mensuales de Servicios
  - Comercio
  - Restaurantes
  - Servicios a Empresas
- ▶ Registro Nacional de Municipalidades - RENAMU 2011
- ▶ Encuestas Económicas
- ▶ Encuesta de Micro y Pequeña Empresa - EMYPE
- ▶ Empresas Omisas a la Encuesta Económica Anual -EEA
- ▶ Encuesta Demográfica y de Salud Familiar - ENDES
- ▶ Encuesta Juventud, Empleo y Migración - ENJUV
- ▶ Encuesta Nacional de Comisarias - ENACOM
- ▶ Encuesta a Establecimientos de Salud - ENESA
- ▶ Encuesta Nacional a Instituciones Educativas - ENEDU



Portal de Transparencia



Proyecciones de Población



Sistema de Información Geográfica para Emprendedores



Sistema de Información Regional para la Toma de Decisiones



Sistema de Difusión de los Censos Nacionales



Microdatos (Bases de datos)

Precios al Consumidor Dptos

Encuesta Usuarios

Convocatoria de Personal

[Notas de Prensa](#)

[Boletines](#)

[Nuestras Actividades](#)

[INEI en los Medios](#)

[Ver más \(Notas de Prensa\)](#)

▶ **Flujo vehicular total aumentó en 7,6%**

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) informó que en el mes de setiembre de 2011, el flujo vehicular total que consolida los movimientos de los vehículos ligeros y pesados a nivel nacional, registró un incremento de 7,6% respecto al mismo mes de 2010.

▶ **INEI presentará el Nuevo Año Base 2007 de las Cuentas Nacionales**

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) realizará en diciembre de este año, la presentación de los resultados del Nuevo Año Base 2007 de las Cuentas Nacionales, que actualiza la estructura de la economía nacional y contempla los cambios acontecidos en la actividad productiva del país, en los últimos trece años.



Av. Gral. Garzón 654 - 658, Jesús María Lima-Perú

Teléfono: 652-0000 203-2640 - Fax: 431-1340

[infoinei@inei.gob.pe](mailto:infoinei@inei.gob.pe)

[Términos de Uso](#)



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

Instituto Nacional de Estadística e Informática

Inicio |

PERÚ Indicadores de Educación por Departamentos, 2001-2010

ADQUIÉRALO YA!!

Perú en Cifras

Información Económica

Información Social

Resultados Censales

Biblioteca Digital

Mapas

Códigos

Búsquedas de Información Avanzada Rápida

## Enlaces

Sistema Estadístico Nacional

¿Quiénes Somos?

Escuela INEI

Metodologías y Estándares

Investigaciones

INEI en Cifras

Calendario de Difusión



Estadísticas para Niños



Catálogo de Productos y Servicios



Libro de Reclamaciones

Elija Opción: Institutos de Estadística

### América

- ▶ ARGENTINA - Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC
- ▶ BOLIVIA (Instituto Nacional de Estadística INE)
- ▶ BRASIL ( Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística - IBGE)
- ▶ CANADA (Statistics Canada)
- ▶ CANADA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA)
- ▶ COLOMBIA (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE)
- ▶ COSTA RICA (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC)
- ▶ CHILE (Instituto Nacional de Estadísticas - INE)
- ▶ ECUADOR (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC)
- ▶ ESTADOS UNIDOS (U.S. Bureau of the Census)
- ▶ ESTADOS UNIDOS (U.S. Bureau of Labor Statistics)
- ▶ ESTADOS UNIDOS (FEDSTATS - USA)
- ▶ GROENLANDIA (Statistics Greenland)
- ▶ GUATEMALA (Instituto Nacional de Estadística - INE)
- ▶ JAMAICA (Statistical Institute of Jamaica - STATIN)
- ▶ MEXICO (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática - INEGI)
- ▶ PARAGUAY (Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos - DGEEC)
- ▶ PERU (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI)
- ▶ REPUBLICA DOMINICANA (Oficina Nacional de Estadística - ONE)
- ▶ SANTA LUCIA (Oficina Central de Estadística)
- ▶ URUGUAY (Instituto Nacional de Estadística - INE)
- ▶ VENEZUELA (Instituto Nacional de Estadística - INE)
- ▶ PARAGUAY (Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos - DGEEC)





**DIAS FESTIVOS  
EN EL MUNDO**  
www.dias-festivos.com

## Lista Completa de los Días festivos en el Mundo hasta 2070

¡Bienvenidos [www.dias-festivos.com](http://www.dias-festivos.com)!

En este sitio encontrará la lista de los días en que los bancos están cerrados por razones religiosas o nacionales. Además, figuran las celebraciones principales (elecciones, huelgas, festivales, ferias y salones, manifestaciones deportivas o culturales de alcance internacional...) así como las vacaciones escolares y el cierre de las bolsas en muchos países.

Con el **SERVICIO GRATUITO** puede consultar los datos correspondientes a la fecha actual. EL **SERVICIO DE PAGO EN LÍNEA** le permite consultar los datos correspondientes a los años pasados y futuros (hasta 2050).

EL **SERVICIO PRO** le permite recibir ficheros editados (de 1970 hasta 2070) según sus necesidades, verificados y acompañados de un correo electrónico de alerta en caso de detectar cualquier cambio a lo largo del año. **DEBE ABONARSE OBLIGATORIAMENTE AL SERVICIO PRO** para todo uso profesional o en el caso de que quiera obtener los derechos de redifusión. EL **SERVICIO A MEDIDA** se ocupa de sus necesidades particulares (Ej. todo lo que se celebra en una región y fecha determinadas).

Algunos comentarios fueron traducidos automáticamente.

**Seleccione su lenguaje:**



**Traduce  
sus documentos  
y su sitio web  
en sesenta idiomas.**

[Estadísticas](#) / [Clientes](#) / [Comunicado de Prensa](#) / [Acuse de recibo](#) / [Rechazo](#) / [Mapa del sitio](#)

desarrollo multilingüe y hospedaje [Edit - Easy Does I.T.](#) © 1997-2010 - 50 rue Miromesnil, 75008 París, Francia

Internet & Traducción. Todos los derechos reservados.



1970 - 2070: dias-festivos.com dispone de un siglo de datos (ya sean archivos o previsiones).  
Un sitio global de información local- edit@edit.fr

Ultima actualización  
miércoles 25 agosto

Seleccione su lenguaje:



Español

Años pasados y futuros  
(servicio de pago)




♥ Añadir a favoritos

Bienvenido a dias-festivos.com.  
¡Tome el pulso al mundo!

☀ **Uruguay (Rep. Oriental del), ¡Hoy es su fiesta nacional! EDIT le desea todo lo mejor.**

- DIAS FESTIVOS
- Bancos
- Bursátiles
- Escolares
- Fiestas nacionales
- Religiones
- Elecciones
- Zodiac
- Cultura
- Cultura: todos
- Acontecimientos
- Hoy
- Elija un día
- Ferias
- Ferias: todas
- Deportes
- Deportes: todos
- Continente/Mes
- Descargar
- Icono dias festivos

📍 La señal luminosa indica que hoy es día festivo en esta región. Haga clic sobre cualquier país para ver las vacaciones de este año.



Hoy 
  Dias festivos 
  Bancos 
  Bursátiles 
  Escolares 
  Cultura 
  Acontecimientos 
  Ferias 
  Deportes

¿Cambio de fecha o de nueva fecha en su país? [Infórmenos AQUÍ](#)(si lo publicamos, le daremos un crédito de 50 euros en nuestro servicio para empresas).

¿NECESITAN UNA TRADUCCION PROFESIONAL?

# **Exigencias del Producto en el Mercado Objetivo**

# www.mincetur.gob.pe

The screenshot displays the website interface for the Ministry of Foreign Trade and Tourism (Mincetur). The header includes the Peruvian coat of arms, the word 'PERÚ', and the ministry's name. A navigation bar lists various services like 'Comercio Exterior', 'Turismo', and 'Artesanía'. A left sidebar contains a menu with categories such as 'Inicio', 'Funciones y Normatividad', and 'Plan Exportador'. The main content area is titled 'Comercio Exterior' and features a sub-menu with 'Plan Nacional - PENX' and 'Plan Regional - PERX'. The primary text discusses the impact of economic globalization on exports and investment. To the right, there are logos for 'tratado de libre comercio PERU - EE.UU', 'prom perú', 'APEC PERU 2008', and 'VUCE Perú'.

MINCETUR > Comercio Exterior

PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Mincetur Comercio Exterior Turismo Artesanía Casinos y Tragamonedas Prensa y Actividades Transparencia Contáctenos Intranet

Inicio

Funciones y Normatividad

Plan Exportador

Acuerdos Comerciales

Estadísticas y Publicaciones

Proyectos

Certificados de Origen

Enlaces de Interés

Eventos

Comercio Exterior

Comercio Exterior

Plan Nacional - PENX

Plan Regional - PERX

Debido a la creciente globalización económica, la participación de las exportaciones con respecto al PBI mundial ha crecido significativamente. El crecimiento del sector exportador mejora la balanza de pagos y los indicadores de vulnerabilidad externa, lo cual tiene un impacto significativo en la disminución del riesgo-país y la atracción de inversión.

En consecuencia, siendo más competitivos en mercados cada vez más globalizados se logrará generar empleo a niveles de calidad y cantidad necesarios para elevar de manera permanente el bienestar de la población.

Asimismo, a través de la introducción a un mayor desarrollo tecnológico se logra un impacto positivo sobre el empleo, tanto en su cantidad como en su calidad, como consecuencia de la acumulación de conocimiento y capital humano.

Por otro lado, permite a los consumidores tener acceso a una mayor variedad y calidad de productos, a más bajo precio. El incremento del intercambio comercial con el exterior genera una mejora de la calidad de vida de la población.

tratado de libre comercio PERU - EE.UU

prom perú

APEC PERU 2008

VUCE Perú



Perú  
**PENX**  
2003 - 2013

**Publicaciones**

- ▶ Análisis de Productos
- ▶ Estudios
- ▶ Seminario "NEW"
- ▶ Manual Docente
- ▶ Texto Escolar

**Artículos**

- Desarrollo Regional Exportador
- Siguiendo el modelo de desarrollo de Singapur: Una Guía para hacerlo en el Perú

**Min  
cetur**



**VISION**

Perú, país exportador de una oferta de bienes y servicios competitiva, diversificada y con valor agregado



**Enlaces de Interés**

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

# Limite Máximo de Residuos de Plaguicidas

[http://export.promperu.gob.pe/  
calidad/](http://export.promperu.gob.pe/calidad/)



## GUÍA REFERENCIAL DE LÍMITES MÁXIMOS DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS QUÍMICOS DE USO AGRÍCOLA (P.Q.U.A.) PARA LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DE EXPORTACIÓN SEGÚN MERCADOS DE DESTINO

### TÉRMINOS DE USO

Esta base de datos ha sido diseñada para ser utilizada por los productores/agroexportadores como referencia en la elección de plaguicidas, aplicación de técnicas de Manejo Integrado de Plagas, implementación de Buenas Prácticas Agrícolas y toda actividad destinada a obtener un producto hortofrutícola libre de residuos de plaguicidas o que no exceda los LMR establecidos por el país de destino.

Esta guía incluye solamente ingredientes activos (I.A.) de Plaguicidas Químicos de Uso Agrícola (P.Q.U.A.) conforme a la definición de Manual Técnico Andino para el Registro y Control de Plaguicidas Químicos de Uso Agrícola de la Comunidad Andina, quedando excluidos otros insumos agrícolas, inclusive plaguicidas biológicos. [Consulte el Glosario del Manual Técnico Andino](#)

Última actualización: 01 de Mayo de 2009. Los países considerados legislan intensamente en materia de LMR, por lo tanto esta información estará permanentemente sujeta a cambios posteriores a su publicación.

El usuario de ésta base de datos acepta que la información mostrada es referencial y que para efectos de operaciones comerciales ambas partes deberán estar bien informadas acerca de todos los requisitos y regulaciones del mercado de interés contempladas para el producto hortofrutícola.



[CONSULTA RAPIDA](#)[CONSULTA AVANZADA](#)[PLAGUICIDAS REGISTRADOS EN EL PERÚ](#)[GLOSARIO DE TÉRMINOS](#)[CONTÁCTENOS](#)

## CONSULTA RAPIDA

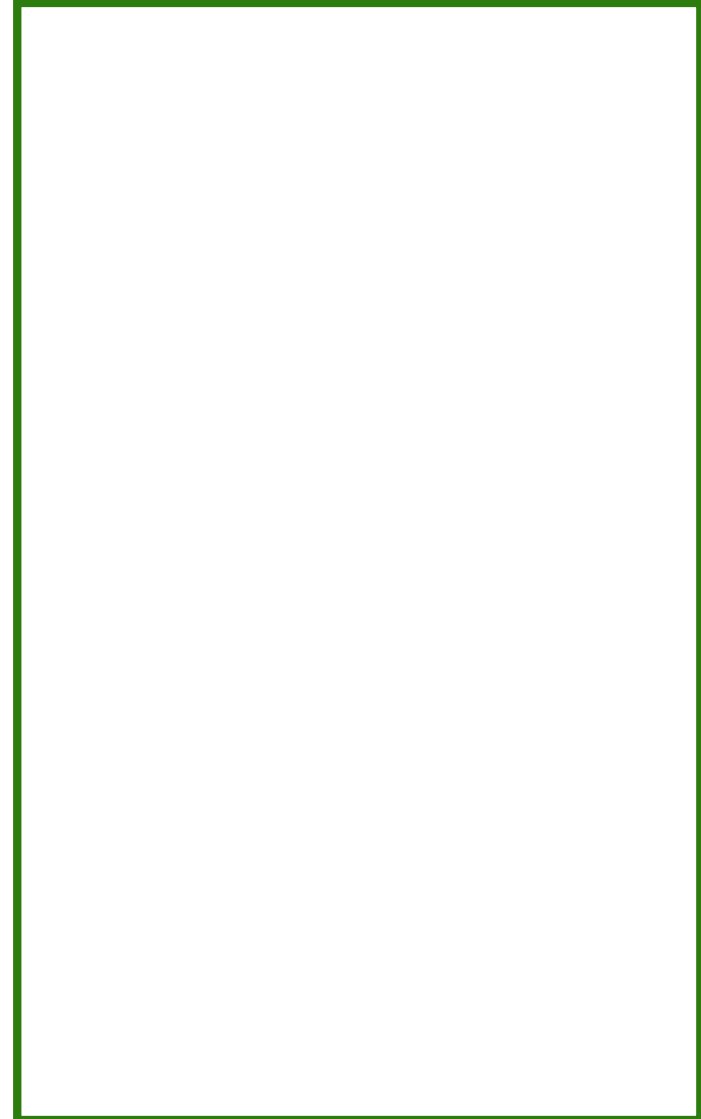
Registro de carga de datos al Módulo de Consultas LMR Datos, actualizado al 01 de Mayo de 2009.

	CANADA	CODEX	COLOMBIA	UNION EUROPEA	REINO UNIDO	JAPON	MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	VENEZUELA
ESPARRAGO	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	
MANGO FRESCO	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	
ALCACHOFA	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			<input type="button" value="LMR"/>	
UVA DE MESA	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>
CEBOLLAS	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	
PALTAS (AGUACATES)	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			<input type="button" value="LMR"/>	
MANDARINA	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>
CAFE		<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			
NARANJAS	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			<input type="button" value="LMR"/>	
TANGELO				<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			<input type="button" value="LMR"/>	
PIMIENTOS	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>	
ARVEJAS CHINAS (Snow Peas)	<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>		<input type="button" value="LMR"/>	<input type="button" value="LMR"/>			<input type="button" value="LMR"/>	

Fuentes de Información

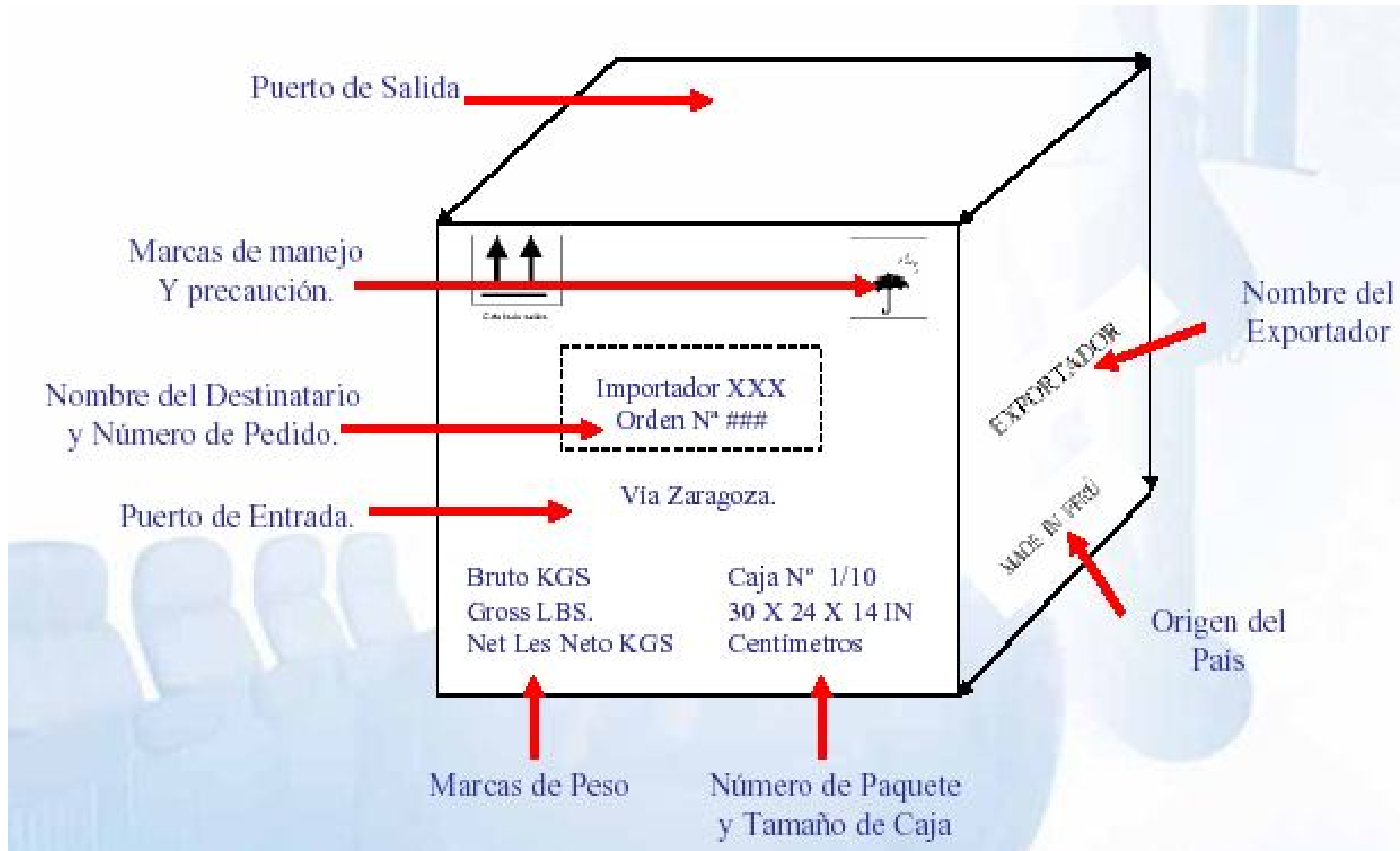
# Consideraciones para la exportación...

- Variedad
- Volumen
- Calibre
- Calidad
- Global GAP
- Post cosecha
- Requisitos sanitarios





# Marcado de embalajes



# Medición de Mercado

**Perfil del Consumidor,  
segmentación demográfica  
Medición del Mercado**

# Medición de Mercado

Es imposible conocer a detalle todas las características de un mercado disponible, es necesaria la búsqueda de herramientas que nos permitan analizar el mercado de manera más sencilla.

Tomamos como universo a los habitantes de un país determinado; a partir de ese universo podrán determinarse subgrupos de acuerdo con características específicas, por ejemplo, mujeres argentinas que vivan en ciudades grandes y que tengan entre 15 y 49 años; este subgrupo, que pertenece al universo de habitantes de Argentina, es un segmento de mercado

## Ventajas:

- Certidumbre en el tamaño del mercado
- Claridad al establecer planes de acción
- Identificación de los consumidores y sus costumbres
- Simplificación en la estructura de marcas
- Facilidad para actividades de promoción

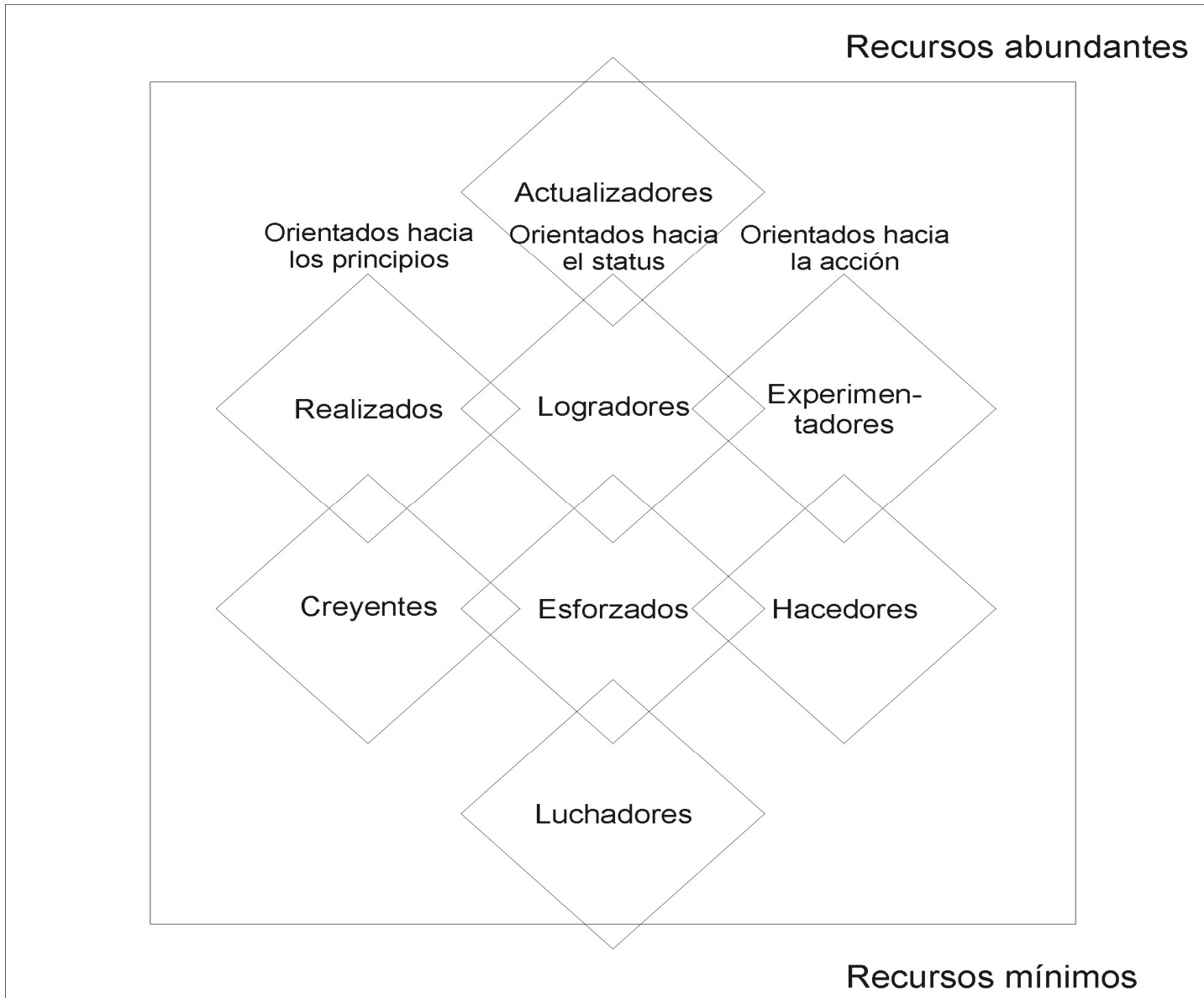
# Medición de Mercado



El segmento de mercado debe de ser medible, el segmento de mercado debe ser susceptible a la diferenciación, debe ser accesible, susceptibles a las acciones planeadas, debe ser rentable

- Segmentación Demográfica
- Segmentación Geográfica
- Segmentación Psicográfica

# Medición de Mercado



# Medición de Mercado

Usamos el método de la razón de la cadena esto nos permitirá una medición fina.

Identificamos datos de la Segmentación Demográfica, Geográfica y Psicográfica.

$$Q=nqp$$

Donde:

Q= Demanda Total del Mercado.

n= Número de compradores en el Mercado.

q= Cantidad comprada por un comprador medio al año.

p= Precio de una unidad de medida (US\$)

# Medición de Mercado

## CASO

La empresa Alpakita SA desea exportar al mercado Francés - París, PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE ALPACA, cuya partida arancelaria es 4303.10.10.00, para esto la empresa Alpakita SA desea obtener el mercado meta.

Paso 1: Para usar el método de la razón de la cadena tenemos que hallar la población objetivo para esto usaremos segmentaciones:

- Segmentación Demográfica.
- Segmentación Geográfica
- Segmentación Psicográfica



# Medición de Mercado

## CASO

Paso 2: Una vez identificado las segmentaciones encontraremos el porcentaje de la población para encontrar el número de compradores

- Por sexo y edad para nuestro ejemplo:

Sexo	%	Habitante
Hombres	49%	1 016 146
Mujeres	51%	1 057 622

Las edades fluctúan entre 20 y 30 años, siendo un 19% del Total de la población de la zona Geográfica elegida.

Son un total de 2 073 768 habitantes del cual 200 948 cumple con los requerimientos de género y rango de edades seleccionadas representando éstos un 9.7% del total.

# Medición de Mercado

## CASO

Nivel Socio Económico:

Nivel SE	%	Habitante
A	2%	
B	16%	331 803
C	20%	414 754
D	25%	518 442
E	4	
F	10	
G	16	
Total	61	1 264 994

Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 122 578 cumplen con los requerimientos de Niveles Socioeconómicos y los anteriores seleccionados representando en conjunto 5.91% del total de la población

# Medición de Mercado

## CASO

Estado Civil:

Estado Civil	%	Habitantes
Unión Libre	30	622 130
Segundas Nupcias	10	207 377
Divorcios	18	
Viudos	4	
Solteros	18	
Casados	20	414 754
Total	60	1 244 261

Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 73 546 cumplen con los requerimientos de Estados Civiles y los anteriores seleccionados representando en conjunto 3.55% del total de la población

# Medición de Mercado

## CASO

Nivel de Instrucción:

Nivel Instrucción	%	Habitante
Ninguno	1	
Estud. Secund. Com	25	518 442
Estud. Secund. Ico	10	
Form. Técnica	18	373 278
Universitaria	20	414 754
Básica	26	
Total	63	1 306 474

Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 46 333 cumplen con los requerimientos de Nivel de Instrucción y los anteriores seleccionados representando en conjunto 2.23% del total de la población.

# Medición de Mercado

## CASO

Estilo de Vida:

Estilo de Vida	%	Habitante
Actualizadores	20	414 754
Realizados	13	
Triunfadores	37	767 294
Competidores	6	
Experimentados	3	
Hacedores	6	
Luchadores	15	311 065
Total	72	1 493 113

Porcentaje de Mujeres que cumpliendo con todas las características anteriormente definidas tienen la verdadera disposición de compra 65%. Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 21 774 cumplen con los requerimientos de Nivel de Instrucción y los anteriores seleccionados representando en conjunto 1.05% del total de la población

# Medición de Mercado

## CASO

Paso 3: Una vez obtenido el número de compradores del mercado y la cantidad comprada por un comprador medio al año podemos usar la fórmula para obtener nuestra medición fina.

Método de la Razón de la Cadena.

$$Q = nqp$$

$$Q = (21\ 774)(0.839)(100) = 1\ 826\ 885.7$$

Donde:

Q= Demanda Total del Mercado.

n= 21 774

q= 0.839

p= 100 (US\$)

# Medición de Mercado

## CASO

### Paso 4: Interpretación

La población de Mujeres de París (Francia), cuyas edades fluctúan entre 20 y 30 años que pertenecen a los niveles socioeconómicos B, C y D de estado civil Unión Libre, Segundas Nupcias y Casados con niveles de instrucción Estudios Secundarios Completos, Formación Técnica y Universitaria y estilos de vida Actualizadores, Triunfadores y Luchadores, son un total de **21,774** habitantes representando el 1.05% de la población total y tienen las características para comprar 430310 PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE ALPACA, siendo el valor total de la demanda igual a **US\$ 1 826 885.7**



# Análisis de la Competencia

- El análisis de la competencia ayuda a desarrollar mejores planes a través del énfasis de las ventajas y de minimizar las desventajas.
- **Competidores Directos:** En muchas ocasiones nuestros competidores directos son nuestro las empresas compradoras nacionales a quienes le vendemos nuestro producto.
- **Competidores Indirectos:** Aquellas que ven la oportunidad de convertir sus productos a los productos que estamos ofreciendo.

# Análisis de la Competencia

- Factores en el Análisis de la Competitividad
  - Nivel de Ventas
  - Porcentaje de Mercado
  - Estructura de Precio
  - Clientes y Servicios de Cliente
  - Método de Distribución
  - Tiempo de Entrega
  - Costos
  - Calidad
  - Innovación
  - Tecnología
  - Experiencia

# Análisis de la Competencia

Existe diversas maneras de conocer a nuestros competidores tales como:

Ferias Nacionales e Internacionales

Ruedas de Negocio

Seminarios, Talleres

Proveedores

Clientes Comunes

Las noticias de Prensa

Los transportistas

# Análisis de la Competencia

- Factores en el Análisis de la Competitividad
  - Nivel de Ventas
  - Porcentaje de Mercado
  - Estructura de Precio
  - Clientes y Servicios de Cliente
  - Método de Distribución
  - Tiempo de Entrega
  - Costos
  - Calidad
  - Innovación
  - Tecnología
  - Experiencia

# Análisis de la Competencia



## Su éxito está en la feria.

Asociación alemana del Sector de Ferias y Exposiciones

[Home](#) [Sitemap](#) [Contact](#) [Download](#) [Publications](#)

Suche



[deutsch](#) [english](#) [français](#)

### Datos de Ferias

[alemania](#)  
[mundo entero](#)  
[Addresses/Links](#)

[Key Figures](#)  
[Marketing](#)  
[Trade Fair Participation](#)  
[Medidor de Rentabilidad](#)  
[Trade Fair Library](#)  
[Press](#)  
[AUMA-Events](#)  
[About us](#)

**AUMA\_Asociación alemana del sector de ferias y exposiciones** ■ AUMA es la asociación cúpula de las ferias alemanas. En su condición de lobby representa los intereses de las ferias alemanas frente al Gobierno y al Parlamento y también frente a la Comisión de la UE. En colaboración con los ministerios federales coordina las actividades alemanas en las ferias que se celebran en el extranjero. AUMA se ocupa del marketing para las ferias y apoya el marketing internacional de los organizadores alemanes de ferias, para elevar la internacionalidad de los certámenes feriales alemanes.

**Servicios** ■ En su **banco de datos** y en diversas publicaciones, AUMA informa sobre fechas, oferta así como cifras de expositores y visitantes de ferias y exposiciones en Alemania y en todo el mundo. De este modo facilita los preparativos feriales de las empresas que participan como expositores o visitantes. Se pueden consultar los datos de 5.000 certámenes, en cuatro idiomas: alemán, inglés, francés y español. La [Unión Europea](#) mantiene un link oficial en su página web recomendando el uso del banco de datos de AUMA.

[Ferias en Alemania](#) [Ferias en el mundo entero](#)

**Medir la eficiencia** ■ Con el [Medidor Rentabilidad Ferial](#) los expositores podrán calcular en línea la relación entre los costes y la utilidad de su participación en la feria.

**Otras informaciones** ■ de AUMA sobre participaciones en ferias, en Alemania y en el exterior, avisos para expositores y noticias actuales del sector se pueden consultar en la página web, en alemán e inglés.

### German trade fair industry



[facts, functions, perspectives](#)  
[\[continue\]](#)



### Medir la eficiencia





# Análisis de la Competencia



Su éxito está en la feria.

Asociación alemana del Sector de Ferias y Exposiciones

Home

Sitemap

Contact

Download

Publications

Suche

deutsch

english

français

## Datos de Ferias

alemania

▼ mundo entero

Addresses/Links

Key Figures

Marketing

Trade Fair Participation

Medidor de Rentabilidad

Trade Fair Library

Press

AUMA-Events

About us

Ferias en el mundo entero | [recomendación para la búsqueda](#)

Programa de Participaciones de Alemania en las ferias extranjeras



Feria realizada por organizador alemán en el exterior



año

2006  
2007  
2008  
2009  
2010

mes

enero  
febrero  
marzo  
abril  
mayo

título

organizador

ciudad

Aberdeen  
Abi Dhabi  
Abuja  
Acapulco  
Accra

país

Afganistán  
Albania  
Alemania  
Angola  
Arabia Saudí

continentes

Europa  
África  
Asia  
Norteamérica  
Latinoamérica

sectores industriales 01...99

1: Ferias universales y no monográficas sobre bienes de inversión y de consumo  
2: Ferias no monográficas de bienes de inversión  
3: Ferias no monográficas de bienes de consumo  
4: Exposiciones para el consumidor  
5: Óptica ocular

palabras de búsqueda de sector

accesorios (34)  
accionamiento (55)  
aceros (35)  
aeronáutica (53)  
aeropuertos, construcción de (53)


# Análisis de la Competencia


Home Sitemap Contact Download Publications Suche  deutsch english français

**Datos de Ferias**  
alemania  
▼ mundo entero  
Addresses/Links

Key Figures  
Marketing  
Trade Fair Participation  
Medidor de Rentabilidad  
Trade Fair Library  
Press  
AUMA-Events  
About us

Ferias en el mundo entero | [recomendación para la búsqueda](#)

Programa de Participaciones de Alemania en las ferias extranjeras 

Feria realizada por organizador aleman en el exterior 

año  mes

2009   
2010   
2011   
2012   
2013

enero   
febrero   
marzo   
abril   
mayo

título

organizador

ciudad

Aberdeen  
Abi Dhabi  
Abuja  
Acapulco  
Accra

país

Afganistán  
Albania  
Alemania  
Angola  
Arabia Saudí

continentes

Europa  
África  
Asia  
Norteamérica  
Latinoamérica

sectores industriales 01...99

8: Bancos, inversiones, bienes inmuebles  
9: Técnicas y maquinaria de la construcción, terminación de interiores  
10: Confección  
11: Iluminación  
12: Minería

palabras de búsqueda de sector

accesorios (34)  
accionamiento (55)  
aceros (35)  
aeronáutica (53)  
aeropuertos, construcción de (53)

cronológica  geográfica

ica

Buscar Reset

# Análisis de la Competencia



Su éxito está en la feria.

Asociación alemana del Sector de Ferias y Exposiciones

[Home](#)

[Sitemap](#)

[Contact](#)

[Download](#)

[Publications](#)

Suche

[deutsch](#) [english](#) [français](#)



## Datos de Ferias

[alemania](#)

[▼ mundo entero](#)

[Addresses/Links](#)

[Key Figures](#)

[Marketing](#)

[Trade Fair Participation](#)

[Medidor de Rentabilidad](#)

[Trade Fair Library](#)

[Press](#)

[AUMA-Events](#)

[About us](#)

## Ferias en el mundo entero | [recomendación para la búsqueda](#)

Criterios de búsqueda: 2010, 2011, Europa, 10: Confección

100 resultados

[◀ volver a búsqueda](#)

[confirmar elección ▶](#)

- elección de todas las fechas feriales (max. 20)   
- 09.01.- 10.01.2010 [Fest- und Hochzeitsmesse](#)  
Zürich (Suiza)
- 12.01.- 15.01.2010 [PITTI IMMAGINE UOMO](#)  
Florencia (Italia)
- 15.01.- 17.01.2010 [Fest- und Hochzeitsmesse](#)  
St. Gallen (Suiza)
- 16.01.- 17.01.2010 [Karlsruher Hochzeits- und Festtage - Dias de fiestas y de nupcias](#)  
Karlsruhe (Alemania) 
- 21.01.- 23.01.2010 [International Istanbul Fashion Fair](#)  
Estambul (Turquía)

# Análisis de la Competencia



05.09.2009



datos estadísticos

## WHO'S NEXT

International Fashion Show

lugar	Paris, Francia Paris Porte de Versailles (VIPARIS)
fecha	24.01.2010 - 26.01.2010
frecuencia	dos veces anualmente
año de fundación	1994
organizador	Urban Show S.A. c/o Who's Next & Premiere Classe 27-29 rue Guenegaud 75006 Paris Fon: +33-1-401374-74 · Fax: +33-1-401374-84
	equipo del proyecto <a href="mailto:info@whosnext.com">info@whosnext.com</a> <a href="http://www.whosnext.com">www.whosnext.com</a>
sector principal	Confección (sector 10), Piel, artículos de piel, calzado (sector 50)
segmento de la oferta	confección, accesorios de moda, calzados
horario/acceso	visitantes profesionales: todos los días 09:00-19:00 hora
actos o eventos paralelos	PREMIERE CLASSE



# Análisis de la Competencia

WHO'S  
NEXT  
T09

/// Français

/// English

Access to Who's Next in Dubai:

/// Français

/// English

WHO'S  
NEXT  
TV



# Plan de Marketing

## Plan de Acción de Mix - Marketing

4 P's del Mix de Marketing.

### Producto

1. Producto y su entorno físico (empaquete)
2. Aspectos intangibles: Marca, diseños
3. Ventajas diferenciales

**Plaza:** Canales de distribución por utilizar:

1. Mayorista, minoristas, internet, entre otros
2. En que mercados: Regionales, EE.UU. Europa, Asia
3. Posición relativa en el mercado
4. Condiciones de acceso al mercado

### Precio

1. Fijación de Precios de Exportación

### Promoción

1. Cómo hacer conocido nuestro producto.
2. Dar a conocer las ventajas que ofrece
3. Plan operativo de promoción: ferias, misiones comerciales, viajes de negocios



**Muchas Gracias por su Atención**

**[dparedes@promperu.gob.pe](mailto:dparedes@promperu.gob.pe)**

**[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)**