



Guía

Ruta Exportadora



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Colección Promoviendo Exportación Guía N° 5 Ruta Exportadora

Una publicación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
Calle Uno Oeste N° 50, San Isidro, Lima, Perú
Teléfono: (51-1) 513-6100
www.mincetur.gob.pe
© MINCETUR. 2013. Todos los derechos reservados

Contenido: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú).
Edición de textos, diseño e ilustraciones: Digired.net.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-11334
Segunda impresión: Diciembre de 2013
Tiraje: 1.000 unidades

Distribución gratuita. Prohibida su venta
Este documento puede reproducirse en su totalidad para su difusión y debate siempre y cuando se mencione la fuente.

Con el objetivo de contribuir a la competitividad de nuestras exportaciones, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de forma conjunta con PROMPERÚ pone a disposición de empresarios y público en general la colección de 16 guías Promoviendo Exportación en el marco del “**Programa de Promotores de Comercio Exterior**” que expone de manera directa y simple los pasos necesarios para desarrollar la actividad exportadora con éxito.

Se introduce a las personas naturales o microempresarios y emprendedores al mundo de los negocios, enseñándoles primero a valorar los recursos con los que cuentan en sus localidades. A partir de ello se les inculca un espíritu emprendedor que los impulse a llevar esos recursos a otros lugares en los que por tratarse de algo nuevo, pueden recibir una valoración mucho mayor. Se les familiariza con los términos de producción, materia prima, tecnología, envases y embalaje, servicios logísticos, entre otros, como si se tratara de algo muy natural. Se promueve la formación y constitución de empresas y si no se contara con el capital necesario se sugiere la asociatividad.

También se desarrollan técnicas para el mejor aprovechamiento de los tratados de libre comercio, haciéndose uso de ejemplos sencillos y tests de evaluación para mayor confianza del empresario. A partir del convencimiento de explorar los mercados se provee al empresario o emprendedor de las herramientas de gestión y del conocimiento operativo que requiere para hacer su primer embarque o despacho. Se detallan además los servicios de la Ruta Exportadora que Promperú presta a los empresarios durante los diferentes estadios de su desenvolvimiento en el mercado acompañándolos en toda su travesía y presentándoles la Ventanilla Única de Comercio Exterior como un instrumento que nos ayuda a ahorrar tiempo y dinero centralizando los procesos y trámites de exportación e importación de forma electrónica.

Con la seguridad de sumar a nuestros exportadores de alimentos, confecciones, metalmecánicos, químicos, artesanías y joyería de hoy otros sectores que tanto en bienes como en servicios se desarrollarán innovando y accediendo a nuevas tecnologías gracias a las ventajas que nos ofrece la integración al mundo, ponemos al alcance de todos y todas ustedes emprendedores y microempresarios, funcionarios y funcionarias de gobiernos locales, regionales y nacional, la colección de estas 16 guías Promoviendo Exportación que nos harán liderar las exportaciones de nuestro país al mundo, generando más empleo y más inclusión para todos.

Magali Silva Velarde – Álvarez
Ministra de Comercio Exterior y Turismo

La **Guía Ruta Exportadora**, la quinta de la **Colección Promoviendo Exportación**, nace de las necesidades de las pequeñas y medianas empresas que cuentan con oferta exportable, pero que aún no logran consolidar su presencia en los mercados internacionales. Por esta razón, Promperú diseñó una gama de servicios que mejoren la competitividad exportadora y generen oportunidades para las PYME que a su vez se traduzcan en el incremento de las exportaciones del Perú.

Esta creación de nuevos servicios, tomando en cuenta las debilidades de las PYME peruanas y las buenas prácticas de las agencias de promoción de exportaciones de otros países, dio como resultado 24 servicios orientados al exportador y el potencial exportador de nuestras diversas regiones.

Las actividades abarcan desde servicios básicos, como seminarios de sensibilización, hasta los más avanzados, enfocados en herramientas de promoción comercial que le permiten a las empresas incursionar o consolidar sus negocios.

La Ruta Exportadora es flexible en la medida en que posibilita la creación e incorporación de nuevos servicios a la ruta, en función de las nuevas necesidades empresariales, así como de las actividades y acciones que se desarrollan en otras economías. Todo ello con el fin que las empresas peruanas obtengan óptimas herramientas para competir a nivel global.



1

PROGRAMA RUTA EXPORTADORA - PROMPERÚ

- 1.1 ¿Qué es la Ruta Exportadora?12
- 1.2 Programas de la Ruta Exportadora15

DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS

2

- 2.1 Aula Virtual20
- 2.2 Programas de Sensibilización22
- 2.3 Talleres especializados29
- 2.4 Programa Exporta Perú39
- 2.5 Programa Comercio Justo46
- 2.6 Programa Planes de Exportación - PLANEX50
- 2.7 Asistencia técnica en costos y precios de exportación55
- 2.8 Programa Crea tu Página Web58
- 2.9 Programa de Diseño60



- 2.10 Programa de empaques, embalajes y etiquetado.....62
- 2.11 Programa de asociatividad, consorcios y grupos de exportación.....64
- 2.12 Imagen corporativa67
- 2.13 Programa COACHING: mejora de la gestión exportadora.....69
- 2.14 Misiones tecnológicas, seguimiento e introducción de mejoras72
- 2.15 Taller de Marketing Internacional y Negociaciones.....75

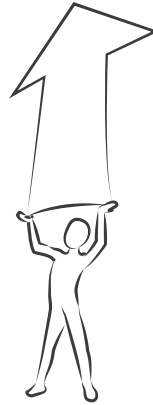
CAPÍTULO 1

RUTA EXPORTADORA PARA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

PROGRAMA RUTA EXPORTADORA - PROMPERÚ

1.1 ¿QUÉ ES LA RUTA EXPORTADORA?

Es una herramienta innovadora en promoción de exportaciones, que busca el fortalecimiento y la consolidación de la competitividad de las pymes peruanas en su objetivo de internacionalización.



OBJETIVO

Mejorar la competitividad de las empresas potenciales exportadoras y las empresas exportadoras, dotándolas de capacidades de gestión empresarial, herramientas y elementos de diferenciación, para potenciar su incursión, desarrollo y consolidación en su proceso de internacionalización.

DIRIGIDO A

Interesados en exportar, exportadores en proceso y exportadores actuales de los siguientes sectores:

- 1 Biocomercio: nutracéuticos, cosmeceúticos y plantas medicinales.
- 2 Agro y agroindustria: frutas y hortalizas frescas, productos de origen vegetal procesados, granos secos, productos especiales o con certificación específica.
- 3 Pesca y acuicultura: productos en conserva y congelados.

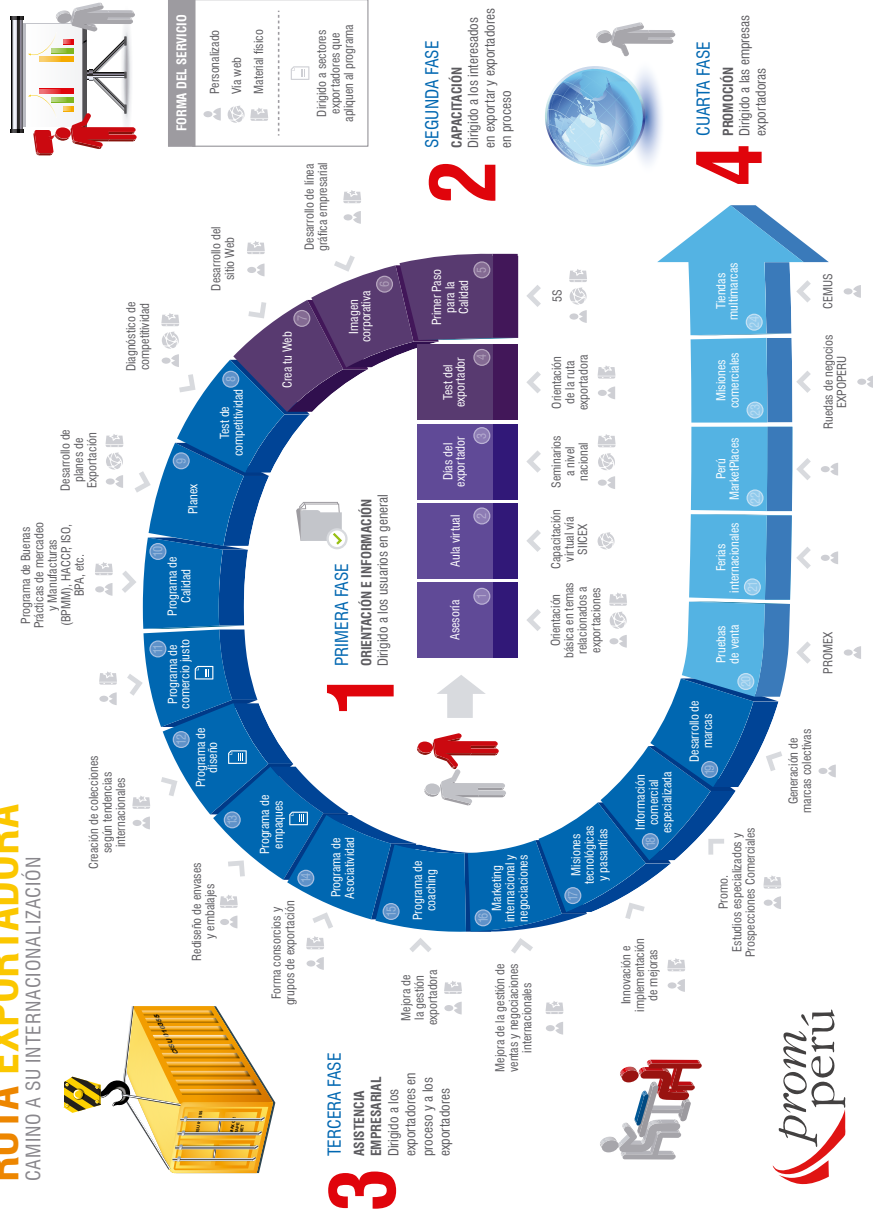
- 4 Industria de la vestimenta: prendas de tejido de punto en algodón, prendas de tejido de punto en alpaca, prendas de tejido de punto en algodón orgánico, prendas de tejido de plano en algodón, artículos de cuero y calzado y joyería.
- 5 Manufacturas diversas: materiales y acabados para la construcción, proveedores de minería y autopartes, plásticos, artículos de regalo y decoración, materiales médicos y quirúrgicos.
- 6 Servicios: servicios especializados, tecnología y creatividad, servicios profesionales, servicios culturales y otros.

REQUISITOS PARA POSTULAR:

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado, desde su fundación, mínima de un año.
- 3 No presentar deudas con la SUNAT.
- 4 Que la empresa haya exportado o cuente con oferta exportable aprobada por el especialista del sector de PROMPERÚ.
- 5 Llenar el formulario del test del exportador.
- 6 Que la gerencia de la empresa establezca un compromiso formal con PROMPERÚ para ingresar a la ruta exportadora.
- 7 Contar con un equipo técnico, administrativo y comercial que permita a la empresa participar en los diferentes programas de la ruta.

RUTA EXPORTADORA

CAMINO A SU INTERNACIONALIZACIÓN



1.2 PROGRAMAS DE LA RUTA EXPORTADORA

La presente Ruta Exportadora de PROMPERU, tiene los siguientes programas: básico, intermedio y avanzado.

BÁSICO

- Taller de gestión exportadora: Gestión, Desarrollo de mercados, Logística, Comercio Electrónico, Acceso de mercados
- Programa de calidad 5 s
- PLANEX Básico
- Programa Crea a tu web
- Programa de Imagen Corporativa
- Exporta Fácil

INTERMEDIO

- Talleres especializados: Políticas de costos y precios de exportación, comunicación eficaz
- PLANEX Intermedio
- Programa de Calidad (Buenas prácticas de Mercadeo y Manufactura) BPMM, ISO, etc.
- Programa de Empaques: Envase, embalaje, etiquetado
- Programa de Diseño
- Programa de Asociatividad

AVANZADO

- Programa de Marketing Internacional y negociaciones comerciales
- PLANEX Avanzado
- Programa Coaching Exportador
- Certificaciones de calidad y diferenciación
- Desarrollo de Marcas individuales, marcas colectivas y signos distintivos

BENEFICIOS DE LOS PROGRAMAS

Se otorgarán los siguientes beneficios:

BÁSICO

- > Atención personalizada
-
- Acceso a los Boletines de mercado
-
- Visita a ferias internacionales, misiones comerciales o ruedas de negocios, hechas en el Perú

INTERMEDIO

- > Pruebas de venta (Representantes de ventas permanente en PROMPERU en destino)
-
- Participaciones en Misiones tecnológicas
-
- Información de mercado especializado
-
- Todos los beneficios del programa básico

AVANZADO

- > Descuentos en eventos comerciales, si las empresas están certificadas
-
- Participación en el Programa de tiendas Multimarcas en destino y Centros Multiservicios
-
- Todos los beneficios de las etapas anteriores

» FACILITACIÓN DE EXPORTACIONES »

» INTELIGENCIA COMERCIAL »

DURACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE LA RUTA EXPORTADORA:

La duración de la Ruta Exportadora, dependerá del avance de la empresa en la misma:

BÁSICO

> 6 meses

INTERMEDIO

> 12 meses

AVANZADO

> 18 meses

.....

No considera los tiempos de certificación

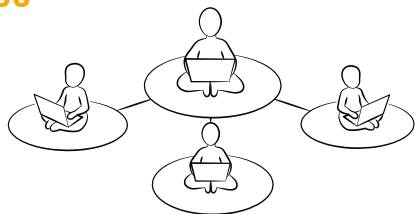
.....

No considera los tiempos de instalación en la tienda multimarca

CAPÍTULO 2

DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS

2 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS



2.1 AULA VIRTUAL

Es un servicio dirigido a la comunidad exportadora que le permite, desde la pantalla de su computadora y desde cualquier parte del mundo, poder ver y escuchar en vivo y en directo diferentes ponencias impartidas por expertos nacionales e internacionales sobre la temática exportadora.

Adicionalmente, se cuenta con una videoteca virtual con más de 50 archivos disponibles las 24 horas del día. Para quienes asistieron personalmente a los seminarios, es una oportunidad para recordar sus contenidos y poder disponer de la documentación y para quienes no pudieron asistir en su oportunidad, pueden acceder de manera gratuita a estos videos.

OBJETIVO

Sensibilizar a la sociedad sobre los beneficios que puede generar la actividad exportadora para el desarrollo del país a través del desarrollo de las capacidades y conocimiento del comercio exterior, del adecuado uso estratégico de la información comercial y de mercados y la facilitación comercial de forma descentralizada.

CONTENIDO

Aquí encontrará una cuidadosa selección de conferencias de nuestro programa “Miércoles del Exportador”, datos de contacto de los conferencistas, links de interés, documentación, etc. Podrá descargarse toda la documentación de apoyo. Todo el material está disponible en el portal “sistema integrado de información de comercio exterior – SIICEX”, www.siicex.gob.pe

Puede acceder a los seminarios grabados en las últimas ediciones del Miércoles del Exportador, a los seminarios del PROMO, a las Jornadas de Oportunidades Comerciales en los principales mercados internacionales y países con los que tenemos acuerdos comerciales.

Además, tendrá la oportunidad de acceder a la programación de Webinars o seminarios web a través brindados por expositores ubicados en diferentes partes del mundo.

Exporberto, nuestra Guía Interactiva de Exportación, es una herramienta de aprendizaje en línea sobre los principales conceptos y terminología usados en las exportaciones.

A través de Willax.tv podrá seguir las exposiciones de PROMPERU en nuestro programa Exportando.pe, todos los sábados y domingos de 09:00 - 11:00 y 16:00 - 18:00 horas (hora peruana) y sus repeticiones los domingos de 05:00 - 07:00 horas.



Nuestro Canal de Exportaciones en www.youtube.com permite acceder a diversos videos promocionales sobre las actividades de PROMPERU Exportaciones.



PÚBLICO OBJETIVO

Público en general, interesados en temas de comercio exterior.

REQUISITOS Y CONDICIONES

Acceso de internet a público en general e interesados en exportar. Participan estudiantes, investigadores, representantes de empresas exportadoras. No hay costo de participación.

DURACIÓN

Servicio permanente 24 horas x 7 días a la semana x 365 días al año.

SECTORES

Multisectorial

INDICADORES DE MEDICIÓN DE CUMPLIMIENTO

Aula virtual	
	N° de visitantes en el portal
1	N° de visitantes en el aula virtual
	N° de capacitaciones virtuales

2.2 PROGRAMAS DE SENSIBILIZACIÓN



DÍAS DEL EXPORTADOR EN LIMA Y REGIONES

Los “Días del Exportador” se iniciaron en Lima en 1998, en el auditorio de COFIDE, como un programa de sensibilización denominado “Miércoles del Exportador”. Dirigido principalmente a interesados en conocer diversos temas de comercio exterior, su fin era difundir la cultura exportadora. A partir de 2008, se extendió la presentación a todo el país, comenzando en las ciudades de Arequipa y Huancayo. En 2009, se adicionaron Chiclayo, Trujillo, Cusco, Iquitos y Tacna, y en 2010, las ciudades de Ica y Huánuco.

OBJETIVO

Sensibilizar a la sociedad sobre los beneficios que puede generar la actividad exportadora para el desarrollo del país, a través de forjar las capacidades y el conocimiento del comercio exterior, el uso estratégico de la información comercial y de mercados y la facilitación comercial, de manera descentralizada.

CONTENIDO DE LOS SEMINARIOS DEL MIÉRCOLES DEL EXPORTADOR – LIMA 2010



EXPORTANDO PASO A PASO

- Exportando paso a paso I.
- Exportando paso a paso II.
- Exportando paso a paso III.
- INCOTERMS 2010.
- INCOTERMS y la compraventa internacional.
- Los INCOTERMS como herramienta de negociación.
- Casos prácticos de exportación.
- Adecuación de la oferta de un producto para el mercado internacional.

EXPORTACIONES TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES SECTORIALES

- Agroindustria, confecciones, pesca, artesanía, joyería, franquicias, servicios, biocomercio, software, productos naturales, productos gourmet.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO

- Cómo iniciarse en los negocios electrónicos.
- Cómo crear una tienda virtual.
- Recursos tecnológicos y redes sociales para iniciarse en las exportaciones.
- Redes sociales.

MECANISMO, HERRAMIENTAS Y DOCUMENTACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

- Casos de éxito con Facebook, Blog, Hi5 y otras redes sociales para promover negocios de exportación.
- ABC del comercio electrónico.
- Plan de diseño de una página web.
- Firma digital y negocios internacionales.
- Innovación en Internet como herramienta de internacionalización de las pymes.
- El comercio exterior aplicado a los negocios electrónicos.
- Cómo posicionar su sitio web través de buscadores en Internet.
- E-marketing: promoción en Internet para los negocios internacionales.
- Uso de las tecnologías de información para promover las artesanías de exportación.

- Drawback como beneficio aduanero exportador: procedimientos para solicitarlo.
- Devolución del IGV.
- Certificados de origen para acogerse a las preferencias comerciales en la exportación.
- Seguros de crédito y garantías para la exportación.
- Exporta Fácil, solución logística de exportación para las pymes.
- Exporta Fácil, experiencia colombiana.
- Regímenes aduaneros de admisión temporal e importación temporal.
- Zonas francas y depósitos francos.
- SUNAT virtual: manejo electrónico de libros, registros y facturas para facilitar sus operaciones.
- Contratos internacionales de representación, distribución, agencia, colaboración empresarial, joint venture.
- Valorización aduanera, nomenclatura y clasificación arancelaria.
- Llenado práctico de los documentos de exportación.
- Aranceles para productos de exportación en los mercados internacionales.
- Modalidades societarias como vehículo para acogerse a beneficios de exportación.

ACUERDOS COMERCIALES, TLC, CASOS DE ÉXITO, OPORTUNIDADES COMERCIALES

- Acuerdos de promoción comercial Perú – EE.UU.
- Cómo exportar a EE.UU.
- Oportunidades comerciales en EE.UU.
- Cómo participar en ferias internacionales en EE.UU.
- Regulaciones para la exportación de alimentos en EE.UU.
- Cómo exportar a la Unión Europea.
- Oportunidades comerciales con España, Alemania, Italia, países nórdicos, Holanda.
- Acuerdo de promoción comercial Perú – China.
- Oportunidades comerciales en el mercado chino.
- Herramientas financieras para exportar a China.
- Cómo exportar a China.
- Casos de éxito de empresas exportadoras a China.

PYMES

- Internacionalización de las pymes peruanas.
- La nueva ley de las pymes.
- Asociatividad para las pymes como herramienta de internacionalización.
- Buenas prácticas comerciales de exportación en las pymes exportadoras.
- Programa de internacionalización y fortalecimiento de la competitividad de las pymes.
- Incorporación de la pyme al comercio electrónico: proyecto pymes peruanas al mundo.
- Estrategias y nuevas herramientas para mejorar la competitividad de las pymes.

MERCADOS INTERNACIONALES

- Cómo elaborar un plan de introducción al mercado internacional.
- Estrategias de ingreso a los mercados internacionales I.
- Estrategia de ingreso a los mercados internacionales II.
- Estrategia de ingreso a los mercados internacionales III.
- Tendencias en los mercados internacionales.
- Cómo seleccionar un mercado internacional.
- Oportunidades comerciales y nichos de mercado de exportación.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

- Introducción a la distribución física internacional.
- Transporte marítimo.
- Transporte aéreo.
- Transporte terrestre.
- Soluciones logísticas de exportación.
- Los servicios de couriers. Plataforma logística para las pymes exportadoras.
- La importancia de los agentes de aduana.
- Cómo elegir bien un operador logístico.
- Costos logísticos y operativos.
- Fijación de precios y costos logísticos.
- Logística integral de exportaciones.

PLAN DE MARKETING

- Cómo elaborar un plan de marketing I.
- Cómo elaborar un plan de marketing II.
- Cómo elaborar un plan de marketing III.
- Marketing relacional.
- Marketing ferial e imagen internacional.

PLAN DE EXPORTACIONES

- Importancia de un plan de negocios de exportación.
- Cómo elaborar un plan de negocios de exportación I.
- Cómo elaborar un plan de negocios de exportación II.

HERRAMIENTAS FINANCIERAS

- Financiamiento para pymes.
- Los medios de pago internacionales.
- Las cartas de crédito y cobranzas documentarias.
- Financiamiento en el comercio internacional.
- Forwards: cómo cubrirse del riesgo cambiario en las exportaciones.
- El factoring internacional y el forfaiting.
- Alternativas de financiamiento a través del mercado de valores.
- Programa y líneas de financiamiento para las pymes exportadoras.
- Análisis financiero para empresas exportadoras.

JORNADAS DE LA CALIDAD

- Calidad en el comercio internacional de alimentos.
- Requisitos fitosanitarios para la agroexportación.
- Requisitos sanitarios para la exportación de alimentos.
- Requisitos sanitarios para la exportación de hidrobiológicos.
- Normatividad de EE.UU. contra el bioterrorismo.
- La seguridad en la cadena logística: sistemas de gestión de control y seguridad BASC.
- Importancia de las normas técnicas.
- Sistemas integrados de gestión e indicadores de gestión.
- Las buenas prácticas agrícolas: tendencias de certificaciones en el mundo.
- Rastreadibilidad de alimentos.
- Análisis de peligros y de puntos críticos de control: sistema HACCP
- Las buenas prácticas en el sector manufacturero: normas de ISO 9000.
- Sistemas de gestión de la calidad e inocuidad alimentaria ISO 22000.
- Cómo exportar productos pesqueros al Brasil.
- Certificación orgánica NOP/USDA.
- La certificación Kosher.
- Certificación Halal.
- La gestión de la calidad en la cadena alimentaria.
- Procesos de certificación de productos orgánicos.
- La certificación Fair Trade (Comercio Justo).

ENVASES Y EMBALAJES

- Importancia de los envases y embalajes en el comercio internacional.
- Envases y embalajes para los productos del agro y la agroindustria.
- Envases y embalajes para los productos textiles y de confecciones.
- Envases y embalajes para los productos pesqueros.
- Envases y embalajes para los productos de manufactura.
- Envases y embalajes la exportación de artesanías y artículos de cuero.

MECANISMOS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

- Cómo participar exitosamente en una feria internacional.
- Importancia de las marcas en las exportaciones y nuevas tendencias en la promoción comercial.
- Distribución física internacional para las ferias internacionales.

Fuente: SIICEX

PÚBLICO OBJETIVO

Público en general e interesados en temas de comercio exterior.
Participan estudiantes, investigadores y representantes de las empresas exportadoras.

REQUISITOS Y CONDICIONES

- 1 El costo de participación es de S/. 10,00.
- 2 El horario es de 9:00 a 13:00 horas la primera parte de las presentaciones, y de 15:00 a 18:00 horas la segunda parte.

También se puede seguir en directo por Internet a través de Eventos y Conferencias: <http://www.eventosyconferencias.com/promperu/>, todos los miércoles de 9:00 a 13:00 horas. Así mismo, por televisión a través del programa EXPORTANDO.PE: **Cable Mágico Canal 36** y en **Claro TV Canal 8**, que transmite los seminarios todos los sábados y domingos.

DURACIÓN

42 miércoles del año, desde la tercera semana de enero hasta la segunda semana de diciembre. Los seminarios son presentados por especialistas de PROMPERÚ y de las instituciones públicas y privadas relacionadas con la cadena exportadora.

SECTORES

Multisectorial

INDICADORES DE MEDICIÓN DE CUMPLIMIENTO

Días del exportador	
1	Nº de participantes (personas capacitadas)
2	Nº de empresas participantes


ARCHIVO DE PROGRAMAS GRABADOS DEL MIÉRCOLES EXPORTADOR
<http://www.eventosyconferencias.com/promperu/>


FACEBOOK MIÉRCOLES DEL EXPORTADOR
<http://www.facebook.com/promperu.miercolesdelexportadora>

2.3 TALLERES ESPECIALIZADOS

Estos talleres se desarrollan desde el año 2006 en los laboratorios del ADOC. El objetivo inicial estaba enfocado en mejorar y fortalecer las capacidades de las pequeñas y medianas empresas en temas relacionados con tecnologías de la información, Internet y comercio internacional.

El ADOC PERU se inició el 15 de mayo del 2005, en el marco del Foro de Cooperación Económica Asia - Pacífico, gracias al apoyo del APEC Secretariat de China Taipei, ADOC Secretariat, Instituto de la Industria de la Información "III" y la Oficina Económica y Cultural de Tapei en Perú. Estas instituciones donaron veinte computadoras, un servidor, un proyector y una impresora multifuncional para la oficina en Lima. En el 2007, donaron doce computadoras, un servidor y un proyector para la oficina de Arequipa. En el 2009, se sumaron una donación de ocho laptop para la oficina de Lima y cuatro laptop para la oficina de Arequipa.

OBJETIVO

Brindar capacitaciones especializadas enfocadas en la gestión exportadora, el desarrollo de mercados, la operatividad de la logística internacional, las tecnologías de la información y el comercio electrónico.

FASES

1 TALLER DE GESTIÓN

La enseñanza en este taller se orienta a la adquisición del mayor dominio en el uso de los recursos con que cuenta la organización y a la posibilidad de continuar fortaleciendo este dominio.

Las capacidades que se deben fortalecer son: acción asertiva, autonomía de acciones, discriminación selectiva y visión prospectiva.

El objetivo es comprender y utilizar adecuadamente los contenidos aduaneros, el servicio post venta y la gestión financiera, así como manejar de manera efectiva los costos y los presupuestos que se desprenden de los productos y servicios que genera una empresa.

PLAN CURRICULAR - GESTIÓN

TEMAS GENERALES DENTRO DEL CONTENIDO CURRICULAR	TEMAS ESPECÍFICOS (Capítulos)	Horas	Sesiones
1.1. GESTIÓN ADUANERA	Operativa de comercio exterior	4	6 - 8
	Legislación aduanera	4	
	Nomenclatura arancelaria	3	
	Valoración aduanera	3	
	Tributación aduanera	4	
	Preferencias arancelarias	6	
	Total	24	

1.2. GESTIÓN POST VENTA	Atención al cliente	6	4 - 6
	Dataminig	6	
	CRM	6	
	Total	18	
1.3. COSTOS Y PRESUPUESTOS	Fundamentos de costos	2	6 - 8
	Los costos y sus elementos	4	
	Centro de costos	4	
	Costo-volumen-utilidad	4	
	Costos basados en actividades y presupuestos	6	
	Presupuestos en las empresas	6	
Total	26		
1.4. HERRAMIENTAS FINANCIERAS	Economía internacional	2	3 - 5
	Finanzas corporativas	2	
	Derivados financieros	4	
	Alianzas estratégicas	2	
Total	10		
1.5. GESTIÓN EMPRESARIAL	Fundamentos empresariales	2	1 - 2
	Negociación empresarial	4	
	Total	6	
1.6. GESTIÓN PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES	Gestión para la captación de clientes	4	2 - 3
	Gestión post venta	4	
	Total	8	
1.7. OUTSOURCING	Definiciones y consideraciones	2	2 - 3
	Etapa de transición del outsourcing	2	
	Estrategias de outsourcing	3	
	Total	7	
1.8. PLAN DE NEGOCIOS	Planeamiento estratégico	4	4 - 6
	Estudio de mercado	4	
	Plan de operaciones	4	
	Plan financiero	4	
	Total	16	

2

TALLER DE DESARROLLO DE MERCADOS

Este taller está orientado a la atracción de nuevos clientes hacia los productos existentes desarrollados por la empresa.

Las capacidades que se deben fortalecer son: análisis y síntesis de la información, interpretación de la información, valoración apreciativa, exposición de razones, autorregulación.

Los objetivos son: comprender y analizar adecuadamente los contenidos relacionados con el manejo y la recolección de la información; gestionar de manera exitosa la participación en ferias comerciales; identificar y reconocer la importancia del cliente en la existencia, el progreso y la rentabilidad de una empresa; y analizar los gustos y las tendencias existentes en el mercado.

2.3. Marketing	Producto	2	2 - 3
	Precio	2	
	Plaza	2	
	Promoción	2	
	Total	8	
2.4. Gustos y tendencias	Cómo negociar con los países exportadores	4	1 - 2
	Total	4	

PLAN CURRICULAR - DESARROLLO DE MERCADO

TEMAS GENERALES DENTRO DEL CONTENIDO CURRICULAR	TEMAS ESPECÍFICOS (Capítulos)	Horas	Sesiones
2.1. Inteligencia comercial	Análisis de información estadística de comercio exterior	4	2 - 3
	La investigación de mercado	4	
	Total	8	
2.2. Participación en ferias	Ferias internacionales	2	6 - 8
	Marketing internacional	2	
	Estrategias competitivas	4	
	Plan de marketing internacional	4	
	Gestión del precio internacional	2	
	Diseños	4	
	Total	18	

3

TALLER DE OPERATIVIDAD

Conceptualmente, este taller está dirigido al desarrollo de la capacidad para realizar una función, considerando determinadas variables para el desarrollo del emprendimiento empresarial. Las capacidades que se deben fortalecer son: flexibilidad de pensamiento, reflexión lógica, actuación adaptativa, discriminación selectiva, visión prospectiva, pensamiento estratégico, agudeza perceptiva y autonomía.

Se busca comprender los contenidos que se desprenden de la gestión logística, reconociendo que una adecuada aplicación de estos asegura productos de alta calidad, generados en las condiciones indicadas y óptimas según lo establecido en el mercado, para lograr una mayor rentabilidad para la empresa que lo aplica.

Así mismo, se busca identificar y reconocer las características claves para proporcionar un adecuado envase o embalaje a los productos generados por la empresa, considerando que la buena calidad y el diseño de estos asegurará éxitos en la rentabilidad de la organización.

PLAN CURRICULAR - OPERATIVIDAD

TEMAS GENERALES DENTRO DEL CONTENIDO CURRICULAR	TEMAS ESPECIFICOS (Capítulos)	Horas	Sesiones
3.1. Logística	Logística internacional	2	4 - 6
	Cadena de suministro internacional	2	
	Plan logístico operativo	4	
	La investigación de mercado	4	
	Total	12	
3.2. Envases y embalaje	Envases y embalajes	4	3 - 4
	Procesos productivos	4	
	Total	8	
3.3. Exporta Fácil	Operatividad	2	1
	Beneficios	1	
	Total	3	

4

TALLER DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Este taller está orientado a dar a los empresarios pequeños y medianos una visión clara y objetiva de lo que se puede esperar del comercio electrónico. Pretende asistir a los empresarios para entender y tomar decisiones sobre su participación y sobre la inversión que debe hacer para introducir a su empresa en el comercio por medio de la Internet.

El taller está dirigido a pequeños y medianos empresarios, que deseen conocer más a fondo todo lo relacionado con internet, la web, el marketing y el comercio electrónico.

Conceptualmente, esta área temática está dirigida al desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, y al uso de las redes sociales como herramientas de posicionamiento de la empresa exportadora.

PLAN CURRICULAR – COMERCIO ELECTRÓNICO

TEMAS GENERALES DENTRO DEL CONTENIDO CURRICULAR	TEMAS ESPECIFICOS (Capítulos)	Horas	Sesiones
4.1. Internet como estrategia de negocios del siglo XXI	Introducción al e-business y la cadena de valor	2	2 - 3
	La Importancia del e-commerce para la empresa exportadora	2	
	Factores claves de éxito para competir en la era digital: Coaching 2.0	2	
	Total	6	
	Total	6	
4.2. Retos y Oportunidades del Emprendedor 2.0	Marketing tradicional Vs. e-Marketing	2	3 - 4
	Internet como fuente de información comercial	2	
	Web 2.0: Nuevas herramientas de interacción y colaboración en Internet	4	
	Total	8	
	Total	8	
4.3. e-Business Plan	Como empezar un negocio en internet	2	3 - 4
	Benchmarking: Análisis de páginas web de éxito	4	
	Planificando mi proyecto web	4	
	Total	10	
	Total	10	
4.4. Modelos de Negocios en internet	Estrategias de desarrollo comercial en Internet	2	2 - 3
	Cómo operar una tienda virtual: Oportunidad de internacionalización empresarial	4	
	Medios de Pago, cobro y delivery:	2	
	Total	8	
	Total	8	

4.5. Herramientas de comercio electrónico para atraer y fidelizar clientes	Publicidad online: SEO y SEM	2	3 - 4
	SMO: Marketing viral y marketing en redes sociales	2	
	Programas de fidelidad: e-CRM	2	
	Proyecto integrador	4	
	Total	10	

5 TALLER DE ACCESO DE MERCADOS

Este taller está orientado a dar a conocer los requerimientos de acceso establecidos por los países de destino, entre ellos los requisitos arancelarios y para-arancelarios. Pretende asistir a los empresarios para evitar la retención o rechazo de sus productos en los mercados internacionales.

El taller está dirigido a pequeños y medianos empresarios, que deseen conocer más a fondo todo lo relacionado con el acceso a los mercados internacionales.

Conceptualmente esta área temática está dirigida a conocer los problemas de acceso a nuestros principales mercados.

PLAN CURRICULAR – ACCESO DE MERCADOS

TEMAS GENERALES DENTRO DEL CONTENIDO CURRICULAR	TEMAS ESPECÍFICOS (Capítulos)	Horas	Sesiones
4.1. Regulaciones sanitarias y fitosanitarias	Requisitos sanitarios	2	2
	Requisitos fitosanitarios	1	
	Bioterrorismo	3	
	Total	6	

4.2. Normas de Etiquetado	Introducción	1	2
	Etiquetado para alimentos	2	
	Etiquetado otros productos	2	
	Total	5	

4.3. Normas de envases y embalajes	Introducción	1	2
	Envases y embalajes para alimentos	2	
	Envases y embalajes par otros productos	2	
	Total	5	

4.4. Certificado de origen	Introducción	1	1
	Certificados de origen	2	
	Total	3	

REQUISITOS

PERFIL INICIAL	REQUISITOS DE VALIDACIÓN DE PERFIL
Mayor de 18 años	DNI
Estudios superiores	Constancias o certificados
Participación en capacitaciones y talleres	Constancias o certificados que acrediten los estudios realizados

Conocimiento básico de comercio exterior o experiencia asimilada en el tiempo	Constancias de estudios o documentos de centro laboral que acredite tiempo de experiencia
Registrado en PROMPERÚ (DUE)	Identificación del registro por medio del RUC
No tener deuda con la institución	Identificación de la deuda por medio del EAPEX
Ejercer actividad orientada al comercio exterior en una empresa debidamente constituida	RRPP, RUC y carta de presentación de la empresa
Que labore en un área de la empresa que genera valor agregado vinculado a la capacitación que postula	Carta de presentación de la empresa con indicación del área en que labora
Persona natural o jurídica con RUC.	RUC (activo)

SECTORES

Multisectorial

CERTIFICACIONES

Los representantes de las empresas recibirán una certificación de participación en los talleres.

INDICADORES DE MEDICIÓN DE CUMPLIMIENTO

Talleres especializados	
1	N° de empresas participantes

2.4 PROGRAMA EXPORTA PERÚ



PRIMER PASO PARA LA CALIDAD: BUENAS PRÁCTICAS DE MERCADERO Y MANUFACTURAS – BPMM

Este programa se inició en el 2005, para introducir los principios básicos de la calidad en las empresas del sector de cuero y calzado. Posteriormente, se adecua el programa para introducirlo en las empresas del sector de confecciones, joyería, maderas y metal mecánica. En el 2007, se adapta el programa (Primer paso para la calidad) para los talleres de artesanía.

OBJETIVO

Desarrollar y fortalecer la capacidad exportadora de las pequeñas y medianas empresas manufactureras, a través de la introducción de las Buenas Prácticas de Mercaderos y Manufacturas, con el fin de actuar en un mercado altamente competitivo y globalizado. Está basado en la norma ISO 9001.

FASES

- PRIMER PASO PARA LA CALIDAD: 5S**
 Consiste en desarrollar la metodología japonesa de las 5S como plataforma básica para generar una cultura de calidad y productividad en todos los miembros de la organización, a partir de la creación de ambientes de trabajo organizados, seguros y agradables.

CONTENIDO

- Capacitaciones grupales: realizadas en cinco sesiones

Módulo	Tema	Hrs.
Sensibilización	- Presentación del programa - Introducción a las herramientas básicas de calidad: 5S	2
I	Clasificación y descarte	3
II	Orden y limpieza	3
III	Mantenimiento y disciplina	3
Clausura	- Presentación de resultados finales - Entrega de constancias	3
Total horas		14

- b. Seguimiento y asesoría en el puesto de trabajo para la introducción de las 5S en la empresa. Las empresas participantes son visitadas semanalmente.

DURACIÓN DEL PROGRAMA

3 meses

2 ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD - BPMM

Los once requisitos que constituyen las BPMM están orientados a brindar a las empresas la capacidad de entregar productos conforme a las necesidades y las expectativas de sus clientes, a través de la estandarización de procesos, el desarrollo de un liderazgo participativo y una filosofía de mejora continua.

- a. Charlas y talleres
- b. Seguimiento y asesoría en el puesto de trabajo para el establecimiento del sistema de gestión de calidad de la empresa. Las empresas participantes son visitadas semanalmente.

CONTENIDO

Componente	Sesión	Actividad	Tema	Horas	
1. Organización para la calidad	1	Seminario	Requisito 4.1 Organización	4	
		Taller	Requisito 4.1 Organización	3	
	2	Seminario	Requisito 4.3 Control de documentos	4	
		Taller	Requisito 4.3 Control de documentos	3	
	3	Seminario	Requisito 4.2 Instalaciones y Requisito 4.4 Personal	4	
		Taller	Requisito 4.2 Instalaciones y Requisito 4.4 Personal	3	
	2. Gestión de procesos operativos e inspección	4	Seminario	Requisito 4.6 Planificación Parte 1	4
			Taller	Requisito 4.6 Planificación Parte 1	3
		5	Seminario	Requisito 4.6 Planificación Parte 2	4
			Taller	Requisito 4.6 Planificación Parte 2	3
6		Seminario	Requisito 4.7 Inspección	4	
		Taller	Requisito 4.7 Inspección	3	
7		Seminario	Requisito 4.8 Mantenimiento y Requisito 4.9 Higiene y seguridad	4	
	Taller	Requisito 4.8 Mantenimiento y Requisito 4.9 Higiene y seguridad	3		
3. Mejora continua	8	Seminario	Requisito 4.10 Auditoría y Requisito 4.11 Mejora	4	
		Taller	Requisito 4.10 Auditoría y Requisito 4.11 Mejora	3	
4. Mercadeo internacional y finanzas		Seminario	Costos y presupuestos / Análisis financiero	4	
		Seminario	Proyección exportadora	4	
		Seminario	Logística exportadora	4	
		Taller	Costos de exportación	3	
		Taller	Análisis financiero	3	

PROCESO PARA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA EXPORTA PERÚ - BPMM



REQUISITOS PARA PARTICIPAR EN EL PROGRAMA EXPORTA PERÚ – BPMM:

- 1 Llenar la solicitud de preinscripción.
- 2 La dirección de la empresa debe estar comprometida con el proceso de mejora.
- 3 La empresa debe contar con un mínimo de trabajadores, según el sector al que pertenezca (1).
- 4 Realizar una producción constante.
- 5 La empresa debe alcanzar un nivel mínimo de ventas anuales según el sector al que pertenezca (2) (3).
- 6 La empresa deberá mantenerse en operación constante, no menos del 35% de su capacidad instalada.
- 7 La empresa debe contar con el soporte informático necesario y la suficiente estructura de comunicaciones (teléfono, fax, e-mail).
- 8 La empresa debe realizar el abono correspondiente por derecho de participación.
- 9 La empresa debe de asignar un equipo de calidad en la empresa (tres participantes) responsables de la puesta en marcha del programa.
- 10 La empresa debe asignar a un asistente técnico que realizará la parte operativa de la puesta en marcha, quien estará monitoreado por el equipo de calidad de la empresa y por el equipo BPMM de PROMPERÚ.

I. CONDICIONES PARA LA CONTINUIDAD DE LA EMPRESA EN EL PROGRAMA BPMM

- Asistencia de no menos de dos representantes por empresa en las sesiones.
- Se aceptará como máximo dos faltas por empresa en el total de las sesiones. Se considera una falta si sólo asiste un representante de la empresa. Las faltas ocasionarán que la empresa no reciba al término del curso su constancia de participación.
- Elaboración y presentación de los materiales requeridos y desarrollados durante las capacitaciones, talleres o visitas.

II. CONDICIONES PARA LA VISITA DE SEGUIMIENTO

- Las visitas serán programadas con la debida anticipación y de mutuo acuerdo con la empresa.
- En caso la empresa presente algún inconveniente para recibir la visita del equipo BPMM de PROMPERÚ, deberá notificarlo con la debida anticipación, de lo contrario se considerará como visita efectuada.

(1) N° mínimo de trabajadores (Operarios / administrativos) por sector:

- Textil y Confecciones: 15 y 3
- Cuero y Calzado: 10 y 3
- Muebles y Maderas: 8 y 3
- Joyería y Orfebrería: 6 y 2
- Manufacturas Diversas: 12 y 3

(2) Nivel mínimo de ventas anuales por sector

- Textil y Confecciones = US\$ 100 000
- Cuero y Calzado = US\$ 45 000
- Muebles y Maderas = US\$ 60 000
- Joyería y Orfebrería = US\$ 35 000
- Manufacturas Diversas = US\$ 100 000

(3) Para el caso de empresa del Sector Artesanías, no se tomara en cuenta el nivel mínimo de ventas.

DURACIÓN DEL PROGRAMA

5 meses

SECTORES INVOLUCRADOS

Textil y confecciones, cuero, calzado y accesorios, manufacturas diversas, muebles y maderas, joyería, artesanía y agroindustria.

CERTIFICACIÓN

La certificación Exporta Perú-BPMM se otorga únicamente a aquellas empresas que demuestren el establecimiento de las BPMM.

INDICADORES DE MEDICIÓN DE CUMPLIMIENTO

Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufactura (BPMM)

N° de empresas capacitadas en programas de calidad (5S, Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufacturas - BPMM, entre otros)

N° de empresas con certificación BPMM



INFORMACIÓN SOBRE EL PROGRAMA

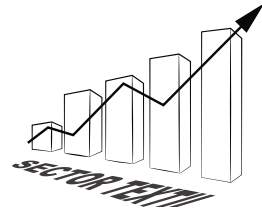
http://www.siiex.gov.pe/siiex/portal5ES.asp?_page_=355.34600#anclafecha



GUÍA DE ESTABLECIMIENTO DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MERCADEO Y MANUFACTURAS

<http://www.siiex.gov.pe/siiex/resources/calidad/73f32a77-45b6-48b7-a4bf-13414762adc2.pdf>

2.5 PROGRAMA COMERCIO JUSTO



El programa se inició en el mes de septiembre del 2009, con el financiamiento de la Corporación Andina de Fomento – CAF. Participaron como consultores la empresa argentina B&C y la empresa italiana Altromercado, quienes diseñaron la metodología, los requisitos, el establecimiento de las buenas prácticas de comercio justo, con la participación del personal del sector de la industria de la moda y personal del Área de Sistemas de Gestión de la Calidad de SAE. Así mismo, capacitaron en un plan piloto a las empresas de confecciones de Lima, Arequipa, Huancayo y Puno, para su participación en las ferias internacionales especializadas de comercio justo.

OBJETIVO

Contribuir con el desarrollo empresarial de las empresas del sector textil y confecciones, para que dispongan de nuevas herramientas de gestión que les permitan acceder a nichos de mercado especializados, como es el de comercio justo.

CONTRIBUCIÓN DEL PROGRAMA

- 1 Promover un cambio en las estructuras comerciales de las empresas.
- 2 Brindarles herramientas para la mejora de su gestión empresarial.
- 3 Buscar un trato responsable a todos los actores de la cadena textil y de confecciones.
- 4 Acceder a nichos de mercado de comercio justo con productos de valor agregado.
- 5 Contribuir con el desarrollo del sector.

CRITERIOS DE LAS BPCJ

Para la obtención de la certificación, la empresa debe de cumplir con los siguientes criterios del comercio justo:

- 1 Creación de oportunidades para las partes interesadas
- 2 Transparencia interna y externa
- 3 Prácticas comerciales
- 4 Desarrollo de habilidades
- 5 Promoción de comercio justo
- 6 Pago de precio justo
- 7 Igualdad de trato
- 8 Condiciones laborales
- 9 Trabajo infantil
- 10 Respeto al ambiente

FASES



DURACIÓN DEL PROGRAMA

6 meses

SECTOR INVOLUCRADO

El programa está dirigido a las empresas de confecciones y de accesorios textiles.

REGLAMENTO DE USO DE LAS BPCJ

El reglamento de uso de las buenas prácticas de comercio justo se rige sobre sobre dos niveles de requisitos para la obtención de la certificación:

1

REQUISITOS BÁSICOS

Para someterse al proceso de evaluación y ser eventualmente certificada, la empresa debe demostrar tener una estructura productiva y cumplir con cada uno de los siguientes requisitos mínimos:

La empresa debe contar con una estructura legal y productiva mínima:

- La empresa debe estar legalmente constituida en los Registros Públicos, contar con RUC vigente y licencia municipal de funcionamiento.
- La empresa debe contar con al menos un trabajador de planilla.
- La empresa debe contar con el soporte informático necesario y la suficiente estructura de comunicaciones (teléfono, fax, e-mail).

La empresa debe producir directamente:

- La empresa debe realizar al menos una parte del proceso productivo.
- La empresa debe alcanzar un nivel de ventas anuales no menor a US\$ 20 000.
- La empresa no deberá mantener cuentas pendientes (económicas o documentarias) con PromPerú, respecto de actividades previamente desarrolladas.

2

CRITERIOS E INDICADORES

MARCAS Y CERTIFICACIONES

PROMPERÚ cuenta con una marca registrada ante el INDECOPI.



INDICADORES DE MEDICIÓN DE CUMPLIMIENTO

Programa Comercio Justo

1 N° de empresas que han establecido Buenas Prácticas de Comercio Justo

2 N° de empresas certificadas

2.6 PROGRAMA PLANES DE EXPORTACIÓN - PLANEX



Este programa se inició en el 2006, con un programa piloto donde participaron 20 empresas. Al año siguiente, con el financiamiento del Banco Mundial, se sistematizó el programa y se desarrolló un programa de capacitación, donde participaron 160 empresas.

Planex es un programa estratégico que permite analizar, evaluar y presentar un plan de exportación. Permite definir los mercados objetivos y determinar las estrategias, actividades y metas de exportación en función de la situación actual de la empresa y las oportunidades del mercado.

Planex pretende servir a las empresas medianas y pequeñas, en general no acostumbradas a emplear herramientas de planificación, para que puedan convertirse en exportadoras regulares, diversificando sus mercados e incrementando el valor de sus exportaciones. Las empresas desarrollan un plan exportador, que será el documento maestro en el cual se explicitarán las acciones necesarias para lograr un mejor desempeño en los mercados internacionales.

Mediante Planex, el empresario podrá demostrar la viabilidad económica y financiera de su idea de negocio, respaldar con un documento técnico las solicitudes de financiamiento a bancos, atraer inversionistas, organizar las actividades de comercialización en un conjunto coherente y contar con una guía para el seguimiento y la autoevaluación de la empresa en su conjunto.

OBJETIVO

Identificar las fortalezas y debilidades de las empresas exportadoras o potencialmente exportadoras, así como prever sus amenazas y oportunidades. Permite definir los mercados objetivos y determinar las estrategias, actividades y metas de exportación, en función de la situación actual de la empresa y las oportunidades de mercado.

FASES Y METODOLOGÍA

- 1 : Seminarios de capacitación y talleres de asesoría grupal, dictados por especialistas de PROMPERÚ, consultores y empresarios invitados.
- 2 : Seguimiento de avances y resultados.
- 3 : Construcción del plan exportador.
- 4 : Manual y sistema en línea orientado a establecer procedimientos, guías e instrucciones para desarrollar un proceso exitoso de exportación, en el cual se encuentran las recomendaciones, los planes de trabajo correspondientes a cada temática y las actividades o tareas por realizar.

MÓDULOS DEL PROGRAMA PLANEX

MÓDULO 01: ANTECEDENTES DE LA EMPRESA



Tiene por finalidad la descripción de la empresa en cuanto a su historial. Dicho documento registra los factores de éxito y fracaso. Así mismo, detalla el por qué de la elaboración del plan de negocio exportador.

MÓDULO 02: PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL



Tiene por finalidad la generación de las actividades de la empresa en la planificación del plan de negocio exportador. Para ello, la empresa debe identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Según ellas, evaluará los indicadores y diseñará las estrategias que le permitirán generar control y seguimiento. Así mismo, generará un plan de recursos humanos para identificar las funciones de cada uno de los integrantes.

MÓDULO 03: ESTUDIO DE MERCADO INTERNACIONAL Y PLAN DE MARKETING



Tiene por finalidad la identificación del mercado objetivo a partir del análisis de los gustos y las preferencias, que permitirán establecer la proyección de ventas y estrategias para posicionar la empresa en los negocios internacionales. Es importante, dentro de este módulo, identificar al consumidor y las exigencias del producto, en cuanto a tratamientos arancelarios y para arancelarios.

MÓDULO 04: PLAN DE OPERACIÓN



Tiene por finalidad la identificación de aquellos insumos que se usarán para la realización del producto o servicio. Es importante en este módulo generar el proceso productivo, pues será el insumo esencial para la identificación de los costos de producción y la generación del precio de exportación.

MÓDULO 05: GESTIÓN EXPORTADORA



Tiene por finalidad identificar todos los gastos de exportación, los documentos que se involucran en el proceso de la gestión exportadora y los modelos de cotizaciones que se negociará con el importador, así como las condiciones y las formas de pago, con el fin de poder garantizar el proceso de la negociación internacional.

MÓDULO 06: ANÁLISIS FINANCIERO Y PLAN FINANCIERO



Tiene por finalidad diagnosticar el desempeño financiero de la empresa con la finalidad de atraer inversionistas e identificar la rentabilidad del negocio. Este módulo es importante porque genera la proyección del flujo de caja para conocer la rentabilidad esperada. Así mismo, permite orientar al gerente sobre cuáles serán las necesidades de la empresa.

CRITERIOS DE SELECCIÓN

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Que la gerencia establezca un compromiso formal para desarrollar el plan exportador.
- 3 Contar con un equipo técnico, administrativo y comercial que permita a la empresa participar en el programa.
- 4 Que la empresa haya exportado o cuente con oferta exportable.
- 5 Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado, desde su fundación.
- 6 Valor de las ventas locales.
- 7 Valor de las exportaciones.

DURACIÓN

El programa PLANEX tiene una duración de 72 horas, a lo largo de la cual se desarrolla la capacitación y la asistencia técnica (tres meses, dos sesiones de tres horas por semana).

SECTORES

Participan empresas exportadoras del sector manufacturero, sector textil y confecciones, sector agroindustrial, biocomercio, sector cuero y calzado, sector artesanía, sector pesca y acuicultura, y el sector servicios.

INDICADORES DE MEDICIÓN DE CUMPLIMIENTO

PLANEX

Nº de empresas participantes en el programa

Nº de sectores involucrados

Nº de intervenciones en regiones por el programa

Nº de planes de negocios realizados en el periodo



INFORMACIÓN SOBRE EL PROGRAMA Y FECHAS DE CAPACITACIONES

http://www.siiicex.gob.pe/siiicex/portal5ES.asp?_page_ =393.38700#anclafecha

2.7 ASISTENCIA TÉCNICA EN COSTOS Y PRECIOS DE EXPORTACIÓN

Esta asistencia técnica se comenzará a brindar a partir del 2011. Busca que las empresas determinen sus costos y sus precios de exportación, para una gestión eficaz de sus negocios de exportación. Estas técnicas necesarias en las empresas se utilizan para desarrollar términos de ventas y de precios, para analizar la rentabilidad de una empresa y para calcular el volumen de ventas y los ingresos de la empresa.

OBJETIVO

Desarrollar una matriz de costos y precios de exportación, en función de la situación de la competencia y de los mercados internacionales.

Capacitar a las empresas exportadoras y potencialmente exportadoras, con el fin de calcular con precisión sus costos y precios de exportación para sus productos. Ello les permitirá cubrir sus costos de producción y vender en cantidades suficientes para generar beneficios.

FASES

Las empresas aprenderán los elementos, las estrategias y las fórmulas para determinar los costos y precios de exportación para sus productos de exportación.

- 1 Determinar el costo de elaborar su producto.
- 2 Determinar los costos de distribución.
- 3 Determinar el precio de exportación en el mercado.
- 4 Equilibrar el precio de su producto respecto del precio del mercado.

PÚBLICO OBJETIVO

Exportadores en proceso y exportadores.

DURACIÓN

Este programa tiene una duración de tres meses, entre las clases teóricas y prácticas.

REQUISITOS

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Contar con un producto priorizado por PROMPERÚ.
- 3 Ser una pequeña o mediana empresa.
- 4 Contar con potencial exportador y un producto con valor agregado.
- 5 Presentar una ficha de empresa / producto.

SECTORES

Multisectorial.

INDICADORES

Asistencia técnica en costos y precios de exportación

N° de empresas participantes en el programa.

2.8 PROGRAMA CREA TU PÁGINA WEB



Este es un nuevo programa que pondrá en marcha SAE en el 2011, para que las empresas cuenten con una página web. Un sitio web es la principal herramienta del siglo XXI para la comunicación con los clientes, que cada día requieren mayor comodidad. Los productos o servicios pueden ser excelentes, quizás de los mejores, o quizás de los más indispensables para cualquier persona, pero si las personas no conocen ese producto o servicio, este simplemente no existe. De nada vale tener un negocio si no es visitado por los potenciales clientes.

OBJETIVO

Poner en marcha una página web de las empresas, con el fin de generar confianza en los importadores, además de mostrar su oferta exportable al mundo.

FASES

- PRIMERA FASE** > Curso de introducción en el uso de la herramienta Jimdo para la elaboración de la página web.
- SEGUNDA FASE** > Una vez finalizada la página web por empresa, se procede a realizar el pago respectivo.
- TERCERA FASE** > Entrega de las páginas web a cada empresa beneficiaria.

PÚBLICO OBJETIVO

Exportadores en proceso y exportadores actuales.

REQUISITOS

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Contar con un producto priorizado por PROMPERÚ.
- 3 Ser una pequeña o mediana empresa.
- 4 Contar con potencial exportador y un producto con valor agregado.
- 5 Presentar una ficha de empresa / producto.

DURACIÓN

Dos meses.

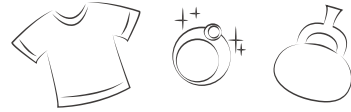
INDICADORES

Programa Crea tu Página Web

Nº de empresas participantes en el programa.

Página web establecida por empresa.

2.9 PROGRAMA DE DISEÑO



El programa se inició el 2010, apoyando principalmente a las empresas del sector de confecciones, joyería y artesanía, que participaron en el Perú Moda 2010 y el PerúGift 2010. El programa busca brindar a las empresas exportadoras y potencial exportadoras la asistencia directa de un diseñador de modas, con el fin de preparar su oferta y promoverlas en las actividades de promoción comercial.

OBJETIVO

Desarrollar colecciones de productos que le generen un elemento diferenciador a las empresas de los sectores de confecciones, artesanías, joyería y calzado.

FASES

PRIMERA FASE



Contratación del diseñador de modas.

SEGUNDA FASE



Elaborar los prototipos.

TERCERA FASE



Entrega de los prototipos a las empresas beneficiarias.

PÚBLICO OBJETIVO

Exportadores en proceso y exportadores actuales.

DURACIÓN DEL PROGRAMA

Un mes calendario.

REQUERIMIENTOS

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Contar con un producto priorizado por PROMPERÚ.
- 3 Ser una pequeña o mediana empresa.
- 4 Contar con potencial exportador y un producto con valor agregado.
- 5 Presentar una ficha de empresa / producto.
- 6 Contar con un departamento de desarrollo.

SECTORES

- 1 Confecciones.
- 2 Joyería.
- 3 Artesanías.

INDICADORES

Programa de Diseño

Nº de empresas participantes en el programa.

Nº de prototipos de las colecciones por empresa.

2.10 PROGRAMA DE EMPAQUES, EMBALAJES Y ETIQUETADO

El programa se inició el 2010, apoyando principalmente a las empresas del sector de joyería que participaron en el Perú Gift 2010 y a las empresas de agroindustria del Cusco. El programa busca capacitar a las empresas exportadoras y potencial exportadoras en el desarrollo de empaques y embalajes ética y ecológicamente correctos, ahorrando recursos, para que los productos lleguen bien protegidos, estén empaquetados de forma totalmente segura y conserven la forma y el sabor genuino.

OBJETIVO

Rediseñar los empaques, embalajes y etiquetado de por lo menos seis productos de una empresa y generar propuestas de mejora en la presentación final de sus productos. Este programa se da con la finalidad de adaptar mejor el producto al mercado internacional.

FASES

PRIMERA FASE

- > Contratación del consultor en envases, embalajes y etiquetado.

SEGUNDA FASE

- > Elaboración de las propuestas de empaques de por lo menos seis productos por empresa.
 - Curso introductorio a las empresas de la importancia de los envases y embalajes.
 - Visitas individuales a cada empresa, revisando al menos cinco productos.

TERCERA FASE

- > Entrega de las propuestas a las empresas beneficiarias.
 - Elaboración de bocetos de nuevos empaques por producto.
 - Adjunta lista de posibles proveedores de la región, para los exportadores.
 - Entrega informe final y presentación a la empresa beneficiaria.

PÚBLICO OBJETIVO

Exportadores en proceso y exportadores actuales.

REQUERIMIENTOS

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Contar con un producto priorizado por PROMPERÚ.
- 3 Ser una pequeña o mediana empresa.
- 4 Contar con potencial exportador y un producto con valor agregado.
- 5 Presentar una ficha de empresa / producto.

SECTORES

- 1 Agroindustria.
- 2 Biocomercio.
- 3 Joyería.

INDICADORES

Programa de empaques, envases y etiquetado

Nº de empresas participantes en el programa.

2.11 PROGRAMA DE ASOCIATIVIDAD, CONSORCIOS Y GRUPOS DE EXPORTACIÓN

Este es uno de los programas de mayor impacto que ha tenido la institución desde su creación. En 1996 se utilizó la estrategia de crear asociaciones en el sector agroindustrial, calzado y artesanías, para desarrollar sus exportaciones. Así surgieron la AGAP, Instituto Peruano del Espárrago - IPE, Instituto Peruano del Mango – IPEM, PROCITRUS, la Corporación del Cuero y el Calzado - CCC, y el Instituto Nacional Peruano de Artesanía – INPAR. Actualmente, se busca apoyar a las pequeñas y medianas asociaciones, para fortalecerlas y hacer que conjuntamente participen en el mercado internacional.



OBJETIVO

Enlazar los trabajos de los grupos empresariales con objetivos similares para dos temas específicos: compra de materiales e insumos de manera conjunta y negociación conjunta frente a compradores, por un tema de demanda. Se utiliza la metodología ONUDI.

FASES

PRIMERA FASE



Promoción y selección.

Contratación del consultor para su formación y consolidación.

SEGUNDA FASE



Desarrollo de una base de confianza.

Elaboración de matrices de ordenamiento de grupos empresariales, y participación presupuestal conjunta y negociaciones comerciales.

TERCERA FASE



Desarrollo de acciones piloto.

Relación de productos y selección de mercados.

CUARTA FASE



Diseño del modelo asociativo.

Confección de estatutos y reglamentos.

Entrega de informes a las empresas beneficiarias.

PÚBLICO OBJETIVO

Asociaciones exportadoras y en proceso de exportación.

REQUISITOS

1

Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.

2

Contar con un producto priorizado por PROMPERÚ.

3

Ser una pequeña o mediana empresa.

- 4 Contar con potencial exportador y un producto con valor agregado.
- 5 Presentar una ficha de empresa / producto.
- 6 Compromiso de los representantes para el proceso de asociatividad.

DURACIÓN

Aproximadamente seis meses.

SECTORES

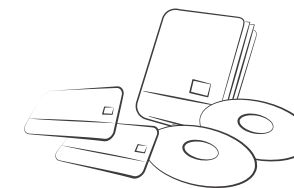
- 1 Maderas y sus manufacturas (2010).
- 2 Agroindustria (2011).
- 3 Servicios (2011).

INDICADORES

Programa de Asociatividad, consorcios y grupos de exportación

N° de empresas participantes en el programa.

2.12 IMAGEN CORPORATIVA



Esta actividad se desarrolla desde el 2010. Una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. La imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía, otros factores contribuyen a crear una imagen, como las tarjetas de presentación, los catálogos, la página web, entre otros.

OBJETIVO

Desarrollar una imagen corporativa ad hoc a las exigencias de los mercados internacionales. Esta asistencia técnica aborda temas desde las tarjetas personales, página web hasta el diseño de sus catálogos y stand en las ferias internacionales, respetando siempre un mismo concepto que se quiera comunicar por empresa a sus potenciales clientes.

FASES

- PRIMERA FASE** > Contratación del consultor en imagen corporativa.
- SEGUNDA FASE** > Capacitación a los empresarios en los materiales gráficos que deben tener en los eventos de promoción comercial.
- TERCERA FASE** > Taller de fotografía.
- CUARTA FASE** > Elaboración de los materiales gráficos por empresa.
- QUINTA FASE** > Entrega de informes finales a las empresas beneficiarias.

PÚBLICO OBJETIVO

Exportadores en proceso y exportadores actuales.

REQUISITOS

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Contar con un producto priorizado por PROMPERÚ.
- 3 Ser una pequeña o mediana empresa.
- 4 Contar con potencial exportador y un producto con valor agregado.
- 5 Presentar una ficha de empresa / producto.
- 6 Contar con un equipo en la empresa que realice el seguimiento de las tareas.

DURACIÓN

Un mes.

SECTORES

Multisectorial.

INDICADORES

Programa Imagen corporativa

Nº de empresas participantes en el programa.

2.13 PROGRAMA COACHING: MEJORA DE LA GESTIÓN EXPORTADORA

En el 2010 se inició un programa piloto con diez empresas del sector de confecciones, que buscaba incrementar gradualmente el conjunto de conocimientos, habilidades y técnicas para mejorar la posición exportadora de las empresas beneficiadas.



OBJETIVO

Mejorar las habilidades gerenciales de los empresarios en sus negocios internacionales, enfocándose en dos temas priorizados: la formulación estratégica y el aspecto financiero. Con este programa se busca mejorar la posición exportadora de las empresas en su etapa de internacionalización, al incluir elementos de venta DDP en vez de FOB.

FASES

Se conforman grupos de empresarios sectoriales, cada uno compuesto por diez empresarios y dos consultores (uno en gestión exportadora y otro en finanzas, ambos con vasta experiencia en negocios internacionales). Así mismo, participan activamente los sectoristas de PROMPERÚ.

PRIMERA FASE



Diagnóstico individual a los empresarios, enfocado en formulación estratégica.

SEGUNDA FASE



Por lo menos seis reuniones individuales en sus empresas, para la reformulación de objetivos de exportación, elaboración de indicadores de gestión exportadora, adopción de herramientas de gestión exportadora y evaluación organizacional.

TERCERA FASE

- > Por lo menos dos reuniones grupales con los empresarios.

CUARTA FASE

- > Diagnóstico individual a los empresarios enfocado en finanzas para exportadores.

QUINTA FASE

- > Por lo menos seis reuniones individuales en sus empresas, para la reformulación de sus presupuestos y de sus flujos de caja enfocados a sus nuevos objetivos de exportación.

SEXTA FASE

- > Por lo menos dos reuniones grupales con los empresarios.

SÉPTIMA FASE

- > Presentación de resultados.

PÚBLICO OBJETIVO

Exportadores en proceso y exportadores actuales.

REQUISITOS

- 1 Ser una empresa formalmente establecida en el mercado, con un RUC activo.
- 2 Contar con un producto priorizado por PROMPERÚ.
- 3 Ser una pequeña o mediana empresa.
- 4 Contar con potencial exportador y un producto con valor agregado.

5

Presentar una ficha de empresa / producto.

6

Haber llevado BPMM, BPA, PLANEX.

7

Compromiso de asistir a las sesiones.

8

Exportar menos de US\$ 3 millones al año.

9

Contar con un diagnóstico del mapa de competitividad.

DURACIÓN:

La duración del programa es de aproximadamente seis meses.

SECTORES

1

Confecciones (2010 – 2011).

2

Agroindustria (2011).

REGIONES

1

Lima (2010 – 2011).

2

Cusco (2011).

3

Junín (2011).

INDICADORES

Programa Coaching exportador

Nº de empresas participantes en el programa.

Ratio ingresos de exportación / ventas totales de la empresa.

2.14 MISIONES TECNOLÓGICAS, SEGUIMIENTO E INTRODUCCIÓN DE MEJORAS

Esta es una actividad que se realiza desde el año 2010, con el financiamiento del FINCYT, con el propósito de apoyar y organizar misiones tecnológicas, pasantías o asesorías especializadas en el país o en el extranjero. Los grupos de exportación visitan los institutos de investigación y desarrollo, parques tecnológicos y ferias de exhibición de productos de alto nivel tecnológico, para adquirir los conocimientos necesarios que les permitan el aumento de la productividad y la disminución de sus costos de producción.

OBJETIVO

Adquirir conocimientos de nuevas tecnologías y de innovación tecnológica para la mejora de los procesos productivos. Apoyar a las empresas en la misión tecnológica y realizar el seguimiento para introducir innovaciones (Programa seniors europeos).

Capacitar a los empresarios y representantes de instituciones públicas y privadas, para presentar proyectos de misiones tecnológicas con el apoyo del financiamiento del FINCYT.

FASES

PRIMERA FASE

> Identificación del centro de capacitación en el país de destino.

SEGUNDA FASE

> Elaboración del proyecto para su presentación en el FINCYT.

TERCERA FASE

> Solicitud y obtención de documentos previos al viaje de los empresarios.

CUARTA FASE

> Curso de capacitación y visitas técnicas en destino, en función del proyecto presentado.

QUINTA FASE

> Retorno al país y rendición de cuentas al FINCYT.

SEXTA FASE

> Divulgación de los resultados de la misión tecnológica.

DURACIÓN

Los proyectos de misiones tecnológicas tendrán un plazo máximo de 15 días y de tres meses de preparación para la ejecución, desde la firma del contrato hasta la entrega del informe final.

REQUISITOS

- 1 : Empresas privadas y asociaciones civiles de productores de bienes o servicios, legalmente constituidas en el Perú.
- 2 : Acreditar por lo menos un año de inscripción en el RUC de la SUNAT.
- 3 : No tengan impedimentos para contratar con el Estado.
- 4 : El número de empresas podrá ser de un mínimo de cuatro, con no más de dos representantes por empresa. El número total de representantes no deberá exceder a 20.

INDICADORES

Misiones tecnológicas, seguimiento e introducción de mejoras

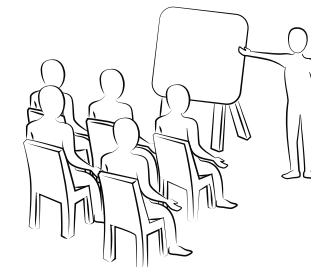
Nº de empresas participantes en el programa.

Nº de sectores involucrados.

Nº de intervenciones en regiones por el programa.

- 
INFORMACIÓN EN FINCYT SOBRE EL PROYECTO
<http://www.fincyt.gob.pe/web/misionestecnologicas.html>

2.15 TALLER DE MARKETING INTERNACIONAL Y NEGOCIACIONES



Este taller busca mejorar y fortalecer las capacidades de las pequeñas y medianas empresas en temas relacionados con su participación en las actividades de promoción comercial.

OBJETIVO

Brindar capacitaciones especializadas enfocadas en marketing internacional y negociaciones.

FASES

La enseñanza en este taller se orienta a la adquisición del mayor dominio en la participación de las empresas en las actividades de promoción comercial (ferias y misiones internacionales). Las capacidades que se deben fortalecer son: acción asertiva, discriminación selectiva y visión prospectiva.

Comprender y utilizar adecuadamente los contenidos de marketing y las negociaciones internacionales.

PLAN CURRICULAR:

Marketing internacional y negociaciones

TEMAS GENERALES DENTRO DEL CONTENIDO CURRICULAR	TEMAS ESPECÍFICOS (Capítulos)	Horas	Sesiones
1.1. MARKETING INTERNACIONAL	Los mercados internacionales.	4	
	Estrategias de marketing.	4	
	Plan de marketing.	4	4
	Casos prácticos.	4	
	Total	16	
1.2. PARTICIPACIÓN EN UNA FERIA INTERNACIONAL	Tipos de ferias internacionales.	2	
	Etapas de una feria internacional.	3	
	Marketing en una feria internacional.	3	2
	Total	8	
	1.3. NEGOCIACIONES INTERNACIONALES	La sociedad global.	1
Los patrones internacionales de negociaciones.		1	
Las técnicas de negociaciones.		4	
Protocolos internacionales de negociaciones.		2	3
Estudios de casos.		4	
Total		12	

REQUISITOS

PERFIL INICIAL	REQUISITOS DE VALIDACIÓN DE PERFIL
Mayor de 18 años	DNI
Estudios superiores	Constancias o certificados
Participación en capacitaciones y talleres	Constancias o certificados que acrediten los estudios realizados
Conocimiento básico de comercio exterior o experiencia asimilada en el tiempo	Constancias de estudios o documentos de centro laboral que acrediten tiempo de experiencia
Registrado en PROMPERÚ (DUE)	Identificación del registro por medio del RUC
No tener deuda con la institución	Identificación de la deuda por medio del EAPEX
Ejercer actividad orientada al comercio exterior en una empresa debidamente constituida	RRPP, RUC y carta de presentación de la empresa
Que labore en un área de la empresa que genera valor agregado, vinculada a la capacitación que postula	Carta de presentación de la empresa con indicación del área en que labora
Persona natural o jurídica con RUC	RUC (activo)

SECTORES

Multisectorial

INDICADORES DE MEDICIÓN DE CUMPLIMIENTO

Talleres especializados	
1	N° de empresas participantes.