

Servicios: Desarrollo al exportador

Lesli Gonzáles Cam

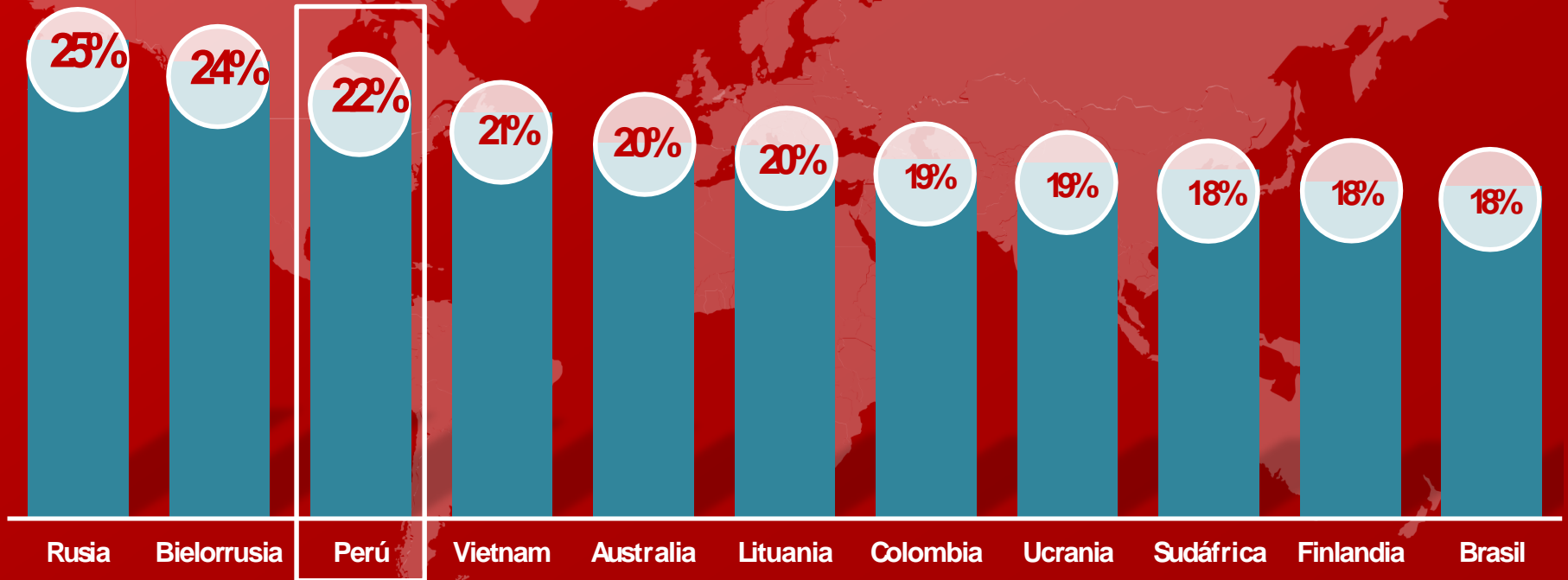
lgonzales@promperu.Gob.pe

21 de noviembre de 2018



Exportaciones Perú 2017

Perú, 3ero en crecimiento exportador más alto del mundo



Perú, 1ero en crecimiento exportador del continente americano

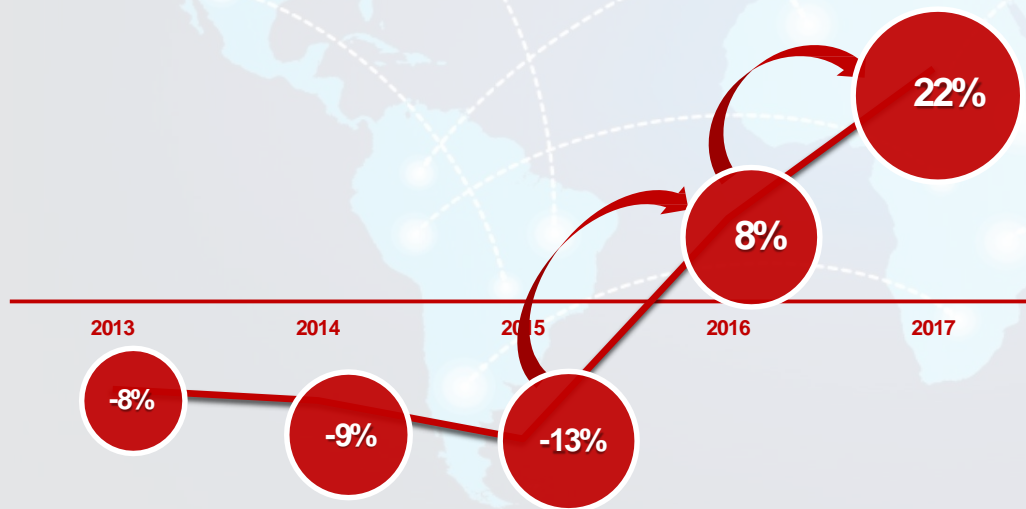


*Estimaciones de las Tendencias Comerciales de América Latina y el Caribe 2018 - BID

**Excluyendo a Venezuela

El mayor crecimiento de los últimos cinco años

Var. % de las exportaciones totales 2013 - 2017



Fuente: SUNAT Elaboración: Promperu

Exportaciones 2017

US\$44,2

Mil millones

Crecimiento Var. %

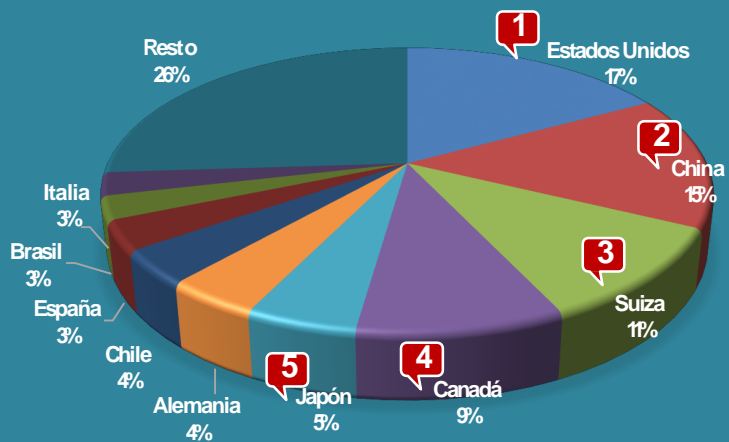
22%

2017

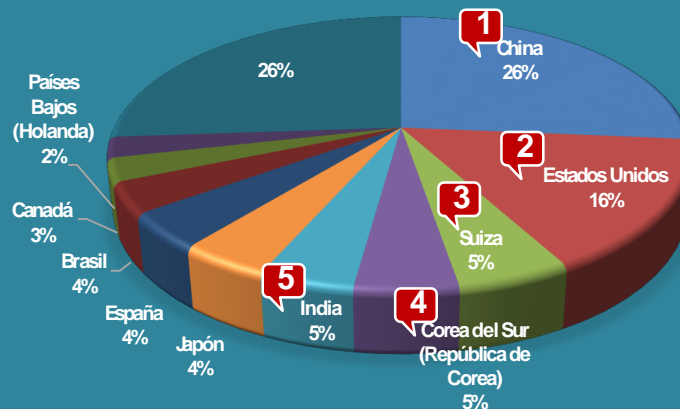
181 mercados en el mundo, son destino de las exportaciones de 7, 849 empresas

Principales mercados destino

2010



2017



Líderes mundiales

Fuente : Trademap

1°

- ✓ Zinc
- ✓ Plomo
- ✓ Molibdeno
- ✓ Harina de Pescado
- ✓ Aceite de Pescado

2°

Cobre

4°

Estaño

6°

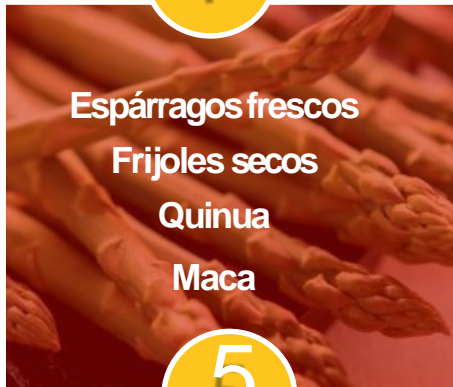
Café

8°

Oro

Perú lidera el ranking mundial de productos No Tradicionales

1




Espárragos frescos
Frijoles secos
Quinoa
Maca

2



Mixtura de vegetales en conserva
Espárragos en conserva
Nueces del Brasil

3




Paltas frescas
Arándanos frescos
Cortezas de agrios (limón)

4



Mangos frescos
Palmitos en conserva

5



Aceitunas conservadas
Conchas de abanico

6



Uvas frescas

7



Mandarinas frescas

8



Jibias, globitos, calamares y pota

Sectores Priorizados

ALIMENTOS

AGRONEGOCIOS:

- ◇ **Frescos:** banano orgánico, mango orgánico y granadilla
- ◇ **Fine:** aguaymanto, pisco y aceituna.
- ◇ **Café, cacao y Castaña:** cafés especiales, cacao y castaña.
- ◇ **Funcionales:** sachá inchi, maca, quinua y kiwicha.

PRODUCTOS PESQUEROS:

- ◇ **Congelados:** conchas de abanico, langostino, paiche y trucha.
- ◇ **Conservas:** anchoveta “tipo sardina”.
- ◇ **Curados y frescos:** anchoveta, tilapia y paiche.

SERVICIOS

- ◇ **Soluciones tecnológicas:** soluciones tecnológicas empresariales y soluciones de entretenimiento
- ◇ **Servicios empresariales:** servicios a la minería, BPO, centro de contactos y servicios de ingeniería de consulta
- ◇ **Servicios gráficos y editoriales:** industrias gráficas y editoriales
- ◇ **Otros Servicios:** franquicias, salud electiva

MANUFACTURAS DIVERSAS

- ◇ **Envases y Embalajes:** flexibles, laminados y rígidos; menaje doméstico.
- ◇ **Proveedores a la minería/ metalmecánica:** equipos y partes.
- ◇ **Acabados para la Construcción:** Acabados y productos ferreteros.
- ◇ **Línea Eléctrica:** para media y alta tensión.
- ◇ **Equipamiento para la Industria Alimentaria:** para la gastronomía, agroindustria y procesamiento de alimentos.
- ◇ **Autopartes:** accesorios y partes para vehículos diversos.
- ◇ **Cosméticos:** productos de belleza e higiene personal, cosméticos e insumos naturales y orgánicos.
- ◇ **Productos Maderables.**
- ◇ **Otros:** equipamiento y productos médicos.

VESTIMENTA

- ◇ **Confecciones de Algodón:** prendas en tejido de punto, prendas de bebés y niños y pijamería.
- ◇ **Confecciones de Alpaca:** prendas en tejido de punto suéteres y accesorios.
- ◇ **Decoración:** textiles del hogar, decoración de interiores, muebles y artículos de regalo.

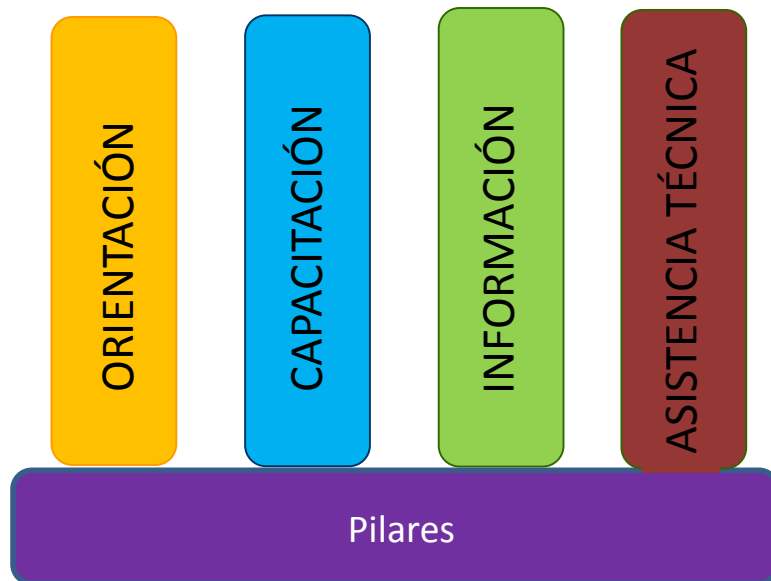
SERVICIOS AL EXPORTADOR

Procesos
Certificados con





Pilares



OBJETIVO

- Mejorar la competitividad de las empresas potenciales exportadoras y empresas Exportadoras
- Dotarlas de las capacidades necesarias y elementos diferenciadores

Dirigido a:





Servicios al Exportador

Orientación

- Plataforma presencial y virtual
- INFOCENTER
- Mesa de Ayuda Telefónica
- Atención en eventos institucionales
- Divulgación de oportunidades comerciales

Información

- Biblioteca virtual
- Guías y publicaciones
- Repositorio digital

Asistencia

- Ruta Exportadora
- Programas de calidad
- Programas de facilitación de exportaciones
- Programas de sostenibilidad

Capacitación

- Aula virtual
- Programa de Formación Exportadora (ADOC)
- Programa Pyme Peruanas al Mundo
- Seminarios Días del Exportador
- Webinars
- Seminarios en universidades y gremios

ORIENTACIÓN

Procesos
Certificados con



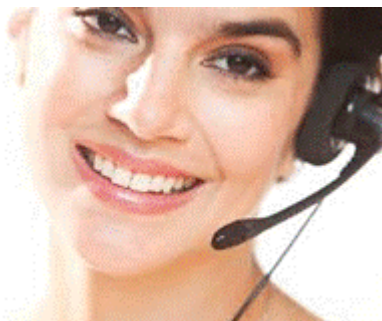


Plataforma de Atención al Exportador



Atención: Módulos del Servicio de Atención al Exportador

Av. Jorge Basadre 610, San Isidro.
Horario de atención es de lunes a viernes
de 9 a 13 horas y 14 a 18 horas.



Teléfonos:

6045601 – 6045602 -
604503

Correo electrónico:

sae@promperu.gob.pe
sae1@promperu.gob.pe



Página web

<http://www.siicex.gob.pe/>



Mesa de Ayuda Telefónica

- Respuesta a preguntas frecuentes
- Orientación básica en el proceso exportador
- Direccionamiento al centro de información de PROMPERÚ y otras entidades de comercio.



Aló Exportador

(51) 604 5601 / 6045602

Promoción
Capacitación
Información
Orientación

Línea gratuita de orientación

Atención a nivel nacional de lunes a viernes de 09:00 a 18:00 horas

INFORMACIÓN

Procesos
Certificados con





Gestión del conocimiento

INFOCENTER



Centro de Información comercial con acceso a una biblioteca virtual para descarga de materiales bibliográficos electrónicos y audiovisuales de exportaciones. Recibe casi 3,000 visitas por mes.

Portal web: <http://www.infocenter.gob.pe/>
Catálogo en línea:
<http://centrodeinformacion.promperu.gob.pe/>

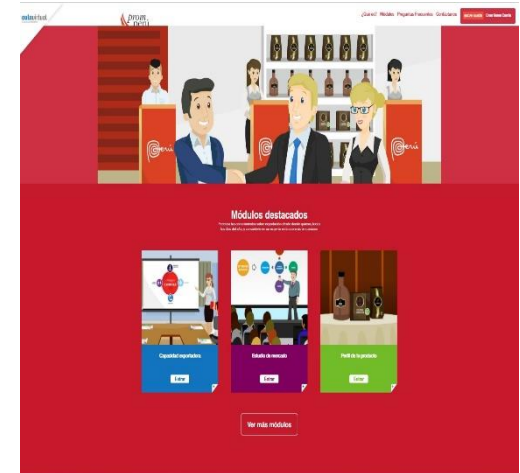
REPOSITORIO INSTITUCIONAL



El Repositorio Institucional es el espacio digital destinado a reunir, conservar, preservar y difundir la producción intelectual, innovación, académica científica y cultural de PromPerú. Que comprende las comunidades Imagen País, Promoción de las Exportaciones y el Turismo. Recibe un promedio de 60,000 visita por mes para consulta y descarga de materiales bibliográficos.

<http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/>

AULA VIRTUAL



El Aula Virtual es una plataforma de auto aprendizaje virtual con contenidos especializados sobre el proceso exportador mediante animaciones, ponencias de expertos nacionales e internacionales, bibliografía especializada y una videoteca virtual.

<https://aulavirtual.promperu.gob.pe/>

Biblioteca virtual

Acceso a mercados

Estudios y perfiles de mercado

Datos estadísticos

Publicaciones

Todo el material bibliográfico digital generado por PromPerú

Presentaciones multimedia

Animaciones

Bases de datos

Módulos de capacitación

Videos

Encuestas



Biblioteca Virtual

SEMANAeconómica.com



SUSCRÍBASE HOY

ECONOMÍA | EMPRESA | EXTRACTIVOS | FINANZAS | INFRAESTRUCTURA | SERVICIOS | CULTURA Y ESTILO | BLOGS | EDICIÓN IMPRESA

EDICION IMPRESA

2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014



<http://centrodeinformacion.promperu.gob.pe/>



Repositorio Digital

Contenedor institucional de resguardo, almacenamiento y difusión de la producción bibliográfica de PROMPERÚ
(Textos, imágenes, videos y audios)

Repositorio Institucional



DSpace Principal

Buscar en DSpace

[Búsqueda avanzada](#)

Listar

Todo DSpace

[Comunidades & colecciones](#)

[Por fecha de publicación](#)

[Autores](#)

[Títulos](#)

[Materias](#)

Mi cuenta

[Acceder](#)

[Registro](#)

Repositorio Institucional PromPerú

texto introductorio

Comunidades en DSpace

Elija una comunidad para listar sus colecciones

- [Dirección de Comunicaciones e Imagen País](#)
- [Dirección de Exportaciones](#)
- [Dirección de Promoción del Turismo](#)

Documentos Recientes

[Oportunidades que brindan los puertos la Costa Sur de los EE.UU](#)

Barcelo, Robert; Gerardo, Arcelio; Suarez, Jorge (PromPerú, 2014-09-17)

Ponencia del Seminario Miércoles del Exportador PromPerú. Webinar. Contiene: Zona franca, funcionamiento, ventajas, beneficios y Miami free zona.

<http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/>



Información – Fichas Negociaciones

Respuesta a preguntas frecuentes y orientación básica sobre el proceso de negociación con principales mercados

- Próximas fichas: **Estados Unidos de América, México, Panamá, Bolivia, Reino Unido, Italia, Turquía, Israel, China, Corea del Sur, Indonesia, España y Portugal**
- En Boletín de Inteligencia de Mercados, en sección Infografías y en próximo número de la revista **Exportando.pe**

Ficha técnica para negociar con Chile



Información General de Chile

Inflicción: Se estima una tasa de 3.5% para 2016. En 2015 el Índice de Precios al Consumidor fue de 4.4%.

Tipo de Cambio: Para 2016, los pronósticos señalan que un dólar costará en promedio 700 pesos chilenos (1 USD=700 CLP).

PIB Chile: Según los pronósticos, para 2016 el crecimiento anual será de 2.5%, 2.9%. En 2015 este fue de 2.2%, en 2014 de 1.7% (Instituto de Estadística de Chile, 2015).

Puertos Informacionales: Chile cuenta con diez puertos o zonas portuarias, entre terminales públicas y privadas.

Asignaturas Informacionales: Isla de Pascua (Mela Ven), Arica (Chacabuco), Iquique (Diego Arce), Antofagasta (Caro Moreno), Santiago de Chile (Arturo Merino Benítez), Puerto Montt (Al Sepúlveda), Punta Arenas (Presidente Carlos Ibáñez del Campo).

Normas de Protocolo

- El apretón de manos es la mejor forma de iniciar un saludo, tanto al comenzar como al finalizar una reunión, siendo adecuado tratar de Señor/Sañeros.
- Muy buenas formas de conversación para ellos son el fútbol, su historia y literatura, puede darse como parte de una cita o media mañana.
- El costumbre que ella culmine con un almuerzo y no es parte de su silenciosa recibir obsequios en las reuniones de negocios.
- No se propicio salir en medio de negocios en los meses de enero a febrero que son épocas de vacaciones.
- Se recomienda ser cauto al usar palabras o expresiones propias de nuestro país, ya que tienen un significado diferente y pueden ser interpretadas como un término impropio por nuestro contraparte chileno.

Perfil General del Consumidor Chileno

El Banco Santander realizó un estudio de la composición AC Nielsen sobre el comportamiento del consumidor y del mercado chileno.

- El 62% de los chilenos se guía al comprar por el precio del producto.
- Casi el 70% de su población posee tarjeta de crédito.
- Incide en la decisión de compra variables como el factor precio, la calidad, buena atención, durabilidad, tecnología, servicio post venta y disponibilidad del servicio, ya no solo adquieren productos básicos.
- Existe casi igual población masculina como femenina (49% y 50%).
- La edad promedio del comprador chileno es de 32 años.
- Solo existe un 10% de población rural y un 90% tiene deserción escolar.

Cuidados en el Proceso de Negociación

- El contacto o acercamiento no debe ser directo sino a través de intermediarios, para ello el contacto previo con cámaras de comercio y asociaciones de productores permite un mejor primer acercamiento con el sector empresarial chileno.
- En la primera reunión, lo cual debe darse con los niveles directivos, debe girar en torno a temas muy generales acerca de la realidad empresarial de ambas empresas. La puntualidad es una variable muy apreciada por el empresario de este país. La toma de decisiones está muy jerarquizada.
- La primera visita debe realignar el mismo nivel directivo, aunque las negociaciones se realicen con egualdad de nivel medio. Hay que establecer las citas con dos semanas de anticipación.
- Una vez en el país recomendar el día y la hora. Se recomienda mantener una actitud cordial y relajada con los secretarios, ya que tienen un rol muy importante en la toma de decisiones con los directivos.
- El empresario chileno negocia a un ritmo lento para seguir; ellos no buscan acuerdos globales, por el contrario, negocian punto por punto. Además no se deben presionar con tácticas agresivas, para obtener acuerdos.

Estrategias de Negociación

- El empresario chileno no suele entrar en detalles en la primera reunión ya que se trata de dar a conocer y descubrir la actualidad de las empresas que se reúnen, utilizando argumentos subjetivos. Es recomendable mostrar entusiasmo y hacer preguntas de buen sentido.
- Por su naturaleza, el empresario chileno es franco y por ende trata con mucha formalidad una negociación, y toma el tiempo debido para negociar cada punto del acuerdo comercial.
- Dos elementos a considerar es que brindemos un muy buen servicio y cumplamos con los plazos de entrega comprometidos. Finalmente, valoremos con la honestidad y la integridad, que son parte de la sociedad chilena, juegan un papel importante a considerar en la negociación con países chilenos.

Ficha técnica para negociar con Colombia



Perfil General del Consumidor Colombiano

El consumidor colombiano se encuentra en proceso de evolución y cambio.

En la conducta del consumidor colombiano prima:

- Precios versus calidad.
- La calidad del servicio.
- Se informa antes de comprar.
- Es exigente con los marcas.
- Es consumidor global pero simultáneamente local (Varía dependiendo del producto).
- Más analítico pero también consumista.
- Sigue pidiendo rebaja pero analiza también la calidad. En cambios Comerciales su participación promedio es del 46%, salvo Bogotá (con 70%).

Cuidados en el Proceso de Negociación

- En Colombia no existe la figura del Agente Comercial, los productos extranjeros son distribuidos por Distribuidores-Importadores.
- El empresario colombiano es una sociedad muy cordial, es por ello que se recomienda de contactos personales para el éxito comercial con este país.
- Es necesario crear un ambiente de distinción y confianza, antes de hablar de negocios, ganarse la confianza del empresario es la clave de éxito.
- Los colombianos son muy susceptibles a los temas de uso ético, es por ello que se recomienda hablar en voz baja y no actuar con ningún comportamiento brusco y cuidar las expresiones o utilizar.
- En este país se utiliza muchos los anglicismos en su lenguaje cotidiano, es por ello que no estaría mal utilizar algunos en inglés, por el contrario, no mejor evitar a la imagen de su empresa.
- Cuando se firma un contrato de compra, venta, distribución o representación, debe llevarse a una notaría para su registro de autenticación.
- El clima en Colombia es muy variado, se recomienda vestir en capas, considerando prendas para días fríos, húmedos y soleados. Bogotá (cima de sierra) se encuentran a 2600 metros, se aconseja llegar un día antes para aclimatarse e incluir una sombrero en el equipaje. Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga son caldas y se encuentran entre 0 y los 1000 metros, son de clima cálido.

Estrategias de Negociación

- En los etapas de negociación, se debe tratar de negociar directamente al más alto nivel, los empresarios colombianos consideran que tratan con personas y no con empresas. Las negociaciones son lentas e inmadura mucho interés por recibir ofertas.
- Después de una reunión, no abandone rápidamente la sala o despacho. Es buena hacer una pequeña "revisión" y charlar un rato con sus compañeros de reunión. Solo que tenga una buena excusa (se sigue "disparando" de la reunión).
- Los empresarios colombianos tienen una forma de ser más formal y clásico en los negocios. Les da gana contar sus méritos modernos y resaltar en sus costumbres y formas de negocio.
- Las tarjetas de visita se deben intercambiar después de los presentaciones.

Información General de Colombia

Inflicción: Se estima una tasa de 6% para el 2016. En el 2015 el Índice de Precios al Consumidor fue de 3.65%.

Tipo de Cambio: Para el 2016 los pronósticos señalan que se llegará a un promedio de \$1.500 por peso colombiano por dólar. Se recomienda revisar la tasa vigente en portafolios especializados.

PIB Colombia: Según los pronósticos para el 2016 sería de 2.4%. Otros años de años anteriores son: 2014 llegó al 5.23% (Instituto de E.R.T respectivo al 2013), 5.92% en 2012 y 12.44% en el 2011.

Puertos Informacionales: Colombia cuenta con diez puertos o zonas portuarias, entre terminales públicas y privadas.

Asignaturas Informacionales: El Dorado (José Carlos Galán (Bogotá)), Ernesto Cortisso (Barranquilla), Rafael Muñoz (Cartagena de Indias), José María Córdoba y Olga Herrera (Medellín), Alfonso Bonilla Aragón (Cali), Palenque (Bucaramanga), Matucana (Pereña).

Normas de Protocolo

- El apretón de manos es el mejor saludo para iniciar una negociación, no debe darse tan efusivo ni de manera tan apesadumada.
- El colombiano es muy abierto a dialogar sobre cualquier aspecto, incluso los que pueden ser polémicos.
- No se debe utilizar los índices de los dedos, porque tiene un significado obscuro.
- En una reunión de negocios, se recomienda que sean ellos los que inicien la conversación. No está bien visto servir varias raciones de una fuente y se debe dejar un poco de comida en el plato.
- La hora adecuada para un almuerzo de negocios es a las 13 horas. Al final de la reunión conviene tomar una taza de café colombiano.

Infografía: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=896.72400#ancha_fecha
 Boletín: <http://www.siicex.gob.pe/inteligenciademercados>



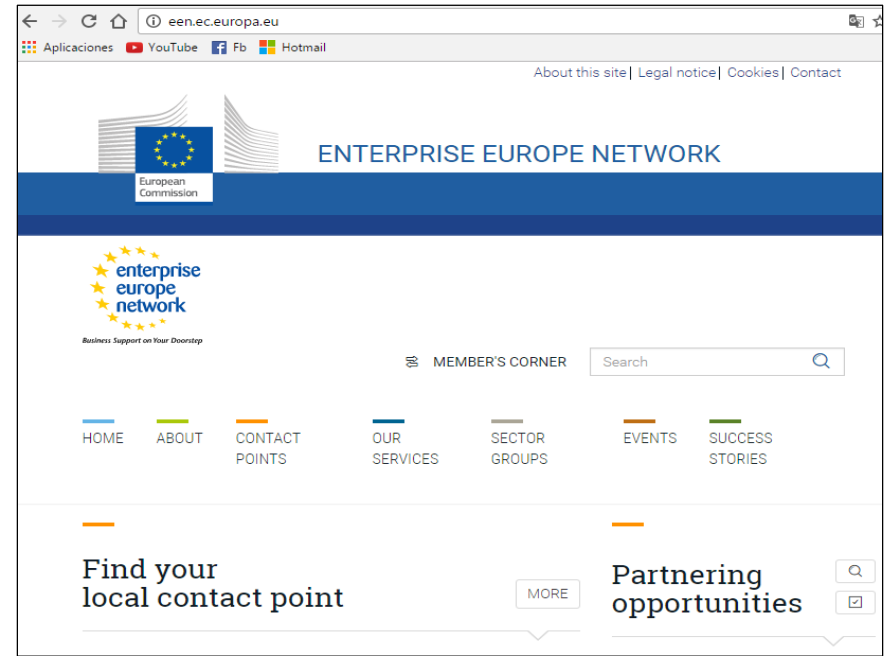
Oportunidades Comerciales



Connect Americas

Es una iniciativa sin fines de lucro impulsada por el BID, para apoyar a las PYMEs de América Latina y el Caribe que buscan oportunidades de negocios en la región. Encontrar empresas para hacer negocios, Oportunidades de financiamiento, aprender de negocios internacionales.

<https://connectamericas.com/es>



Enterprise Europe Network - EEN

Es un programa creado por la Comisión Europea hace 5 años con el objetivo de ayudar a las pymes a mejorar sus oportunidades de negocios en mercados de la Unión Europea, ayudando a encontrar socios de negocios, nuevas fuentes de tecnología y asesoría en la obtención de fondos y financiamiento en los programas de la UE, propiedad intelectual, leyes y regulación en la UE.

<https://een.ec.europa.eu>

Identificación y difusión de oportunidades comerciales



<http://www.siicex.gob.pe>



PerúTradeNow

Versión para dispositivos móviles.

Aplicación para plataforma Android.

Rediseño Integral de la Plataforma.

<http://www.perutradenow.com/>

Inteligencia de Mercados



+50
boletines



+10
Ediciones

Servicios en temas logísticos de exportación

Herramientas Logísticas para la Exportación

Accede a nuestros aplicativos y consigue toda la información necesaria sobre logística, reducción de costos y la gestión operativa del comercio exterior.

Compartir:

Rutas Marítimas



Rutas Aéreas



Directorio Logístico



Herramientas de Cubicaje



Simulador financiero



The screenshot shows the 'Simulador Financiero' web application. At the top, it says 'Simulador Financiero' and 'en comercio exterior'. Below that, a woman's face is shown next to the text: 'En 3 simples pasos obtén la información que necesitas para tomar las mejores decisiones financieras en tu proceso de exportación.' Below this, there are three steps: 'PASO 1 Producto' (with a document icon), 'PASO 2 Almacén' (with a warehouse icon), and 'PASO 3 Mercado' (with a dollar sign icon). The main content area shows '1. Seleccione un solo producto' with three radio buttons: 'Medios de Pago', 'Financiamientos', and 'Garantías'. A 'Continuar' button is at the bottom. At the bottom of the page, there is a footer with 'SIICEX' and other logos and text.

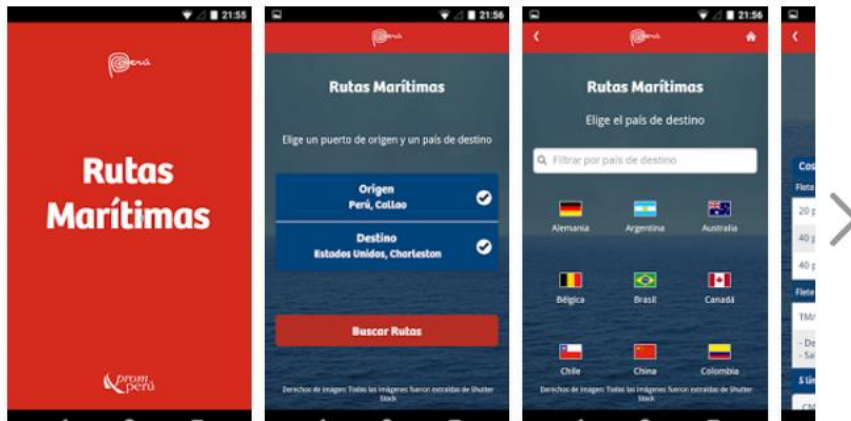


Publicaciones

• Libros y folletería



APP de Rutas marítimas de PROMPERU



<https://play.google.com/store/apps/details?id=siicex.rutasmaritimas>

El App rutas marítimas de PROMPERÚ ofrece un servicio móvil para su Smartphone que se presenta de una manera ágil y confiable de los servicios regulares de transporte marítimo de contenedores y consolidado de carga del Perú con el mundo.

Esta herramienta brinda información del costo de fletes marítimos de contenedores de carga seca y refrigerados, en tres simples pasos, de datos relevantes de más de 82 puertos en el mundo y 42 países registrados en 24 rutas marítimas propuestas del Perú al exterior.

1. Elige un puerto de origen.
2. Elige país de destino.
3. Selecciona una ruta.
 1. Flete promedio por contenedor 20 pies, 40 pies.
 2. Días de tránsito
 3. Frecuencias
 4. Mapa para la Ruta
 5. Líneas navieras

CAPACITACIÓN

Procesos
Certificados con





Días del exportador – Live Streaming y diferido

Seminarios presenciales y virtuales vía streaming sobre temas especializados en el proceso de exportación.

<https://www.youtube.com/promperu>

Mira videos de YouTube con Chrome. Si quieres descargar Chrome ahora.

YouTube

Buscar

Inicio
Mi canal
Tendencias
Suscripciones
Historial
Ver más tarde

SUSCRIPCIONES

Agregar canales

Popular en YouTube
Música
Deportes
Juegos

Explorar canales

PROMPERÚ Oficial

Subir u

Últimas tendencias sobre vuelos y hospedajes en los viajes de negocios - Turismo In

4.500 vistas · Hace 5 meses

Los viajes de negocios se han convertido en una tendencia mundial y representan una oportunidad comercial para el sector turismo. En el siguiente video podrás conocer las preferencias de este tipo de viajeros.

Te invitamos a conocer más información sobre el ...

Canales destacados

- Visit Peru
- Marca Perú
- Conoce el Perú
- PeruExport

Miércoles del Exportador 2016

- Trazabilidad en alimentos. DAVILA, Milagros [12 de octubre de ...]
- Publicidad digital para PYMES. OLAZO, Elisa [12 de octubre de ...]
- Modalidades societarias para la constitución de empresas
- Como posicionar tu página web en 10 pasos. SALDAÑA, Christi...

Miércoles del Exportador 2015

- Incoterms 2010: aplicaciones y casos prácticos [29 de abril de ...]
- Requisitos de Acceso y logística de exportación para el mercado...
- Panorama comercial y oportunidades comerciales en ...
- Requisitos de acceso para exportar a Latinoamérica [6 de ...]

Miércoles del Exportador 2014

- Modalidades societarias para la constitución de empresas
- Aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio par...
- Logística para la exportación de productos del sector agro [19 d...
- Aprovechamiento APC Perú - EEUU [19 de febrero de 2014]

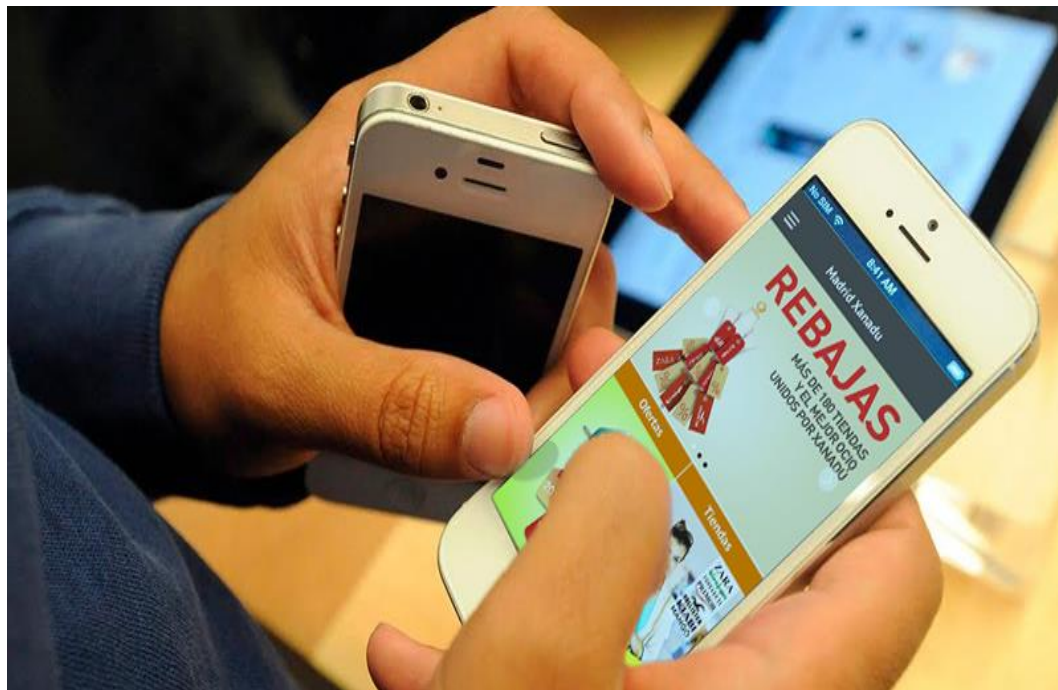


Programa de Comercio Electrónico



¿Qué es el Programa de Comercio Electrónico?

- Instrumento para incrementar las exportaciones a través de los canales digitales.
- Dirigido a empresas Pyme de los sectores alimentos, industria de la vestimenta, joyería, artículos y regalos y decoración para el hogar, manufacturas diversas y servicios.
- Comprende actividades de capacitación, asistencia y promoción.



www.siicex.gob.pe/comercioelectronico/

PROGRAMA COMERCIO ELECTRÓNICO – CASO DE ÉXITO

ARTESANÍAS INKA MAKI S.A.C.

- ❑ Productos de regalo y decoración
- ❑ Se benefició del convenio PROMPERÚ-DHL
- ❑ 300 envíos en 6 meses.
- ❑ Exporta a Estados Unidos (60%), Canadá, Reino Unido, Emiratos Árabes Unidos, Australia, España, Catar, Singapur, Holanda, Francia, entre otros.
- ❑ Usa plataformas Etsy, Novica, ebay.



<http://www.decorcontreras.com>

Video <https://youtu.be/BRR0JB-En4s>

ASISTENCIA EMPRESARIAL

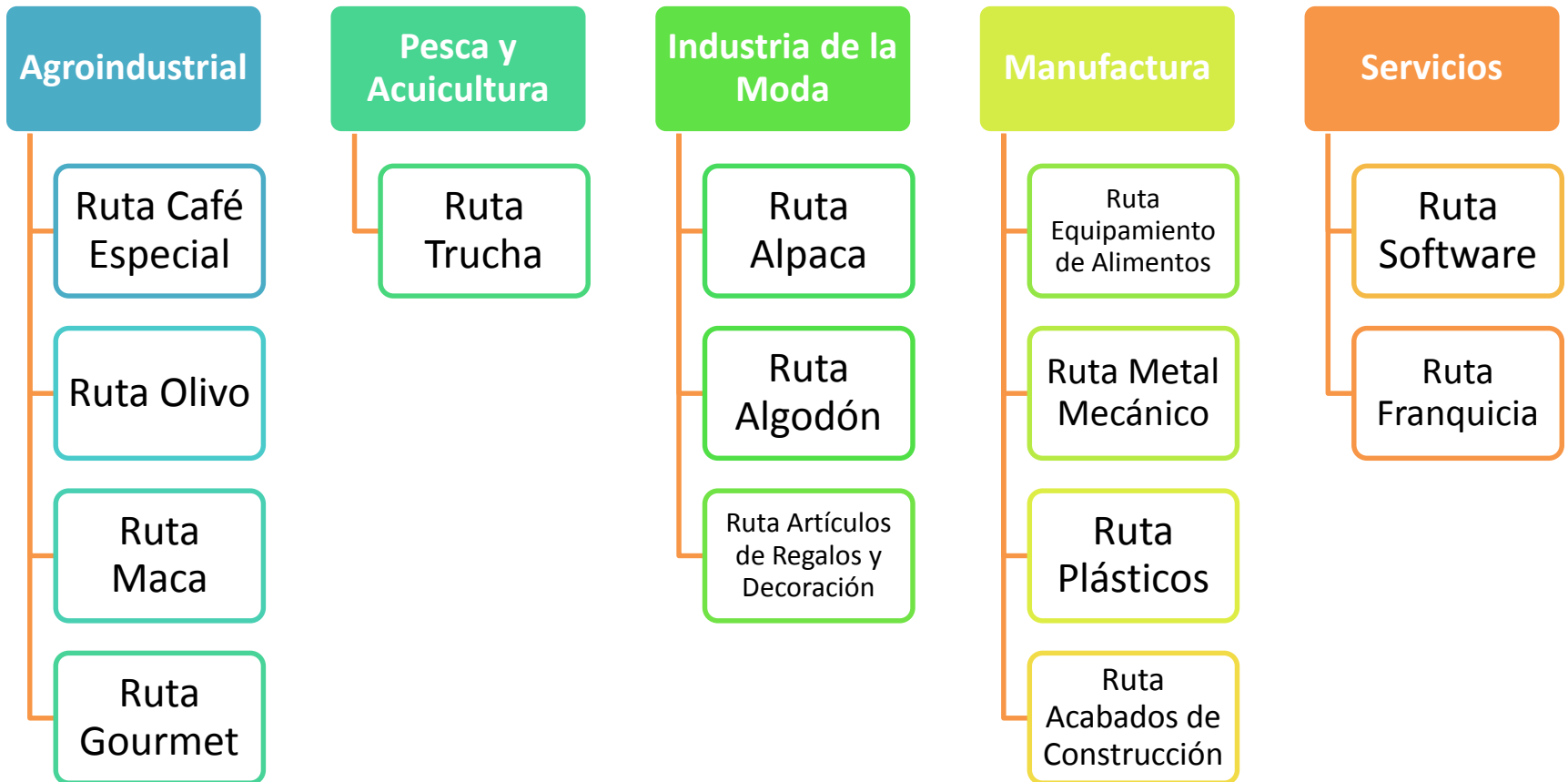
Estrategia Focalizar servicios acorde a las necesidades de los clientes

✶ RUTA EXPORTADORA

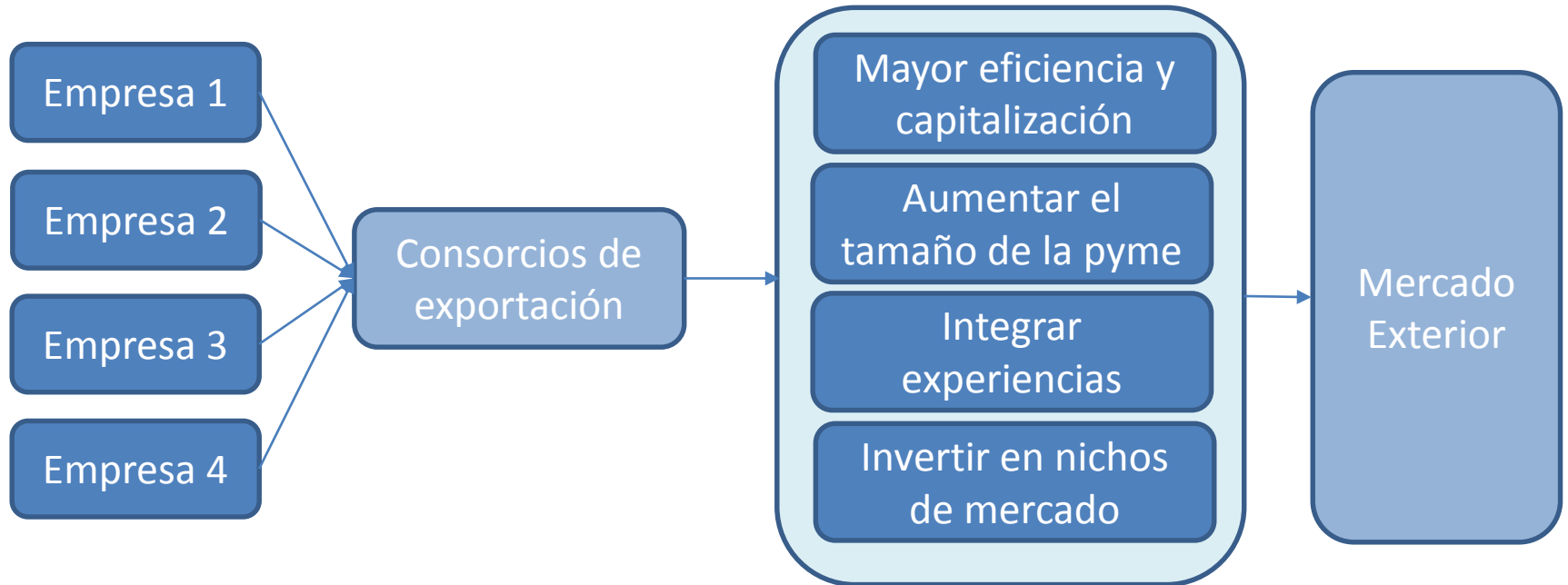
Camino a su internacionalización.



Ruta Exportadora Especializada, por sector y líneas prioritizadas



Consortorios de exportación



Alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover sus productos en el extranjero mediante acciones conjuntas.

Compartiendo puntos de fuerza de cada uno tendrán un mejor y mayor resultado

2016

- Consorcio de Exportación de Fabricantes de Maquinarias y Equipos para la industria
- Consorcio de Exportación de Equipos para la gastronomía.
- Consorcio de Exportación de Proveedores a la Minería.
- Consortios de exportación de Maderas y sus manufacturas.
- Asociación de Productores de Maca de Junín y Pasco - APROMACA.
- Consortios de Exportación de confecciones de Gamarra.

Programas de Gestión de la Calidad y sostenibilidad

5S



CAMINO A LA EXCELENCIA

**Más de 1 000 empresas capacitadas
hasta la fecha ...**

Marcas sectoriales

Marca País: Herramienta de Promoción asocia valores Para competir



Exportaciones, Turismo, inversión e imagen



Polifacético

- Variedad
- Cantidad
- Múltiples
- Diversos



Especialista

- Profundidad
- Calidad
- Unicos



Cautivador

- Efecto
- Sabores
- Experiencia

Marcas sectoriales



Programa de Logística Exportadora -PROMPERU



Programa de Acceso al Financiamiento -PROMPERU

PRODUCTOS FINANCIEROS DE COMERCIO EXTERIOR

OHOCREDIT

OHOCREDIT

 Cooperativa cuya sede principal se encuentra en Holanda. Brinda financiamiento de corto y largo plazo a instituciones u organizaciones enfocadas en sostenibilidad económica y social productiva. Su presencia es presente en 70 países a nivel mundial.

SECTORES ECONÓMICOS ATENDIDOS:

Agricultura

EXPERIENCIA REQUERIDA:

Mayor a 3 años

VENTAJAS REQUERIDAS:

Según evaluación:

PRODUCTO 1:

Financiamiento de Largo Plazo

- Tasa: 9% - 12% en promedio, más una comisión de 1% por desembolso
- Plazo: hasta 5 años
- Monto mínimo: US\$ 150 mil

PRODUCTO 2:

Financiamiento de Corto Plazo

- Tasa: 9% - 12% en promedio, más una comisión de 1% del monto total aprobado de la línea de crédito
- Plazo: 2 años
- Monto mínimo: US\$ 150 mil

DATOS DE CONTACTO:

OHOCREDIT
 B.V. Zandvoort Court
 Correo: ohocredit@ohocredit.org
 Teléfono: (511) 446-6009, (511) 96764444

Página web:
www.ohocredit.org



Entrenamiento para el Análisis Financiero

DATOS GENERALES

Nombre de la Empresa: _____
 Grupo Comercial: _____
 Nombre y Cargo del Usuario: _____

Mostrar el Estado Financiero: 31 de 12 | 31 de 10 | 31 de 9 | 31 de 8 | 31 de 7

Monto de dinero analizado por día: \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0

Tipo de cambio del período: 2.25 | 2.00 | 2.00 | 2.00

INGRESO DE DATOS

ACTIVO (PROMEDIO MENSUAL) | FINANCIAMIENTO (PROMEDIO)

PROMEDIO (DÍAS) | CUESTA DEL PISO (PROMEDIO Y FUENTE)

ESTADOS FINANCIEROS

Estado Financiero (EEC) | Estado Financiero (EFL) (PES)

Busque General (S) | Busque General (USD)

Simulador | Simulador | Simulador | Simulador

ANÁLISIS

ANÁLISIS VERTICAL | ANÁLISIS HORIZONTAL

ANÁLISIS | ANÁLISIS



Internacionalización de las empresas: Actividades de Promoción Comercial.

