



## Requisitos de Ingreso, Promoción y Diversificación de Mercados Internacionales



**Israel Sanguineti Ascencios**

Lima, Febrero de 2011

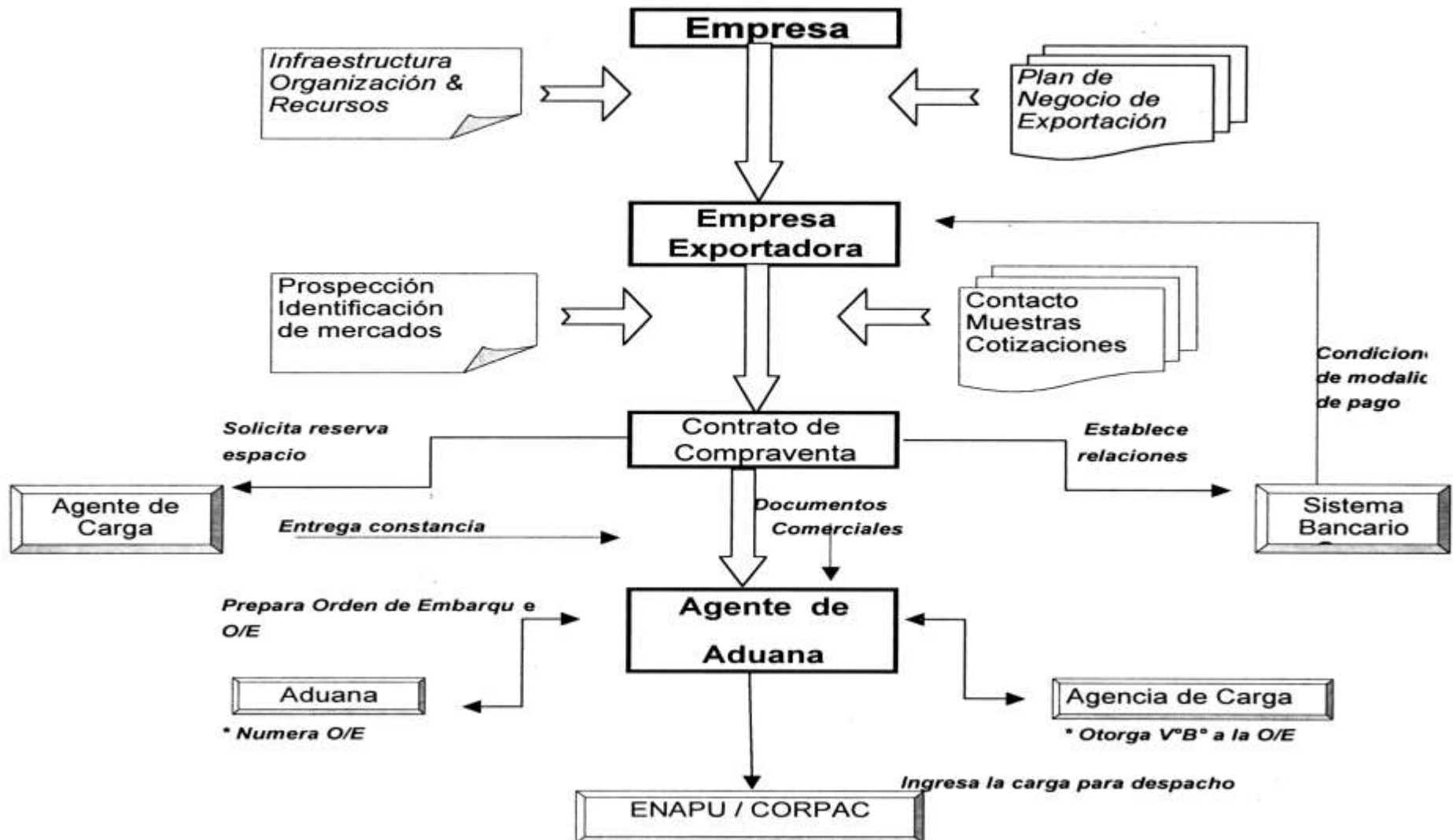
## **¿Qué es la exportación?**

Es el régimen aduanero que permite la salida de mercancías del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

### **¿Por qué y para qué debería exportar?**

- El mercado local no es suficientemente rentable.
- Reducir el riesgo de vender en un solo mercado.
- Aprovechar beneficios ofrecidos por otros países.
- Ganar experiencia compitiendo con empresas de otros países.

## Proceso de una Exportación



1. Preseleccionar países con potencial para su producto o servicio
2. Seleccione sus países (dos o tres) con mayor opción para su producto o servicio
3. Obtenga información adicional sobre el mercado seleccionado
4. Adecuación del producto y/o proceso productivo al mercado de exportación
5. Plan de internacionalización
6. Mecanismos de familiarización con el mercado externo
7. Logística de exportación
8. Incentivo a las exportaciones
9. Tramites para exportar
  - Registros
  - Documentos que acompañan la mercancía
  - Procedimientos aduaneros
  - Pasos posteriores a la exportación

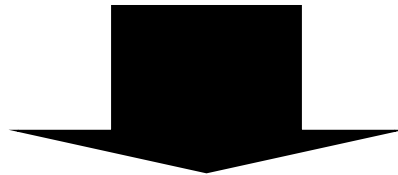
# Los primeros pasos en caso de...

## Empresa Productora

1. Perfil del producto
2. Estudio del mercado
3. Adaptación del producto a los requerimientos del mercado

## Empresa Comercializadora

1. Estudio del Mercado
2. Búsqueda y selección de proveedores locales
3. Adaptación del producto a los requerimientos del mercado / transferencia de las exigencias del pedido



Para exportar es necesario INVERTIR

## Documentación Necesaria

### **Documentos requeridos por la Aduana Peruana:**

- DUA (Declaración Única de Aduanas)
- AWB (Airway bill) / Documento de Transporte Aéreo
- Guía de remisión
- Factura Comercial Definitiva

### **Documentos requeridos según el lugar de destino:**

- Certificado de Origen

### **Documentos exigidos según el tipo de Producto:**

- Registro Sanitario
- Certificado Fitosanitario
- Certificado Zoo-Sanitario
- Inrena
- INC
- Relaciones exteriores

## Escenario Actual

- **El Perú se inserta cada vez más al mundo**

- **El Estado busca promover la apertura de mercados:**

- Promoción comercial, TLC, acuerdos, información, etc...
- Las exportaciones son el motor del crecimiento
- Las MYPE se interesan en el mercado externo



# OPORTUNIDAD

## Acuerdos Comerciales

### Actuales

- TLC con EE.UU.
- TLC con Tailandia
- TLC con Singapur
- TLC con China
- ATPDEA
- SGP / SGP plus (UE)
- CAN
- Mercosur
- APEC

## Acuerdos Comerciales

### Futuros

- Unión Europea
- Japón
- Acuerdo Comerciales diversos

**Nuestro Principal Socio Comercial:  
ESTADOS UNIDOS**



## **Nuestro Principal Socio Comercial: ESTADOS UNIDOS**

En el año 2010 el Perú exportó US\$ 35,042 millones

Esto representa un crecimiento de 31.1% respecto del 2009

La concentración según los principales destinos comerciales:

EE.UU (16%)

China (15%)

Suiza (11%)

Canadá (9%), y

Japón (5%)

Exportaciones a Estados Unidos ascendieron a US\$ 5,710 millones en el 2010, 25.7% más en comparación con el 2009

## Nuestro Principal Socio Comercial: ESTADOS UNIDOS



Capital	Washington D. C.
Ciudad más poblada	Nueva York
Presidente	Barack Obama
Superficie	Puesto 3º
• Total	9.826.675 km <sup>2</sup>
Población total	Puesto 3º
• Total	308.745.538 (2010) <sup>1</sup>
• Densidad	33.72 2 hab/km <sup>2</sup>
PIB (nominal)	Puesto 1º
• Total (2008)	USD 14.204.322 millones <sup>3</sup>
• PIB per cápita	USD46.715



## Documentación Necesaria

**Los documentos requeridos por la aduana peruana, además de:**

**Certificado de Origen TLC**

**FDA:**

Food Facility Registration number

Prior Notice

FCE

# FDA



# Examples of FDA-Regulated Food



# Alimentos Regulados

- Pescados y mariscos
- Leche y derivados
- Frutas y vegetales frescos o secos
- Productos de panadería
- Alimentos en conserva
- Refrescos
- Alimento para animales domésticos (inclusive mascotas)
- Café, té, infusiones
- Carnes, embutidos
- Huevos
- Cereales, granos y menestras
- Golosinas y confitería
- Bebidas alcohólicas
- Aditivos alimentarios
- Suplementos

**\*TODOS AQUELLOS QUE FINALMENTE VAYAN A SER CONSUMIDOS EN EE.UU**

## Y Estados Unidos es el mercado más grande del mundo ...



Fuente: Universidad de Brigham

... en términos del PBI

# Nuestro Segundo Socio Comercial: CHINA





## **Nuestro Segundo Socio Comercial: CHINA**

Es un mercado creciente, se espera que se convierta en nuestro principal socio comercial.

Las exportaciones peruanas a China ascendieron a US\$ 5,408 millones en el 2010.

Significa un crecimiento de 32.6% más respecto al 2009.

Gracias al TLC el 84% de los productos peruanos ingresan sin aranceles.

## **Nuestro Segundo Socio Comercial: CHINA**

Perú exporta principalmente productos primarios como cobre y plomo, además de harina de pescado.

Entre los productos con valor agregado son de los subsectores pesca agroexportación, maderas, químicos, textiles y confecciones.

Principal subsector No Tradicional que se exportó a China el año pasado fue Maderas (US\$ 70 millones 222 mil), seguido de Pesca No Tradicional (US\$ 45.2 millones), Químico (US\$ 23.6 millones), y Agropecuario y Agroindustrias (US\$ 19.7 millones).

Amplio potencial, las principales partidas exportadas son las uvas, la tara, carmín de cochinilla, maíz blanco gigante, páprika entera, chocolates y espárragos frescos, etc.

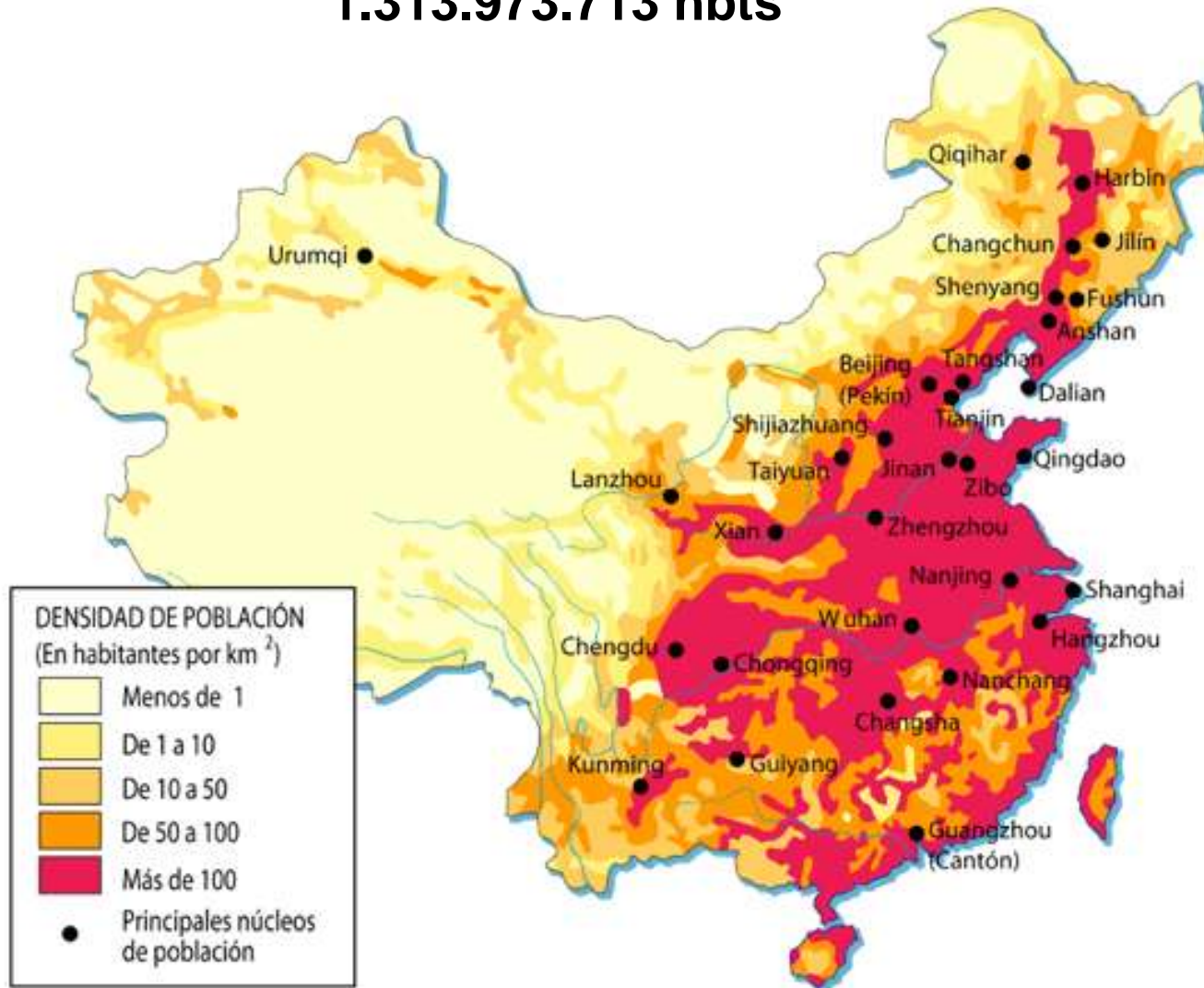
## Nuestro Segundo Socio Comercial: CHINA



Capital	Pekín
Ciudad más poblada	Shanghái
Idiomas oficiales	Chino
Presidente	Hu Jintao
Superficie	Puesto 4º
• Total	9.596.960[2] km²
Población total	Puesto 1º
• Total	1.313.973.713 (2006est.)
PIB (nominal)	Puesto 3º
PIB (PPA)	Puesto 2º
• Total (2006)	US\$ 9.984.062 millones
• PIB per cápita	US\$ 7.598 (2006)



# Potencialidad estimada: 1.313.973.713 hbts



# Promoción Comercial



## Búsqueda de Oportunidades:

Por medio de eventos de promoción comercial (ferias, misiones comerciales, ruedas de negocio).

A través de Promoción directa (sitio web propio, e-mails, cartas, faxes, catálogos, folletos, etc.), y en sitios web especializados / centros de información.

**La Empresa deberá contar con material promocional: perfil de la empresa, folletos, catálogos.**



## Contactos y negociaciones

- El cliente potencial muestra interés en nuestra empresa y solicita una cotización...



**Remita su  
cotización formal  
por fax o e-mail**

Datos de nuestra empresa  
Datos del potencial importador  
Numeración de referencia  
Descripción exacta del producto y  
partida arancelaria  
Cantidad, peso, volumen y embalaje  
Cantidad disponible del producto  
a exportar  
Precio / término comercial (incoterm)  
Medio de transporte a utilizar  
Fecha posible de embarque / plazos  
Medio de pago a utilizar: C/c, C/d, R/d.  
Lugar de embarque / desembarque  
Certificaciones, inspecciones  
Condiciones de venta  
Vigencia de la cotización

## Contactos y negociaciones



### Envío de muestras:

A menudo, los compradores interesados en nuestro producto solicitan muestras.

Se remiten muestras sin valor comercial (MSVC).

Generalmente se envían por medios postales.

Descripción detallada / ficha técnica.



**Las muestras deben coincidir con lo especificado en la cotización remitida**

## Contactos y negociaciones



Después de analizar las muestras, el cliente acepta la operación...

El cliente remite una orden de compra (O/C).

La O/C tiene validez como Contrato de Compraventa Internacional.

Comienza el proceso de exportación...



**IMPORTANTE: Elaborar un programa para cumplir con los plazos estipulados**

# Ferias Internacionales



## **Ferias Internacionales**

Importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante.

Son un fenómeno de aceleración del proceso de venta que permite optimizar la relación coste de venta/cliente, en un entorno privilegiado para una venta profesional.

Es uno de los pocos espacios donde concurren personas con la voluntad de vender y de comprar al mismo tiempo y con gran intención de hacer negocios.

## **Ferias Internacionales**

La participación en una Feria Internacional puede potenciar mucho nuestras ventas y ser una gran plataforma de desarrollo, lo importante es decidir adecuadamente para elegir una que sea conveniente de acuerdo a tipo de producto, tamaño, costos y mercado objetivo.

Asimismo un punto importante es la ejecución adecuada de la logística de Comercio Internacional enfocada a las Ferias, debido a que la misma normalmente es compleja debido a que los tiempos son muy ajustados y existen muchas restricciones arancelarias y para arancelarias para un enorme y diverso tipo de productos a exponerse.

## Cronograma

Detalle	DIA
Fecha de envío de los packing list e información de consignación de las cargas a Soluzioni International	Lun. 31 - Ene
Ctc: Miguel Winkelried Mail: isanguineti@soluzioniinternational.com; mwinkelried@soluzioniinternational.com	
Fecha de entrega de carga de las Empresas en el Local de Soluzioni	Mie. 02 - Feb
(Lugar : Av. San Luis 2560 (201), San Borja. Ctc: Miguel Winkelried Teléfono 6513126/124*5736	
Fecha de embarque y exportación de las muestras.	Sab. 05 - Feb
Fecha de entrega al Agente Oficial	Jue. 10 - Feb
Entrega de carga al stand	Mar. 15 - Feb





**SOLUZIONI**  
www.soluzioniinternational.com

## Exportaciones Express USA Natural Expo East

Israel Sanguineti A.





**Participación Comercial –  
Feria SIAL Canadá**

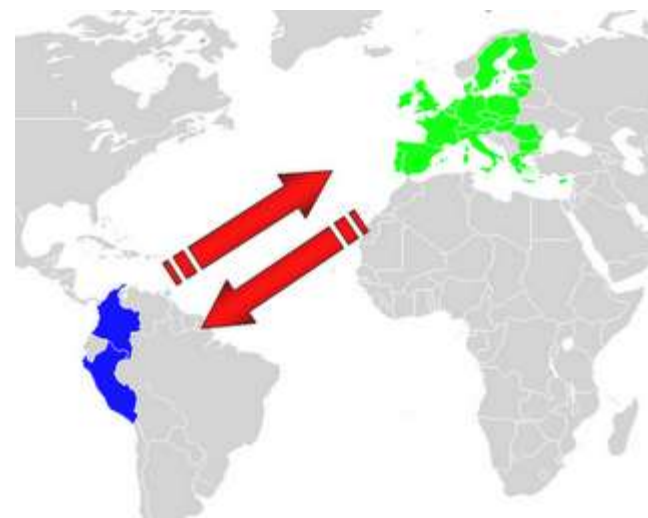
Israel Sanguineti A.





## Feria SIAL París

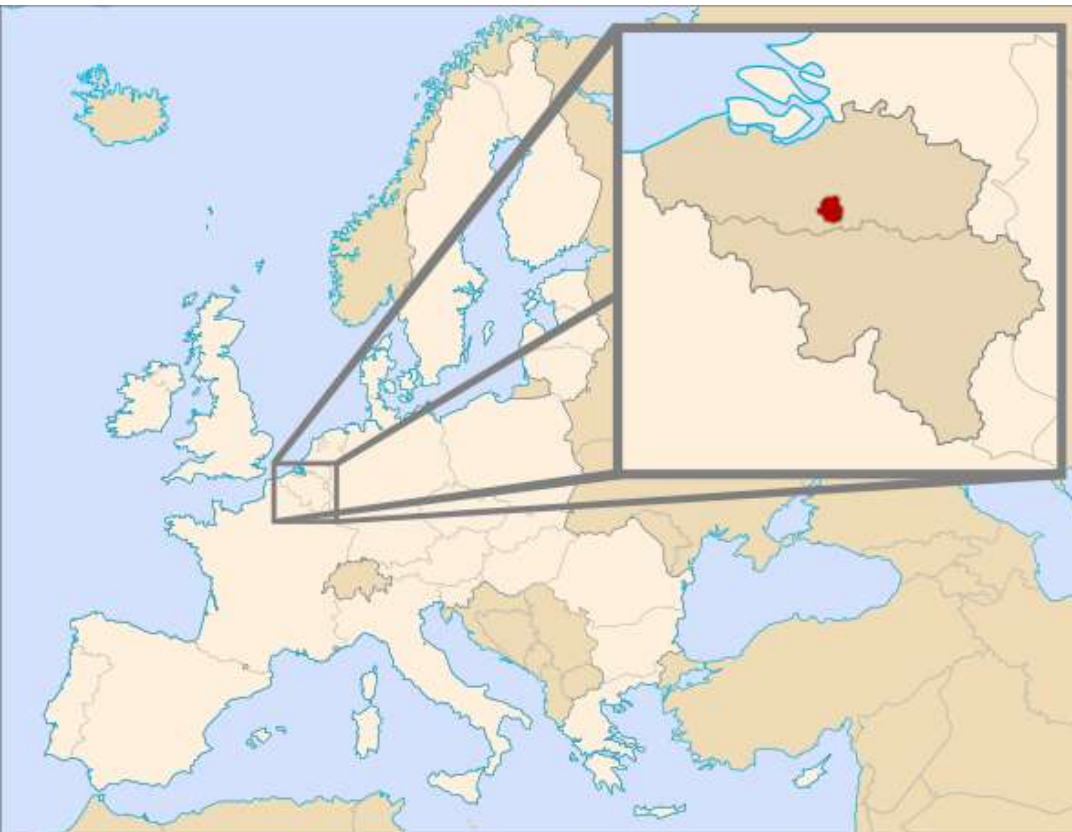
Israel Sanguineti A.





## Feria European Seafood – Bruselas

Israel Sanguineti A.





## Exportaciones – Feria Fancy Food – New York Israel Sanguineti A.





Nürnberg, Germany  
16. – 19.2.2011

BioFach 2011



**SOLUZIONI**  
[www.soluzioniinternational.com](http://www.soluzioniinternational.com)

**BioFach 2011 – Nürnberg,  
Alemania**

Israel Sanguineti A.





**Muchas Gracias.**

[isanguineti@soluzioniinternational.com](mailto:isanguineti@soluzioniinternational.com)

[i\\_sanguineti@hotmail.com](mailto:i_sanguineti@hotmail.com)

