

Seminarios Miércoles del exportador

# Herramientas de inteligencia comercial para exportar: Caso aplicado – uva fresca a Indonesia.

---

**Manuel Zegarra**

mzegarra@promperu.gob.pe

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

Ica, 03 de Junio de 2026



# 1 Introducción Inteligencia comercial



# ¿Qué es inteligencia commercial?

*No es buscar datos; es convertir datos en decisiones*

- La inteligencia comercial ayuda a reducir el riesgo antes de exportar.
- Permite elegir mejor el mercado, anticipar barreras y priorizar oportunidades.
- Reúne información sobre mercado, competencia, acceso y tendencias.
- Ayuda a responder preguntas concretas antes de invertir tiempo y dinero.
- Su valor real está en **interpretar la información** para decidir mejor.



# ¿Qué debo preguntarme antes de exportar?

*Toda evaluación comercial debería comenzar aquí*

- **¿Hay mercado?:** tamaño, crecimiento, precio y demanda.
- **¿Puedo entrar?:** aranceles, requisitos y barreras no arancelarias.
- **¿Puedo competir?:** posición de Perú, competidores y exigencias del comprador.



# ¿Qué tipo de información debo buscar?

## Cuantitativa

¿Qué pasa?  
¿Cuánto es?



## Cualitativa

¿Por qué pasa?  
¿Qué significa?

Datos numéricos que se pueden medir, contar o expresar en cifras: volúmenes, porcentajes, precios, tasas de crecimiento, indicadores estadísticos

Se compone de opiniones, entrevistas, descripciones, experiencias, motivos, narrativas de actores, observaciones en campo, entre otros

*Los números dan evidencia de escala, tendencia y comparación entre alternativas, y los elementos cualitativos clarifican mecanismos, motivaciones, barreras y riesgos que no se ven en las cifras.*

# ¿Qué herramientas responden a estas preguntas?

*Cada plataforma cumple una función distinta*

Plataforma de libre uso	Web
<b>Trade Map:</b> analiza comercio, mercados, competidores y precios.	<a href="https://www.trademap.org">https://www.trademap.org</a>
<b>Export Potential Map:</b> identifica mercados con potencial no aprovechado.	<a href="https://exportpotential.intracen.org/es/">https://exportpotential.intracen.org/es/</a>
<b>Market Access Map y WITS:</b> revisan aranceles y condiciones de acceso.	<a href="https://www.macmap.org/">https://www.macmap.org/</a> <a href="https://wits.worldbank.org">https://wits.worldbank.org</a>
<b>Access2Markets:</b> aterriza requisitos y exigencias no arancelarias.	<a href="https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home">https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home</a>

# La operatividad es sencilla...

# ...lo importante es el análisis ¿Qué nos dicen las cifras?



## TRADE MAP

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas  
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.



Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Other ITC tools Más Mr. Manuel Zegarra Español

Producto: 08 - Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cít) Grupo de productos: Ninguno

Mundo  Economía Todos Grupo de países: Ninguno

Socio: Todos Grupo de socios: Ninguno

otros criterios: Importaciones Series de tiempo anuales por producto Productos similares a 4 dígitos Valores Dólar Americano

### Lista de los productos importados para el producto seleccionado Producto: 08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías

Tabla

Gráfico

Empresas

Licitaciones públicas Datos IED Normas voluntarias

Descargar:

Período (número de columnas): 5 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

SA6	Código del producto	Descripción del producto	Valor importado en 2021, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2022, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2023, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2024, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2025, miles de Dólar Americano
+	<a href="#">0810</a>	Fresas, frambuesas, zarzamoras, grosellas y demás frutos comestibles, frescos (exc. frutos . . .	27.261.761	26.537.362	29.207.322	32.905.734	35.828.889
+	<a href="#">0802</a>	Frutos de cáscara, frescos o secos, incl. sin cáscara o mondados (exc. cocos, nueces del Brasil . . .	18.764.638	17.998.527	17.027.664	19.981.988	24.481.625
+	<a href="#">0804</a>	Dátiles, higos, piñas "ananás", aguacates "paltas", guayabas, mangos y mangostanes, frescos . . .	18.096.048	17.491.170	18.893.032	21.273.323	22.811.121
+	<a href="#">0805</a>	Agrios "cítricos", frescos o secos	17.556.820	16.559.599	17.909.647	18.127.070	20.226.240
+	<a href="#">0803</a>	Plátanos, incl. plátanos, frescos o secos	16.675.121	15.903.997	17.469.777	17.320.879	18.485.036
+	<a href="#">0806</a>	Uvas, frescas o secas, incl. las pasas	12.251.551	12.457.605	13.175.784	13.585.944	15.285.778
+	<a href="#">0801</a>	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón [mery, cajuil, anacardo, "cajú"], frescos o secos, . . .	11.505.706	10.630.281	10.068.590	11.329.933	12.203.611
+	<a href="#">0808</a>	Manzanas, peras y membrillos, frescos	11.562.787	10.553.879	10.629.915	11.420.546	12.178.161
+	<a href="#">0809</a>	Albaricoques "damascos, chabacanos", cerezas, melocotones "duraznos", incl. los grifones y . . .	9.593.741	9.875.081	9.490.322	11.497.568	11.494.701

# ¿Qué nos dice esta información cualitativa?

www.macmap.org/en//query/results?reporter=724&partner=604&product=080610&level=6



## Overview



EXPORTING FROM  
Peru



IMPORTER  
Spain



### PRODUCT

0806101005 – Fresh table grapes : Of the variety Emperor (Vitis vinifera c.v.), from 1 January to 31 January and from 1 December to 31 December



### Customs Tariffs

Import duty

8% 0%

MFN ⓘ Pref ⓘ



↓ Learn more



### Trade remedies

Trade remedies

No

↓ Learn more



### Regulatory Requirements

Total Measures

44

↓ Learn more

# 2

## Caso práctico: Uva fresca a Indonesia

### Análisis Cuantitativo



# Caso práctico de análisis de información con herramientas:

## - Análisis CUANTITATIVO

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Other ITC tools Más Mr. Manuel Zegarra Español

Producto: ... 080610 - Uvas frescas ←

Mundo  Economía  Socio: Todos

Grupo de productos: Ninguno

Grupo de países: Ninguno

Grupo de socios: Ninguno

otros criterios: Importaciones Indicadores por país ←

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2025  
Producto : 080610 Uvas frescas

Tabla Gráfico Empresas Licitaciones públicas Datos IED Normas voluntarias

Descargar: líneas por página: Por defecto (25 por página)


SA8	Importadores	Seleccione sus indicadores											
		Valor importado en 2025 (miles de USD)	Saldo comercial 2025 (miles de USD)	Cantidad importada en 2025	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2025 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2021-2025 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2024-2025 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
	Mundo	13.017.920	-1.510.804	5.239.678	Toneladas	2.484	6	1	14	100	5.351	0,09	
+	Estados Unidos de América	2.828.481	-1.995.355	894.163	Toneladas	3.163	8	7	11	21,7	5.834	0,36	0
+	Alemania	1.078.818	-992.560	351.029	Toneladas	3.073	8	0	10	8,3	4.436	0,16	5
+	Países Bajos	1.002.636	282.766	366.210	Toneladas	2.738	0	-4	61	7,7	7.748	0,16	5
+	Reino Unido	842.972	-835.563	285.709	Toneladas	2.950	6	2	10	6,5	6.351	0,14	3,3
+	Canadá	608.429	-608.139	200.535	Toneladas	3.034	7	2	2	4,7	5.793	0,22	1,1
+	Indonesia	548.880	-548.876	141.148	Toneladas	3.889	15	9	26	4,2	5.129	0,61	4,6
+	México	390.047	-11.496	138.568	Toneladas	2.815	25	13	19	3	3.225	0,47	12,5
+	Francia	326.111	-290.252	138.709	Toneladas	2.351	8	0	5	2,5	2.659	0,36	5
+	Rusia, Federación de	320.021	-319.869	217.844	Toneladas	1.469	2	-7	36	2,5	4.242	0,16	3,6
+	Polonia	301.153	-294.086	137.712	Toneladas	2.187	9	0	10	2,3	1.048	0,23	5
+	China	285.895	748.795	105.981	Toneladas	2.698	-16	-16	-12	2,2	13.049	0,33	14,7
+	España	283.682	270.826	99.609	Toneladas	2.848	16	7	38	2,2	6.996	0,21	5

# Indicadores cuantitativos importación uva fresca 080610 a Indonesia

País	USD Impo mundo 2021 (miles)	USD Impo mundo 2025 (miles)	TONS impo mundo 2021	TONS impo mundo 2025	CAGR USD '21-'25	CAGR TONS '21-'25	Precio promedio USD/TON ('25)
Indonesia	315,271	548,880	98,278	141,148	11.74%	7.51%	3889

$$CAGR = \left( \frac{\text{Valor Final}}{\text{Valor Inicial}} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

- **Valor Final:** Monto o volumen de exportación al final del período analizado.
- **Valor Inicial:** Monto o volumen de exportación al inicio del período analizado.
- **n:** Número total de años (períodos) evaluados.



## » CÁLCULO DEL CAGR

Crecimiento Anual Compuesto

$$CAGR\ USD\ (21-25) = (548,880 / 315,271)^{(1/5)} - 1$$

**1**

 $548,880 / 315,271$   
 $= 1.7412$

→


**2**

 $1.7412^{(1/5)}$   
 $= 1.1174$



→

**3**

 $1.1174 - 1$   
 $= 0.1174 = 11.74\%$



**Interpretación:**  
el valor creció en promedio **11.74%** por año

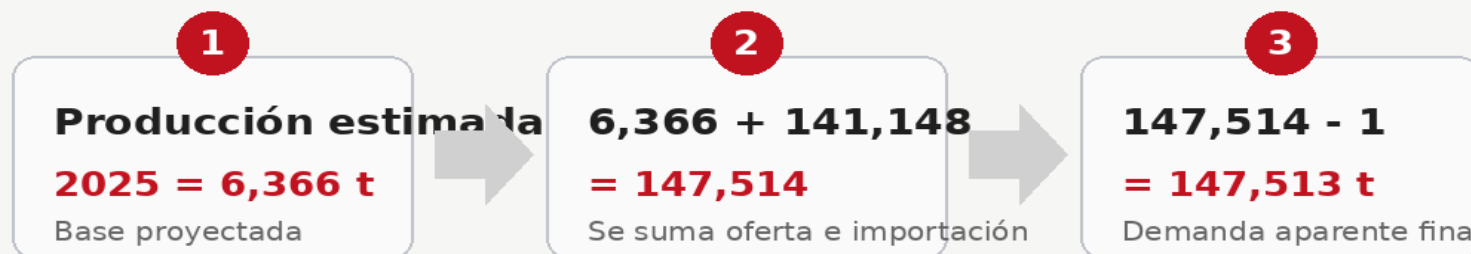
**Demanda Aparente: Producción Nacional + Importaciones - Exportaciones**



## **CÁLCULO DE DEMANDA APARENTE**

Mercado de uva fresca en Indonesia

$$DA\ 2025 = 6,366 + 141,148 - 1$$



**Interpretación:**  
la demanda aparente  
estimada fue de  
**147,513 t en 2025,**  
sustentada  
principalmente por  
las importaciones

Nota: la producción 2025 se proyectó a partir de la tasa implícita 2017-2018 (11,734 t a 10,867 t), ante ausencia de dato oficial 2025 publicado.

# Indicadores cuantitativos importación uva fresca 080610 a Indonesia

Exportadores	Toneladas importadas 2025	Participación
Mundo	141,148.00	100%
China	105,813.00	75%
Australia	28,871.00	20%
<b>Perú</b>	<b>2,359.00</b>	<b>2%</b>
Chile	1,888.00	1%
Estados Unidos de América	1,044.00	1%

**Participación de Perú = Exportaciones peruanas al mercado / Importaciones totales del mercado**

# ¿Cómo se interpretan los resultados de estos indicadores?

- **Indonesia es un mercado atractivo y en crecimiento**, con expansión tanto en valor como en volumen.

- **El valor crece más rápido que el volumen**, lo que sugiere una mejora del precio medio o un mercado que está absorbiendo más valor.

- **La demanda interna depende casi totalmente de importaciones**, por lo que existe una necesidad estructural de abastecimiento externo.

- **Perú aún tiene una presencia muy reducida**, con solo 2% del mercado.

- **China y Australia concentran casi todo el abastecimiento**, lo que revela alta competencia y una estructura de mercado muy concentrada



# Otros indicadores, según complejidad

Nivel	Tipo de indicador	Indicador	Fórmula o base simple	¿Para qué sirve?
1	Tamaño	Exportaciones totales / Importaciones totales	Suma del valor o volumen comercial	Mide el tamaño del comercio del producto o país
1	Tamaño	Volumen comercial	Toneladas, kilos, unidades	Mide cantidad física comerciada
1	Precio	Precio promedio	Valor / Volumen	Aproxima el precio medio de exportación o importación
1	Crecimiento	Variación anual	$(\text{año actual}/\text{año previo})-1$	Mide el crecimiento o caída a corto plazo
1	Crecimiento	CAGR	$(\text{valor final}/\text{valor inicial})^{(1/n)}-1$	Mide crecimiento promedio anual en varios años
2	Estructura	Balanza comercial	Exportaciones - Importaciones	Indica si el país es netamente exportador o importador
2	Estructura	Tasa de cobertura	Exportaciones / Importaciones	Mide cuánto cubren las exportaciones a las importaciones
2	Mercado	Demanda aparente	Producción + Importaciones - Exportaciones	Estima el tamaño del mercado interno
2	Mercado	Penetración de importaciones	Importaciones / Demanda aparente	Mide dependencia del mercado respecto a oferta externa
2	Producción-comercio	Propensión exportadora	Exportaciones / Producción	Mide que parte de la producción se orienta al exterior
2	Apertura	Apertura comercial	$(\text{Exportaciones}+\text{Importaciones})/\text{PIB}$	Mide el peso del comercio en la economía

# Otros indicadores, según complejidad

Nivel	Tipo de indicador	Indicador	Fórmula o base simple	¿Para qué sirve?
3	Participación	Cuota de mercado del país exportador	Exportaciones del país al mercado / Importaciones totales del mercado	Mide posicionamiento del proveedor en el mercado objetivo
3	Participación	Participación mundial	Exportaciones del país / Exportaciones mundiales del producto	Mide peso relativo en comercio internacional
3	Estructura	Participación de producto en la canasta exportadora	Exportaciones del producto / Exportaciones totales del país	Mide especialización del país en ese producto
3	Concentración	Concentración por mercados	HHI o participación de principales destinos	Mide dependencia de pocos destinos
3	Concentración	Concentración por productos	HHI o participación de principales productos	Mide dependencia de pocos productos
3	Diversificación	Número de mercados / productos	Conteo de destinos o productos exportados	Mide amplitud de la cartera comercial
4	Competitividad	RCA o VCR (ventaja comparativa revelada)	Participación del producto en exportaciones del país / participación del producto en exportaciones mundiales	Mide si el país está relativamente especializado en ese producto
4	Competitividad	Índice de intensidad comercial	Comercio bilateral observado / comercio bilateral esperado	Mide si un socio comercial es más importante de lo esperado
4	Competitividad	Índice de complementariedad comercial	Comparación entre estructura exportadora e importadora	Mide qué tan bien calza la oferta de un país con la demanda de otro
4	Acceso/alcance	Índice de penetración de mercados de exportación	Relación entre mercados posibles y mercados alcanzados	Mide alcance geográfico real de las exportaciones
5	Sofisticación	Sofisticación exportadora	Indicadores tipo EXPY / estructura tecnológica	Mide complejidad y valor implícito de la canas exportadora
5	Dinámica	Margen intensivo	Más exportación de productos/mercados existentes	Mide crecimiento sobre relaciones ya existentes
5	Dinámica	Margen extensivo	Nuevos productos o nuevos mercados	Mide crecimiento por diversificación comercial
5	Permanencia	Supervivencia exportadora	Duración de relaciones exportación-producto-mercado	Mide estabilidad de las relaciones comerciales en el tiempo
5	Valor agregado	Contenido importado / valor agregado exportado	Indicadores de cadenas globales	Mide cuánto valor local retienen las exportaciones

# 3

## Caso práctico: Uva fresca a Indonesia

### Análisis Cualitativo



# Análisis CUALITATIVO: Barreras arancelarias y no arancelarias

### Market Access Conditions

Identify customs tariffs, tariff rate quotas, trade remedies, regulatory requirements and preferential regimes applicable to your product.

EXPORTING FROM: Peru  
DESTINATION MARKET: Indonesia  
PRODUCT: 080610 - Grapes, fresh or dried : Fresh  
HS6  NATIONAL TARIFF LINE CODE

SEARCH

Advanced product search

PRODUCT NATIONAL TARIFF LINE CODE  
08061000 - Fresh grapes

<https://www.macmap.org/>

## Customs tariffs ⓘ

[https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Por\\_entrar\\_Vigencia/Indonesia/inicio.html](https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Por_entrar_Vigencia/Indonesia/inicio.html)

## TARIFF YEAR

2025 (HS Rev.2022)

Tariff regime ⓘ	Applied Tariff ⓘ	AVE ⓘ	Note
MFN duties (Applied) ⓘ	5%	5%	

**MFN: Most Favoured Nation (Nación mas favorecida)**

# Barreras arancelarias y no arancelarias

<https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>

## CONSULTA DE REQUISITOS

Importación  Exportación  Tránsito Internacional

PRODUCTO:

uva

Buscar

Seleccione	Nombre del Producto	Partida Arancelaria	Código CRF
<input type="radio"/>	AGUAYMANTO (=CAPULÍ, UCHUVA), fruto fresco (Physalis peruviana)	0810.90.50.00	03
<input type="radio"/>	UVA (PASAS), con raquis (Vitis vinifera)	0806.20.00.00 P3	03
<input type="radio"/>	ESTORAQUE(=CABREUVA), madera aserrada con algún proceso de la CRF2 (Myroxylon balsamum)	4407.29.00.00 P2	02
<input type="radio"/>	ESTORAQUE(=CABREUVA), madera en bruto o escuadrada sin corteza (Myroxylon balsamum)	4403.49.90.00 P3	03
<input type="radio"/>	ESTORAQUE(=CABREUVA), bloques, tablas o perfiles con algún proceso de la CRF2 (Myroxylon balsamum)	4413.00.00.00 P2	02
<input checked="" type="radio"/>	UVA, fruta fresca (Vitis vinifera)	0806.10.00.00	03
<input type="radio"/>	ESTORAQUE(= CABREUVA), madera perfilada con al algún proceso de la CRF2 (Myroxylon balsamum)	4409.22.90.90 P2	02
<input type="radio"/>	ESTORAQUE(=CABREUVA), tablillas y frisos con algún proceso de la CRF2 (Myroxylon balsamum)	4409.22.90.10 P2	02
<input type="radio"/>	ESTORAQUE(= CABREUVA), madera en bruto descortezada (Myroxylon balsamum)	4403.49.90.00 P3	03
<input type="radio"/>	CABREUVA, madera perfilada con algun proceso de la CRF2 (Myrocarpus fastigiatus)	4409.22.90.90 P2	02
<input type="radio"/>	UVA, congelado (Vitis vinifera)	0811.90.99.00	02
<input type="radio"/>	UVA (PASAS), secas industrialmente (Vitis vinifera)	0806.20.00.00 P2	02
<input type="radio"/>	SAUVAGESIA, planta (Sauvagesia spp.)	0602.90.90.00	04
<input type="radio"/>	UVA (PASAS), secas naturalmente (Vitis vinifera)	0806.20.00.00 P3	03
<input type="radio"/>	ESTORAQUE(=CABREUVA), madera aserrada (Myroxylon balsamum)	4407.29.90.00 P3	03

Aplicación	País de Destino	País de Origen
COMERCIALIZACION	INDONESIA	PERU

[Mostrar Requisito](#)

## REQUISITO FITOSANITARIO DE EXPORTACION

Producto	Nombre Científico	
UVA, fruta fresca	Vitis vinifera	
País Destino	País de Origen	
INDONESIA	PERU (ANCASH,AREQUIPA,ICA,LA LIBERTAD,LAMBAYEQUE,LIMA,PIURA)	
Uso o Destino	Tipo	Estado
COMERCIALIZACION,CONSUMO,MUESTRA EXPORTACION		AUTORIZADO

### Requisito(s) fitosanitario(s)

#### 1. REQUISITOS GENERALES:

- Certificado Fitosanitario.
- Certificado de lugar de producción.
- Certificado de planta de empaque.
- Carta de instrucciones al capitán.
- Certificado de calibración de sensores.

#### 2. PLAGAS REGULADAS:

- Anastrepha fraterculus , Ceratitis capitata , Aspidiotus nerii , Chrysomphalus dictyospermi , Diaspidiotus perniciosus
- Alfalfa mosaic virus



#### 3. DECLARACIÓN ADICIONAL:

Sin declaración adicional.

#### 4. TRATAMIENTO CUARENTENARIO:

Tratamiento de frío.

18 DIAS a 2.0 °C, o menor temperatura

20 DIAS a 3.0 °C, o menor temperatura

#### 5. REQUISITOS DE ETIQUETADO:

Producto (Nombre):

Código de lugar de producción.

Código, nombre y dirección de empaedora.

#### 6. CONSIDERACIONES PARA LLENAR EL C.F.:

Consignar el número de contenedor.

Consignar el número de precinto.

El Certificado Fitosanitario debe ser emitido en el idioma Inglés.

Los Lugares de Producción y las Plantas Empaedoras: [LISTA\\_UVA\\_INDONESIA\\_2025-2026.pdf](#)

# Análisis cualitativo de uva fresca en Indonesia

•**Ventana comercial:** Perú tiene oferta fuerte entre **octubre y abril**, pero enfrenta coincidencia estacional con Chile y Australia, mientras China mantiene ventaja regional y continuidad de suministro.

PortalFrutícola.com FreshFruitPortal.com

•**Variedades:** Indonesia demanda uvas importadas con buena condición y calidad, con presencia de variedades como **Red Globe, Crimson Seedless y Thompson Seedless**; Perú cuenta con variedades exportables compatibles, pero debe afinar el ajuste según canal y preferencia del comprador.



December 2025

United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service

•**Tendencia de consumo:** el mercado indonesio muestra crecimiento apoyado en importaciones y mayor sensibilidad a calidad, **dulzor, condición de llegada y vida postcosecha**



FUENTES: Estudios, noticias, entrevistas, notas de prensa, revistas, paginas de gobiernos

<https://australiangrapes.com.au/exporter/market-intelligence/>

<https://www.bluebookservices.com/peru-remains-world-leading-grape-exporter-in-2024-25/>

<https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/fruit.pdf>

<https://www.tridge.com/insights/quality-concerns-over-imported-grapes-in-indonesia>

TRIDGE

# Interpretación final : Oportunidad de uva fresca de Perú en Indonesia

*La oportunidad existe, pero requiere una estrategia selectiva y competitiva*

- **Indonesia presenta una oportunidad comercial atractiva** porque su mercado de uva fresca crece en valor y volumen y depende estructuralmente de importaciones para abastecer su demanda interna.
- **El mercado no está vacío**, ya que China y Australia concentran gran parte del abastecimiento, lo que refleja una estructura muy competitiva y con proveedores ya posicionados.
- **La oportunidad para Perú no parece estar en competir por volumen inmediato**, sino en capturar nichos mediante calidad, condición de fruta, variedades adecuadas, confiabilidad y una propuesta comercial diferenciada.
- **En síntesis, Indonesia sí es un mercado con potencial para la uva peruana**, pero el crecimiento dependerá de una entrada gradual, enfocada y sostenida más en diferenciación que en escala inicial.



# Siguientes pasos:

- **Validar el mercado objetivo con mayor profundidad**, priorizando segmentos, importadores y canales con mejor ajuste para la oferta peruana.
- **Definir una estrategia de ingreso**, precisando propuesta de valor, ventana comercial, variedades objetivo y forma de entrada al mercado.
- **Diseñar un plan comercial inicial**, con acciones de prospección, agenda con compradores, muestras, promoción y aliados comerciales.
- **Establecer indicadores de seguimiento**, para medir resultados, retroalimentar la estrategia y ajustar la ejecución



# Otros parámetros cualitativos

Categoría cualitativa	Parámetro o indicador	¿Qué analiza?	¿Para qué sirve en comercio exterior?
Comprador	Preferencia del comprador	Qué atributos valora: calidad, precio, presentación, calibre, sabor, empaque, certificación.	Ayuda a adaptar la oferta al mercado objetivo.
Comprador	Motivación de compra	Razones por las que el cliente elige un producto o proveedor.	Permite entender qué impulsa la demanda más allá del precio.
Comprador	Sensibilidad al riesgo	Temor a cambiar de proveedor u origen	Sirve para medir la dificultad de ingreso a nuevos clientes.
Comprador	Percepción del origen	Cómo se valora el país de origen en términos de calidad, confianza o reputación.	Ayuda a estimar ventaja o desventaja reputacional del Perú.
Mercado	Tendencias de consumo	Cambios en preferencias: salud, conveniencia, sostenibilidad, premiumización.	Permite detectar oportunidades emergentes de mercado.
Mercado	Barreras de entrada percibidas	Obstáculos no arancelarios, burocracia, requisitos, complejidad comercial.	Ayuda a identificar mercados atractivos pero difíciles de atender.
Mercado	Transparencia regulatoria	Qué tan clara, estable y comprensible es la normativa del mercado.	Reduce riesgo de errores de cumplimiento o acceso.
Mercado	Riesgo país percibido	Opinión sobre estabilidad política, económica y regulatoria del destino.	Ayuda a evaluar sostenibilidad de una relación comercial.
Competencia	Fortalezas percibidas de competidores	Qué ventajas se atribuyen a otros proveedores: cercanía, precio, servicio, calidad.	Sirve para ubicar la posición competitiva de Perú.
Competencia	Grado de fidelidad del cliente	Qué tan dispuesto está el comprador a cambiar de proveedor.	Permite medir la dificultad real de ganar mercado.
Competencia	Diferenciación valorada	Atributos que hacen destacar a un proveedor frente a otros.	Orienta la propuesta de valor exportable.

# Otros parámetros cualitativos

Categoría cualitativa	Parámetro o indicador	¿Qué analiza?	¿Para qué sirve en comercio exterior?
Operación	Confiabilidad del proveedor	Percepción sobre cumplimiento en tiempos, volúmenes y consistencia.	Factor clave para permanencia y repetición de compra.
Operación	Capacidad de respuesta	Rapidez y claridad para resolver consultas, reclamos o ajustes.	Mide desempeño comercial y calidad de servicio.
Operación	Facilidad logística percibida	Qué tan viable se ve la operación en tiempos, rutas, tránsito y distribución.	Aporta a evaluar viabilidad operativa del mercado.
Cumplimiento	Exigencia de certificaciones	Relevancia de sellos, trazabilidad, inocuidad o sostenibilidad.	Ayuda a identificar brechas para ingresar al mercado.
Cumplimiento	Adecuación del producto	Necesidad de modificar empaque, etiquetado, formato o especificaciones.	Permite estimar costos y ajustes para exportar.
Canal comercial	Exigencias del canal	Diferencias entre retail, mayorista, food service o importador especializado.	Sirve para definir el canal más viable de entrada.
Información	Calidad de la información	Pertinencia, actualidad, claridad y confiabilidad de las fuentes consultadas.	Mejora la solidez del análisis y la toma de decisiones.
Relación comercial	Confianza y comunicación	Fluidez, transparencia y facilidad de relación con el comprador.	Clave para construir relaciones comerciales sostenibles.