

*¿Cómo elaborar un Plan de
Negocios? Parte I*
PROGRAMA PLANEX

Ruta Exportadora

Danny Anderson Gambini Marquez
rutaexportadora@promperu.gob.pe

*Departamento de Programas y Proyectos
Multisectoriales*

Sub Dirección de Desarrollo Exportador

02 de Mayo de 2018

Lima, Perú



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

RUUTA EXPORTADORA

Camino a su internacionalización.



3 TERCERA FASE Asistencia empresarial

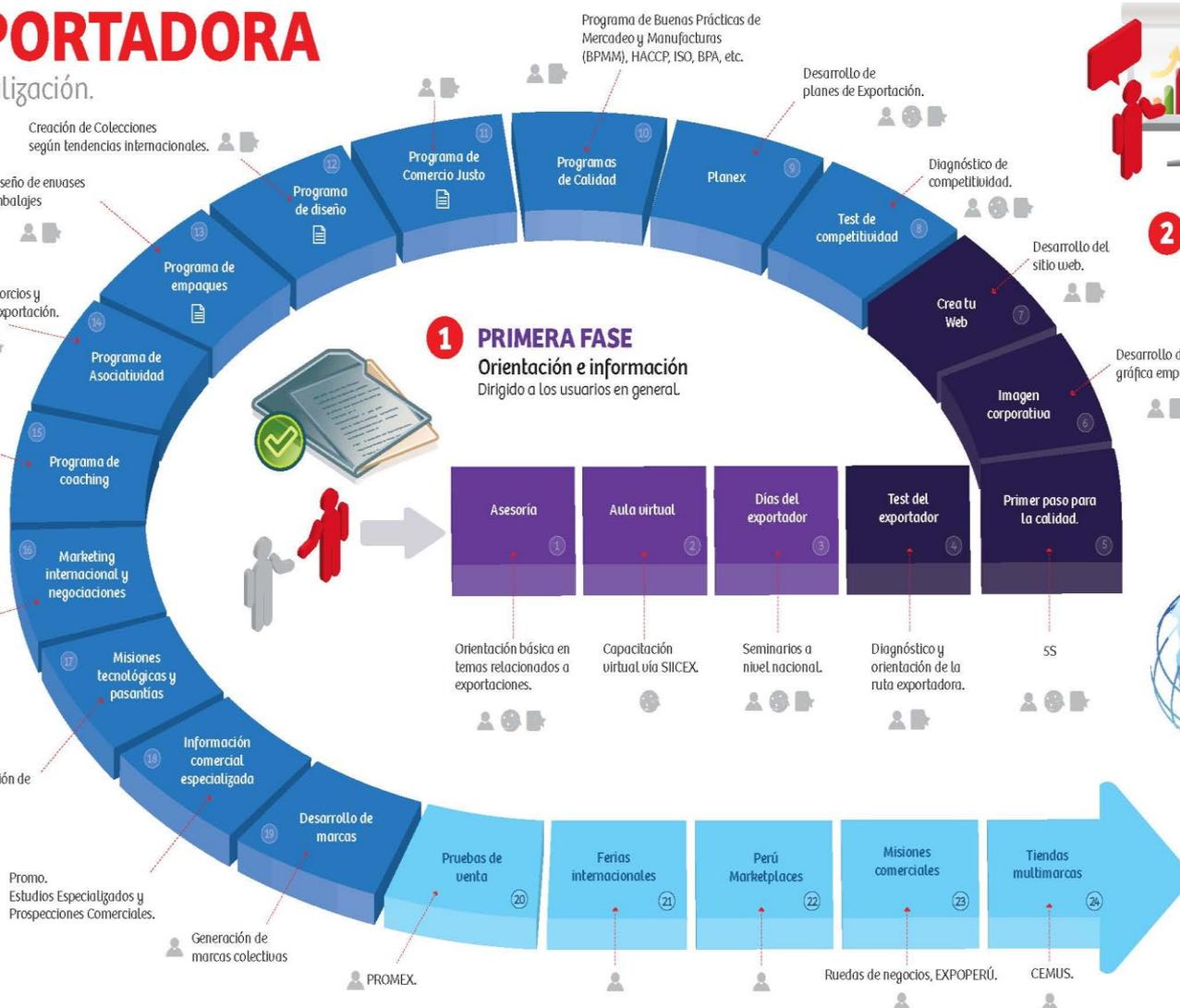
Dirigido a los exportadores en proceso y a los exportadores.

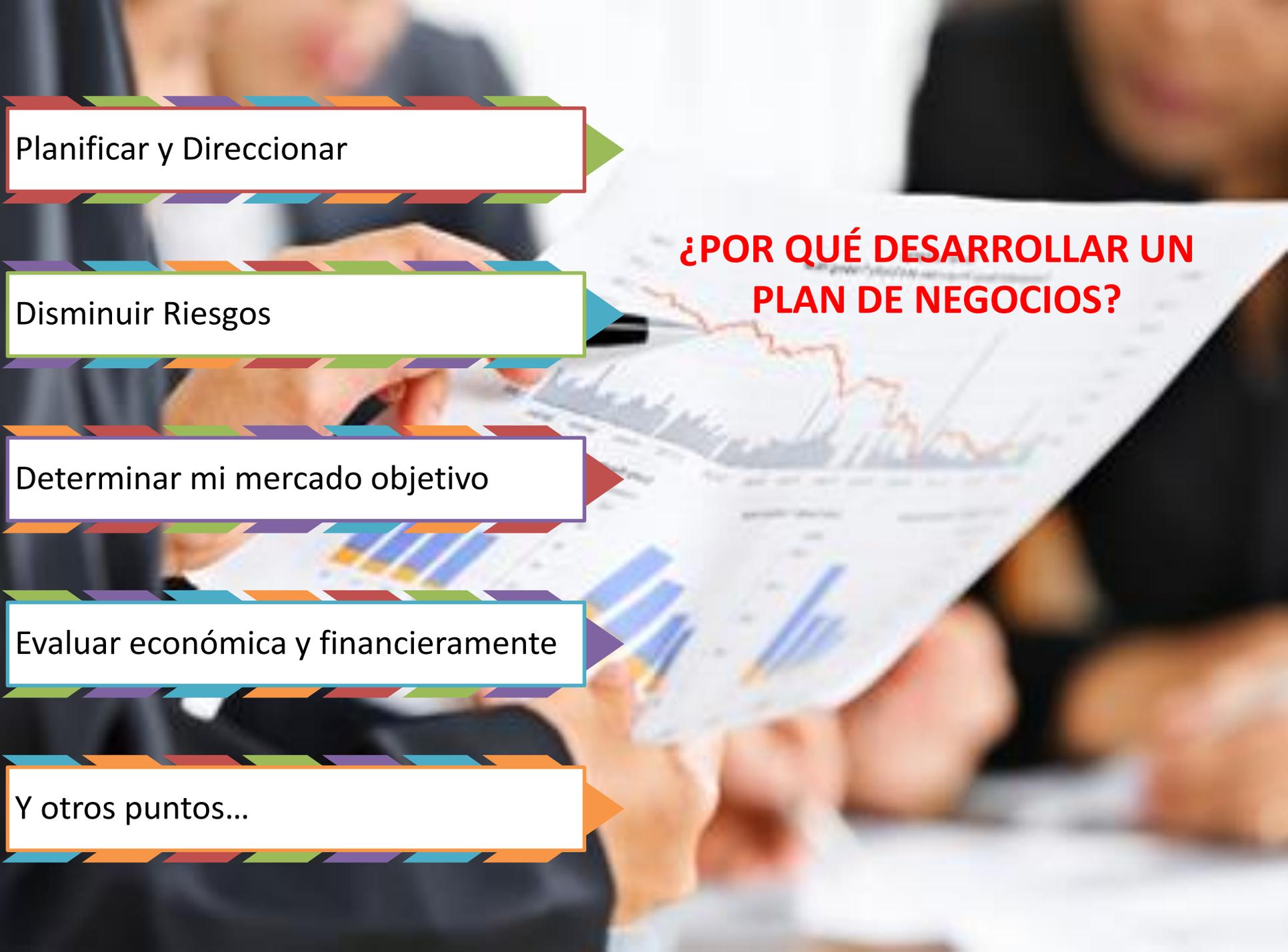
Mejora la gestión de ventas y negociaciones internacionales.

Innovación e implementación de mejoras.



www.siicex.gob.pe/rutaexportadora



A blurred background image of a business meeting. Several people are visible, some holding documents with charts and graphs. The focus is on the foreground elements, which are text boxes and a central question.

Planificar y Direccionar

Disminuir Riesgos

Determinar mi mercado objetivo

Evaluar económica y financieramente

Y otros puntos...

**¿POR QUÉ DESARROLLAR UN
PLAN DE NEGOCIOS?**

Antecedentes de
la Empresa

Plan Estratégico y
Plan
Organizacional

Estudio de
Mercado
Internacional

**TEMARIO
PLAN DE
NEGOCIOS**

Plan de Operación

Gestión
Exportadora

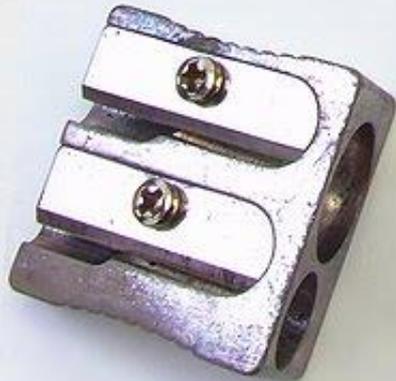
Análisis Financiero
y Plan Financiero

IDEA DE NEGOCIO

Cómo volver una idea en un negocio...



¿Cuál es tu propuesta de Negocio?





Antecedentes de
la Empresa

Historia de la
empresa



Antecedentes de
la Empresa

Idea del plan
de negocio

Principal motivo de la elaboración del documento por el cual la empresa ha decidido realizar dicho **PLAN DE NEGOCIO EXPORTADOR** y la necesidad y finalidad que busca mediante la realización del documento, el posicionar la empresa, el producto o la **ESTRATEGIA** se detalla en la idea del **PLAN DE NEGOCIO**

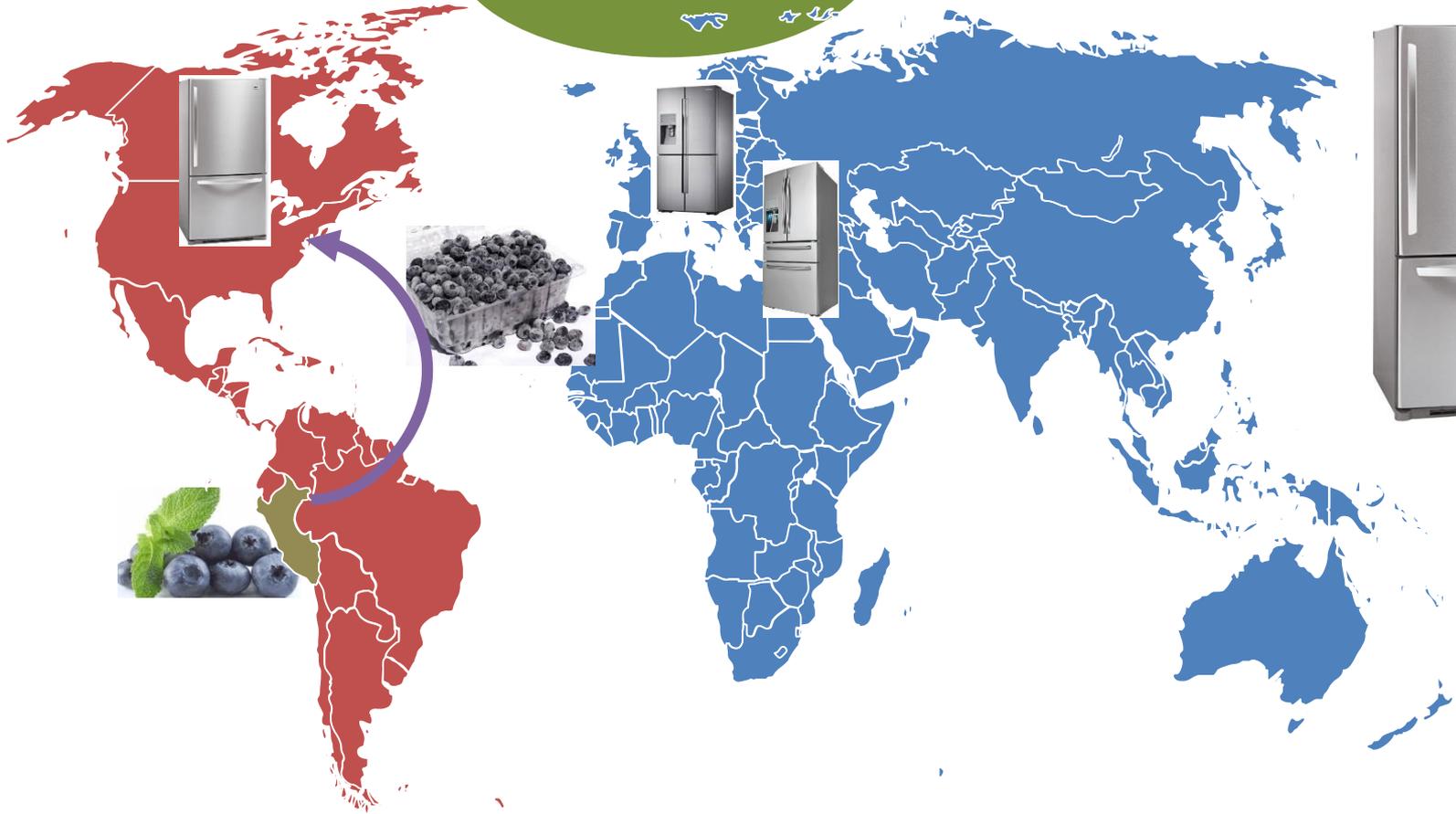
Antecedentes de
la Empresa

Financiamiento
Requerido



Antecedentes de
la Empresa

Oportunidades
de Negocio



“Al existir una mayor demanda de refrigeradoras para productos congelados, se da la oportunidad de enviar frutas congeladas...”

Antecedentes de
la Empresa

Propuesta del
plan de
negocio



1. Historia de la Empresa.

Es la descripción de las principales actividades empresariales Para ayudarnos podemos responder las siguientes preguntas: ¿Por qué se fundó la empresa?, ¿cuáles son las características de sus productos?, ¿por qué ese producto?, ¿cómo fue el camino que se siguió para llegar a ser lo que son hoy como empresa?

2. Idea del Plan de Negocio.

Es el principal motivo de la elaboración del documento, es decir, la necesidad y finalidad que busca con su estrategia.

3. Financiamiento requerido

Es la necesidad de financiamiento para la realización de las actividades planteadas en la idea del negocio y desarrolladas en el plan de negocio exportador. Debe describirse para qué se utilizará el dinero.

4. oportunidad del Negocio

Cuando nos damos cuenta de la existencia de servicios o productos demandados que no están bien cubiertos, ya sea por una mala prestación de esos servicios o porque no existe ninguna empresa que ofrezca esos servicios o productos. Apertura de mercado u otros acontecimientos que ayuden a aprovechar nuestra oferta comercial

5. Propuesta de Plan de Negocio

Describe los beneficios que se lograrán con la implementación de las estrategias. Es importante que en la propuesta se tomen en cuenta aspectos de responsabilidad social, negocios de inclusión y cuidado del medio ambiente

¿Que requerimos para mirar afuera?

1. *Evaluar si contamos con producto competitivo en el mercado internacional*
2. *Tengo la capacidad para hacerlo*
3. *Tengo la capacidad para cumplir con los volúmenes exigidos por los compradores*
4. *Tengo la capacidad financiera para vender en el exterior*
5. *Conozco la cultura del país a donde quiero vender*



Aspectos fundamentales a tener en cuenta en un proceso de negociación...

- **Demanda:** ¿Donde esta y que quiere mi mercado?
- **Oferta:** ¿Estoy en la capacidad de darlo?
- **Asociatividad:** Capacidad para desarrollar una Estrategia de optimización
- **Institucionalidad:** Conocer a todas las instituciones que facilitan el proceso de comercialización
- **Valor Agregado:** Es lo que crea la diferencia

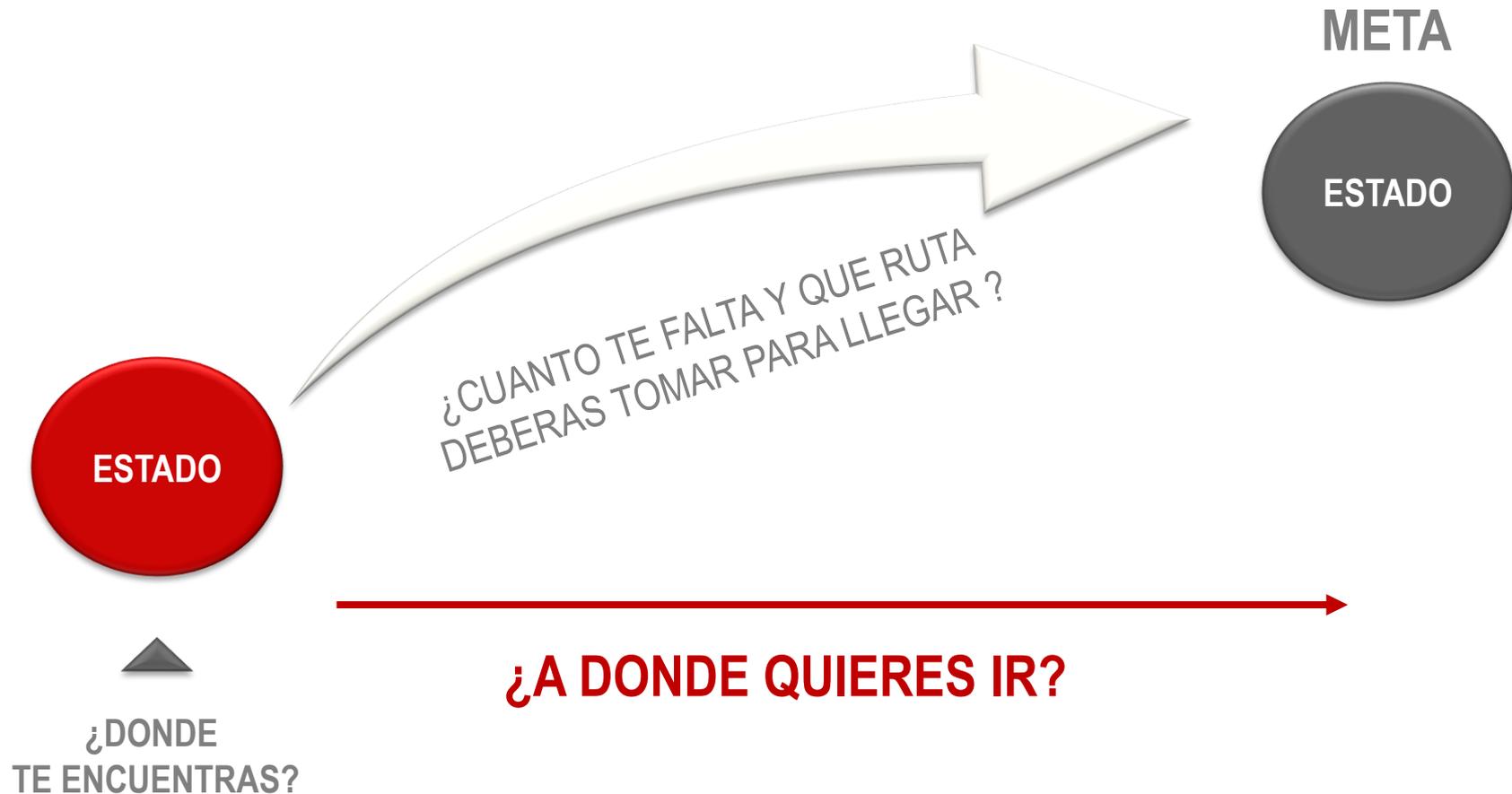


Características del Plan de Negocios de Exportación

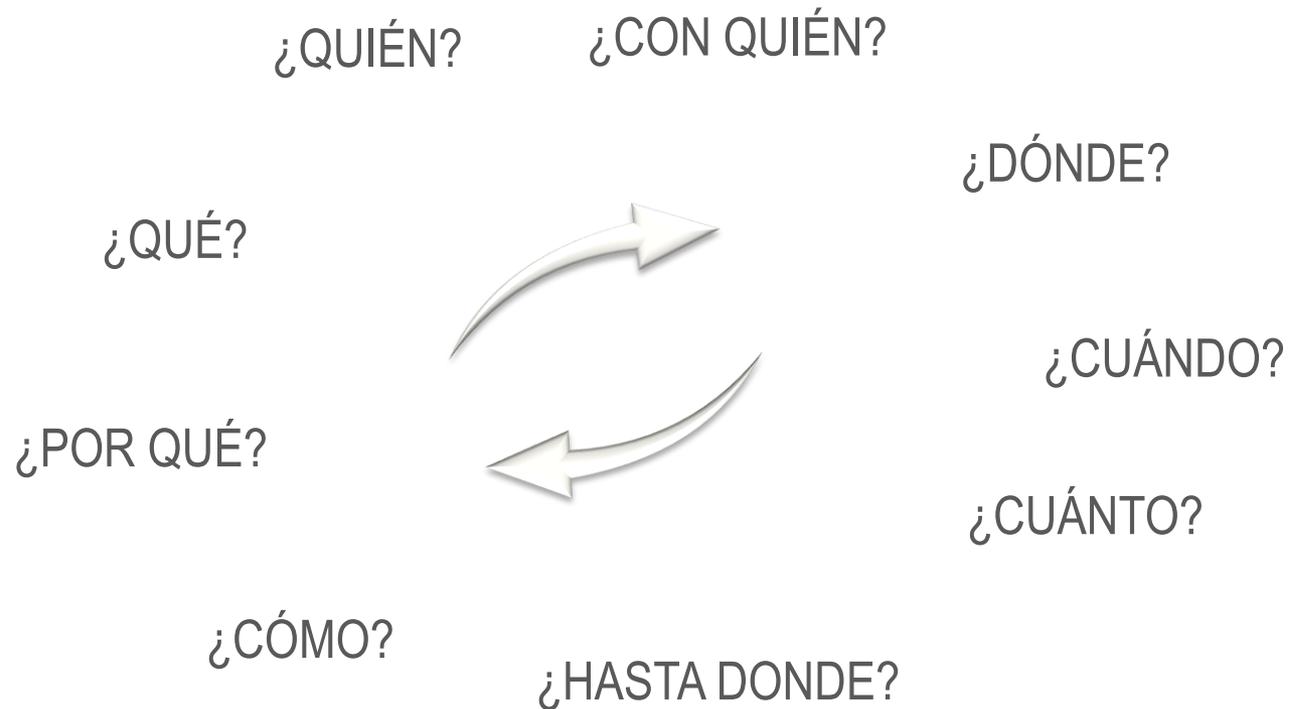
- Establece criterios de medición para saber los logros obtenidos
- Identifica oportunidades para aprovecharlas
- Involucra a los colaboradores en su aplicación
- Prevé contingencias
- Es corto, claro, preciso e informativo
- “Su elaboración no es secuencial sino simultanea”



El plan de Negocios te ayuda a:



Estructura del Plan de Negocios de Exportación



¿Cuál es la estructura de Plan de Negocios?

1. RESUMEN EJECUTIVO

- 1.1 Antecedentes de la empresa
- 1.2 Misión Del Negocio
- 1.3 Objetivo Del Negocio
- 1.4 Resultados del Estudio de Mercado
- 1.5 Resultados del Plan de Operación
- 1.6 Resultado Plan Financiero

2. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

- 2.1 La Empresa
- 2.2 Idea de Plan de Negocio
- 2.3 Financiamiento Requerido
- 2.4 Oportunidades del Negocio
- 2.5 Propuesta del Plan de Negocio



¿Cuál es la estructura de Plan de Negocios?

3. PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL

3.1 Visión

3.2 Misión

3.3 Análisis Interno

3.4 Análisis Externo

3.5 Análisis FODA

3.6 Análisis de la Competencia

3.7 Equipo PLANEX

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Producto / Servicio

4.2 Análisis del Mercado

4.3 Perfil del Cliente

4.4 Medición de Mercado



¿Cuál es la estructura de Plan de Negocios?

5. PLAN DE OPERACIONES

5.1 Ventaja Competitiva – Producción y Comercialización

5.2 Ficha Producto - Insumo

5.3 Cadena de Producción

5.4 Costo de Producción

6. PLAN LOGÍSTICO

6.1 Contrato de Compra y Venta

6.2 Distribución Física Internacional (DFI)

6.3 Procesos de Unitarización

6.4 Utilización de embalajes: Rotulados y Etiquetado

6.5 Proceso de Gestión Exportadora

6.6 Procesos de Distribución Física Internacional según: INCOTEMRS

¿Cuál es la estructura de Plan de Negocios?

7. PLAN FINANCIERO

7.1 Análisis Financiero - Ratios
Financieros

7.2 Presupuesto maestro

7.3 Estados Financieros Proyectados

7.4 Evaluación Financiera

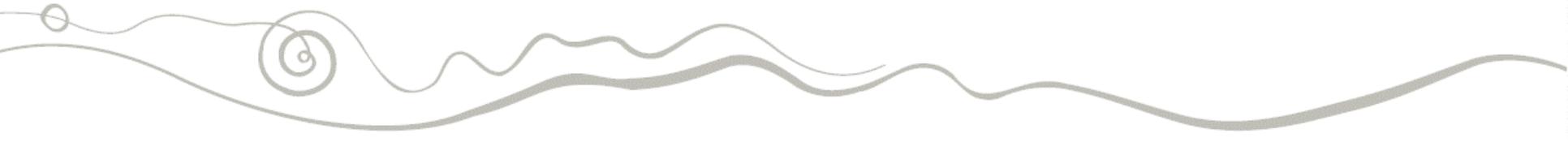
7.5 Conclusion

8. Plan De Acción



CAPÍTULO 1

RESUMEN EJECUTIVO



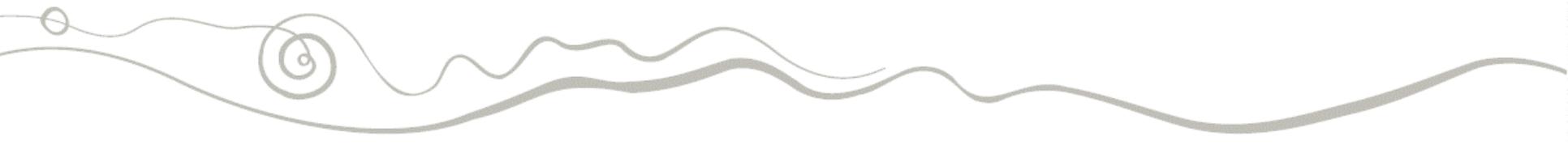
Este es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto, va antes de la presentación y es lo primero o a veces lo único que lee el receptor del proyecto, por lo tanto en pocas palabras se debe describir el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

Con este resumen, lo que se busca es que capte por si mismo la atención del lector y motivarlo a aprender mas acerca del proyecto asegurándole con ello una junta. Por lo tanto debe estar bien redactado y presentado para que facilite la comprensión de la información que el plan contiene.



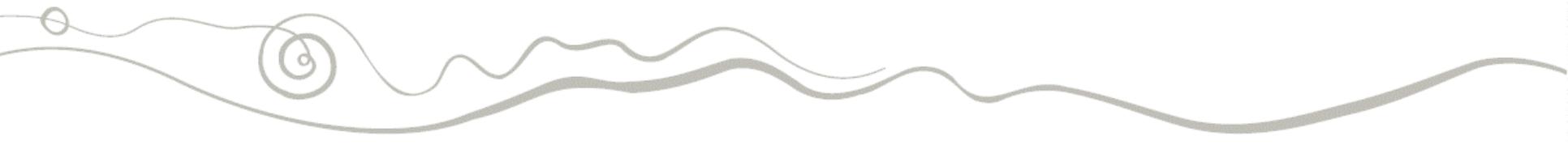
CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA



Lección 1

LA EMPRESA



La empresa, se concibe como una organización que combina elementos o recursos fundamentales, como por ejemplo, el ser humano, implementos técnicos, materias primas, para hacer real una idea de negocio, que tenga la finalidad de obtener beneficios, generar utilidades, aportar soluciones y contribuir al bien común.



Lección 2

IDEA DEL EMPRENDIMIENTO Y PLAN DE NEGOCIO



GENERANDO UNA IDEA DE NEGOCIO...

Fuente de la Idea	Ejemplo
Desarrollo de un Hobby	Servicio de jardinería
Usar nuestras habilidades	Servicio de crear y mantener páginas Web
Una casualidad, algo fuera de lo común	Producir un cepillo de dientes musical
Explotar una oportunidad en un mercado	Vender fotografías online
Combinar dos ideas	Administrar un café internet
Resolver problemas que la gente no puede	Convertirse en un consultor financiero

IMIM: <https://www.youtube.com/watch?v=IzhCHCZWj9U>



Lección 3

FINANCIAMIENTO REQUERIDO



Es la necesidad por la cual se busca financiamiento para la realización de las actividades que representa la generación de la idea del negocio y por lo cual se busca realizar el plan de negocio exportador, dentro del financiamiento requerido se describe para que se utilizara el dinero en cuanto al proceso de la gestión empresarial.



Lección 4

LA OPORTUNIDAD DEL PLAN DE NEGOCIO



- **Servicios mal ofrecidos:** Cuando nos damos cuenta de la existencia de servicios o productos demandados que no están bien cubiertos, ya sea por una mala prestación de esos servicios o porque no existe ninguna empresa que ofrezca esos servicios o productos.
- **Conocimientos adquiridos:** Una persona que haya adquirido una formación académica, le surgirán mejores ideas de negocios relacionados con sus estudios, porque conocerá mejor que servicios o productos puede ofrecer al mercado que se va a dirigir.
- **Experiencia adquirida:** Lo mismo ocurre con la experiencia profesional y laboral que tiene una persona emprendedora. Su conocimiento en un determinado sector y sus habilidades técnicas pueden definir una buena idea de negocio.



CRITERIOS	OPORTUNIDADES	INFLUENCIA (1-10)
Aumento en la venta de productos ecológicos en Europa Occidental y Estados Unidos.	Ofrecer nuestros productos orgánicos	10
Incremento en la demanda de productos libres de gluten, azúcar, lactosa o conservantes.	Ofrecer nuestros productos libres de Gluten	7
Crece el consumo de proteínas de origen vegetal, legumbres y granos antiguos como: Quinoa, Mijo, espelta o semillas de chía.	Ofrecer nuestras presentaciones de quinoa.	5
Comercio exterior	Aprovechar las barreras arancelarias de 0% por el TLC	4



Cámara Hiperbárica



Lección 5

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO



Describe los beneficios que se lograrán con la implementación de las estrategias. Es importante que en la propuesta se tomen en cuenta aspectos de responsabilidad social, negocios de inclusión y cuidado del medio ambiente.

Ejemplo:

Hacer un plan de exportación que refuerce mi oferta exportable para introducir nuestros productos certificados a distintos mercados en la Unión Europea, empezando por Alemania.



CAPÍTULO 3

***PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN
ORGANIZACIONAL***



Lección 1

VISIÓN



La visión es el estado futuro que deseamos para nuestra organización. Esta visión recoge las aspiraciones de la persona encargada de establecer la dirección de la empresa. Estas aspiraciones deben ir encaminados con los esfuerzos y las acciones de todos los miembros





Posicionarse como el principal proveedor de cafés
finos del mundo



Lección 2

MISIÓN



•

La misión es la razón de ser de la organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y cuáles son los límites de sus actividades





Inspirar y nutrir el espíritu humano: Una persona, una taza de café y una comunidad a la vez.



Lección 3

ANÁLISIS INTERNO



Mencione las fortalezas y debilidades que ha encontrado en la empresa.

FORTALEZA	DEBILIDADES
<p>1. Contamos con instalaciones propias para el procesamiento de alimentos</p> <p>2. Nuestra planta cuenta con certificaciones orgánicas para EEUU, UE y Asia; así como de calidad como son el HACCP y BPM</p> <p>3. Personal especializado</p> <p>4. Precios competitivos por no tercerizar</p>	<p>1. Alta rotación del personal</p> <p>2. Falta de espacio en almacenes</p> <p>3. Mala administración</p> <p>4. No se cuenta con un área de inteligencia comercial</p>



Lección 4

ANÁLISIS EXTERNO



Mencione las oportunidades y amenazas que ha encontrado para su empresa.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Alta tendencia en consumo de productos orgánicos2. Campañas del estado (PROMPERU) que promocionan los SUPERFOODS en el mundo3. Tratados de libre comercio con diferentes países. (Preferencias arancelarias)4. Asistencia a ferias internacionales.	<ol style="list-style-type: none">1. Fluctuación en el Tipo de Cambio2. Ingreso de nuevos competidores3. Cambio climática (Afecta cosecha)4. Alto costo en maquinaria



Lección 5

ANÁLISIS FODA



Cuatro Tipos de Estrategias

**Fortalezas
Oportunidades
Debilidades
Amenazas
(FODA)**



Estrategias
FO

Estrategias
DO

Estrategias
FA

Estrategias
DA



Matriz FODA

Deje en blanco	Fortalezas-F <i>Liste las fortalezas</i>	Debilidades-D <i>Liste las debilidades</i>
Oportunidades-O <i>Liste las oportunidades</i>	Estrategias FO <i>Use las fortalezas para tomar ventaja de las oportunidades</i>	Estrategias DO <i>Supere las debilidades tomando ventaja de las oportunidades</i>
Amenazas-A <i>Liste las amenazas</i>	Estrategias FA <i>Use fortalezas para evadir amenazas</i>	Estrategias DA <i>Minimice debilidades y evite amenazas</i>



Lección 6

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA



Basándonos en nuestro objetivo de estudio, determinamos cuál será la información que necesitaremos recolectar de nuestra competencia, por ejemplo, si nuestro objetivo es conocer sus puntos débiles, la información que podríamos recolectar podría ser la referente a sus procesos, su logística, su capacidad de fabricación, su capacidad de abastecimiento, etc. Si nuestro objetivo es conocer sus principales estrategias, la información que podríamos recolectar podría ser la referente a sus productos o servicios, sus canales de distribución, sus medios publicitarios, sus precios, sus puntos de venta, etc.



Lección 7

EQUIPO PLANEX



PLAN ORGANIZACIONAL

El plan de la organización es el desarrollo del plan de RECURSOS HUMANOS, el cual permitirá obtener los PROCESOS necesarios para las convocatorias del personal que permitirá lograr el desarrollo de las estrategias establecidas.



Plan Estratégico y Plan Organizacional

“El Factor Humano en Mi Empresa”

Plan Organizacional.

El plan organizacional es el desarrollo del plan de recursos humanos, el cual permitirá obtener los procesos necesarios para las convocatorias del personal que permitirá lograr el desarrollo de las estrategias establecidas. La importancia del desarrollo del plan organizacional es desarrollar un cronograma de actividades que permitirá generar un control en las acciones que se realizarán en el plan estratégico del plan de negocio exportador. Este debe contener una descripción de la estructura del equipo y el personal, incluyendo el organigrama.

El elemento humano constituye uno de los recursos más importantes de una empresa y la delegación del personal en las estrategias que se realizarán es vital para el cumplimiento del plan de negocio exportador. Las organizaciones están conformadas por personas, de las cuales dependen para conseguir sus objetivos y cumplir sus misiones.



Plan Estratégico y Plan Organizacional

Plan Organizacional.



Organigrama

La organización funcional y jerárquica trata de estructurar de la forma más adecuada, los recursos humanos e integrar éstos con los recursos materiales y financieros, con el fin de aplicar eficazmente las estrategias elaboradas y los medios disponibles, para conseguir los objetivos propuestos.

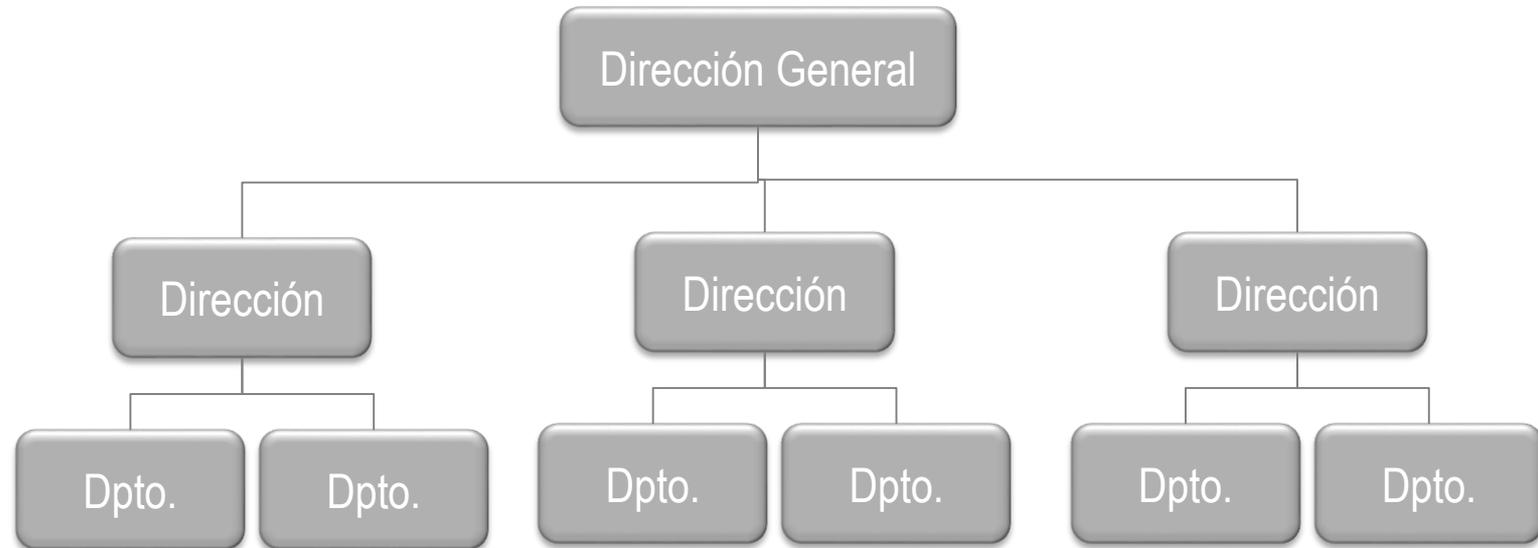
El organigrama es el dibujo o esquema de la organización de los recursos humanos de la empresa, representa en forma gráfica las principales funciones y líneas jerárquicas en un momento concreto.

Plan Estratégico y Plan Organizacional

Plan Organizacional.



Organigrama





Plan Organizacional.

Equipo PLANEX – Perfil Empresarial

Empresa: _____

Identificación: _____

Área: _____

Cargo con la: _____

Cargo PLANEX: _____

Funciones: _____

Plan de Recursos Humanos

El Plan de Recursos Humanos contiene tanto el Programa para el Recurso Humano interno como externo. El procedimiento de identificación del personal interno está dividido en cuatro etapas :

- Tipo de Reclutamiento
- Tipo de Selección.
- Tipo de Inducción.
- Tipo de Capacitación.

Plan Estratégico y Plan Organizacional

Plan Organizacional.



Cronograma

Una vez realizado el plan de recursos humanos se procede a relacionar el chequeo de las actividades, con las estrategias del Plan de Negocio Exportador y las personas del equipo PLANEX , para así poder realizar el seguimiento respectivo del cumplimiento de estas. Dicho seguimiento se puede realizar por medio de un cronograma de actividades en el cual es posible detallar las fases si se está en la parte inicial, intermedia y final.

Diagrama de actividades: se sugiere realizar un diagrama que permita colocar los responsables de cada actividad, colocar las fechas de inicio de actividades y los días por concluir dicha tarea, así como las que faltan realizar , esto permitirá, tener un mejor seguimiento”.



Caso Plan Estratégico y Plan Organizacional

Empresa Alpaka Perú SAC

Alpaka Perú S.A.C., de Juan Perez, con RUC N° 20968657902, ubicada en la **Av. Gregorio 174** - Ate. Es una empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de algodón y de alpaca. Dichos productos de alto valor agregado e innovadores diseños se consiguen en un proceso de calidad acreditada, fruto de más de **10 años** de experiencia participando en las ferias extranjeras de Europa, Canadá, para familiarizarse con la cultura, gustos y preferencias de los consumidores extranjeros

**“Experiencia participando en ferias ...
para familiarizarse con la cultura,
gustos y preferencias de los
consumidores extranjeros.”**



Caso Plan Estratégico y Plan Organizacional

Empresa Alpaka Perú SAC – Datos de Empresa

Razón Social :	Alpaka Perú S.A.C
Nro. De RUC :	20968657902
Dirección :	Av. Gregorio
Departamento :	Lima
Provincia :	Lima
Distrito :	Ate Vitarte
Número de Teléfono :	511-7777588
Número de Fax :	511-7777588
Representante / Contacto:	Juan Perez
Dirección electrónica (email) :	jperez@alpaka Peru.com
Página Web de la empresa :	www.alpaka Peru.com
Fecha de Creación de :	20/11/2001
Actividad Económica :	Confección Prendas de Alpaca
Sector Económico :	Textil

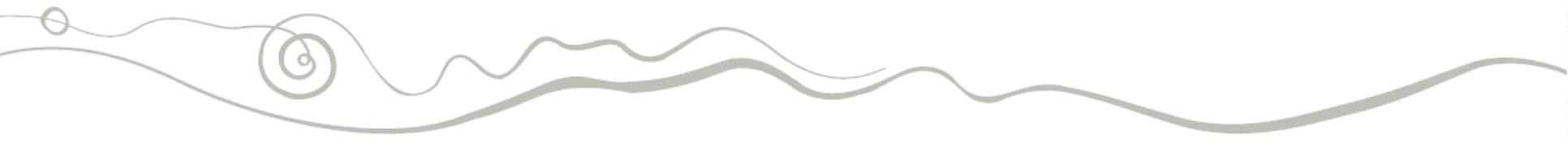
Cronograma de Actividades

Actividad	Responsable	Mes 1	Mes 2	Mes 3	...	Mes 12
Tarea 1						
Tarea 2						
Tarea 3						
Tarea 4						



CAPÍTULO 4

ESTUDIO DE MERCADO



Lección 1

PRODUCTO / SERVICIO



Perú: Principales líneas de productos de Agroexportación

Frutas y Hortalizas frescas

Uva, Mango, Palta, banano orgánico, cítricos, espárragos, cebollas, granada, arándanos, jengibre, pimientos



Café, Cacao y Derivados

Cafés especiales
Cacao fino de aroma (grano) y derivados (polvo, manteca, pasta, polvo y chocolates)



Procesados y conservados (inc. Congelados)

Congelado: Espárrago, palta, mango
Conservas: Alcachofa, aceituna, capsicum
Jugos: Mango, maracuyá
Bebidas alcohólicas: Pisco



Funcionales y Superalimentos

Quinua, kiwicha, cañihua
Maíz morado, maíz gigante del Cusco, maíz chulpi
Maca, yacón, camote
Chirimoya, Lúcuma, aguaymanto, camu-camu,
Uña de gato, Sacha inchi



Perú: Productos exportados del sector textil



Perú: Partida arancelaria y descripción de los principales productos exportados

	2013	2014	2015	2016	2017
SUBPARTIDA-DESCRIPCION	FOB (US\$)				
0806100000 - UVAS FRESCAS	442,957,057.24	642,551,877.83	708,524,021.18	660,953,937.58	652,814,954.92
0804400000 - AGUACATES (PALTAS) , FRESCAS O SECAS	184,033,922.16	299,877,281.36	306,269,083.36	396,887,565.95	585,785,263.27
0709200000 - ESPÁRRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	413,553,667.12	384,505,090.38	421,489,947.16	422,476,639.06	410,125,473.59
0810400000 - ARÁNDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMÁS FRUTOS	17,386,084.04	30,230,090.14	97,187,318.79	241,255,985.66	362,186,536.49
7901120000 - CINC SIN ALEAR, CON UN CONTENIDO DE CINC	181,380,680.16	206,574,237.85	184,218,220.72	234,738,188.27	333,429,681.81
2309909000 - DEMÁS PREPARACIONES UTILIZADAS PARA LA A	108,707,852.23	141,337,978.04	133,127,964.38	160,278,290.06	225,044,774.40
2510100000 - FOSFATOS DE CALCIO NATURALES, ALUMINOCÁL	413,229,478.16	314,453,551.97	346,889,431.09	299,752,479.11	206,775,164.96
0307430000 - JIBIAS (SEPIAS)* Y GLOBITOS; CALAMARES Y					192,408,452.94
0804502000 - MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	132,689,580.69	139,346,137.05	195,894,881.53	199,376,124.97	191,786,211.99
7408110000 - ALAMBRE DE COBRE REFINADO CON LA MAYOR D	255,918,776.73	274,807,882.80	206,911,872.67	156,871,276.34	181,518,744.03
1605540000 - JIBIAS (SEPIAS)* , GLOBITOS, CALAMARES Y	132,842,806.63	229,072,222.32	157,748,085.78	127,802,301.65	154,696,366.10
6109100031 - T-SHIRT DE ALGODÓN PARA HOMBRES O MUJERE	159,593,293.17	144,343,585.39	124,588,914.60	130,535,578.99	148,728,659.03



MUSK MELON

Premium 高級
국산
Parum 친환경 머스크메론세트
67,500 원/2입/박스

Premium 高級
국산
Parum 친환경 머스크메론세트
95,000 원/2입/박스

Tendencias Comerciales



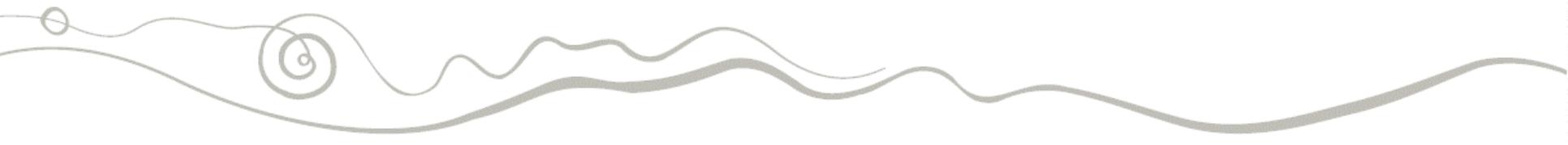


Somos Investigación de mercado



Lección 2

ANÁLISIS DE MERCADO



TEST DE SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO

Categoría de Preguntas		Países		
	Compradores, Capacidad de Compra e Importadores	Alemania	EEUU	Canada
1	La población es numerosa y cuenta con ingreso disponible suficiente como para configurar un mercado objetivo.			
2	Las importaciones de mi producto en el mercado objetivo son elevadas en términos de valor y volumen.			
3	La tendencia de las importaciones es creciente y se espera que siga aumentando.			
Nota	No/Nunca = 1 ; Algunos / A veces = 2; Si / Siempre = 3			
Categoría de Preguntas		Países		
	Acceso al Mercado y Ventajas Comerciales	Alemania	EEUU	Canada
4	Las barreras arancelarias son bajas.			
5	Las barreras no arancelarias no representan una limitación para el ingreso al mercado (considerando los obstáculos burocráticos a las importaciones: licencias, permisos, trámites, documentación, etc.			
6	Las regulaciones técnicas (requerimientos normativos para el producto) cumplen su rol sin constituirse en obstáculos o restricciones ocultas al comercio de los productos que exporto.			
7	El acceso a la información es fácil y de bajo costo.			
8	Existen en este mercado preferencias arancelarias que facilitan el acceso al mercado			
9	Existen en este mercado: Representaciones Diplomáticas, Oficina Comercial, Cámaras Binacionales, Oficina de Promoción de Importaciones, Bancos Corresponsales de los principales bancos de Perú.			
10	PROMPERU cuenta con programas de promoción comercial para los exportadores que desean ingresar a este mercado (capacitación, asistencia técnica, ferias y exhibiciones especializadas, misiones de vendedores o compradores			
11	Existen en este mercado exhibiciones comerciales especializadas tales como ferias y ruedas de negocios, que sirven de apoyo a nuestra labor de mercadeo.			
Nota	No/Nunca = 1 ; Algunos / A veces = 2; Si / Siempre = 3			



	Categoría de Preguntas	Países		
	Canales de Distribución y Logística Exportadora	Alemania	EEUU	Canada
12	El conocimiento de los canales de distribución en el país objetivo es amplio.			
13	Los medios logísticos existentes permiten llegar sin mayor retraso o dificultad a este mercado.			
14	Los costos de transporte no afectan significativamente las posibilidades de exportación de mi producto			
15	Los requerimientos de envase y embalaje del país de destino no constituyen una dificultad a la exportación.			
16	Poseo suficiente experiencia en contratos de compra venta internacional y conocimiento de condiciones de pago más frecuentes en el país objetivo.			
Nota	No/Nunca = 1 ; Algunos / A veces = 2; Si / Siempre = 3			
	Categoría de Preguntas	Países		
	Intensidad de la Competencia	Alemania	EEUU	Canada
17	Los productores locales no representan una fuerte competencia y no tienen una gran capacidad de influencia sobre las políticas comerciales.			
18	Los competidores externos son pocos y presentan un bajo posicionamiento en el mercado.			
19	Los exportadores peruanos de mis productos son escasos y no presentan en la actualidad un posicionamiento superior al de mi empresa en este mercado			
Nota	No/Nunca = 1 ; Algunos / A veces = 2; Si / Siempre = 3			
	Categoría de Preguntas	Países		
	Riesgos	Alemania	EEUU	Canada
20	El país no presenta riesgos desde el punto de vista socioeconómico, político, legal y comercial.			
21	Las empresas con las que voy a negociar presentan un nivel de riesgo entre bajo y mínimo.			
22	La percepción de la comunidad empresarial respecto a la calidad de buen pagador de las empresas del país es buena.			
Nota	No/Nunca = 1 ; Algunos / A veces = 2; Si / Siempre = 3			



Esquema Ficha País

	FICHA PAIS: ALEMANIA
--	----------------------

Área:	357 022 sq Km.
Capital:	BERLIN
Ciudades Importantes:	Hamburg, Munich, Cologne
Población:	80,722,792 (Julio 2016 estimado)
Idioma Oficial:	German (Oficial)
Ubicación Geográfica:	Europa Central, bordeando el Mar Báltico / Norte.
Organización Territorial:	República federal compuesta por dieciséis estados federados. llamados Länder (sing. Land. 'Estado')
PBI:	1.7% (2016 est.)
PBI per cápita:	\$ 48 200 (2016 est.)
Tasa de crecimiento anual:	1.9%
Moneda:	Euro
Sistema cambiario:	EUR per US: 0.9214 (2016 est.)
Clima:	Invierno, Verano, Primavera, Otoño
Voltaje:	230 V.

Fuente: Elaboración Propia
Referencia: CIA





CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY

THE WORK OF A NATION. THE CENTER OF INTELLIGENCE.

Report Threats

رپورٿ تهريٿ

Contact

Search CIA.gov...

SEARCH

عربي 中文 English Français Русский Español More ▶

- HOME
- ABOUT CIA
- CAREERS & INTERNSHIPS
- OFFICES OF CIA
- NEWS & INFORMATION
- LIBRARY
- KIDS' ZONE

Library



- Library
- Publications
 - Center for the Study of Intelligence
 - Freedom of Information Act
 - Electronic Reading Room
 - Kent Center Occasional Papers
 - Intelligence Literature
 - Reports
 - Related Links
 - Video Center

Home » Library » Publications » The World Factbook

THE WORLD FACTBOOK

- ABOUT
- REFERENCES
- APPENDICES
- FAQs
- CONTACT

WELCOME TO THE WORLD FACTBOOK

The World Factbook provides information on the history, people, government, economy, energy, geography, communications, transportation, military, and transnational issues for 267 world entities. Our Reference tab includes: maps of the major world regions, as well as Flags of the World, a Physical Map of the World, a Political Map of the World, a World Oceans map, and a Standard Time Zones of the World map.

Hacer clic para

Please select a country to view

- Please select a country to view
- World
- Afghanistan
- Akrotiri
- Albania
- Algeria
- American Samoa
- Andorra
- Angola
- Anguilla
- Antarctica
- Antigua and Barbuda
- Arctic Ocean
- Argentina
- Armenia
- Aruba
- Ashmore and Cartier Islands
- Atlantic Ocean
- Australia
- Austria

- REGIONAL AND WORLD MAPS
- FLAGS OF THE WORLD
- GUIDE TO COUNTRY COMPARISONS
- THE WORLD FACTBOOK USER GUIDE

WHAT'S NEW :: Today is: Wednesday, May 2

April 26, 2018
After almost six decades of rule by the Castro brothers – first Fidel and then Raul – Cuba on April 19th installed a new president, Miguel Diaz-Canel. Check the Government section, "Executive branch" entry to see other recently inaugurated or newly elected presidents including those of Armenia, Azerbaijan, Botswana, Costa Rica, Montenegro, Paraguay, and Sierra Leone.

April 19, 2018
Sunday April 22 will mark Earth Day, which was "born" in the United States in 1970 and is now observed in virtually every country on earth (192 of 195 countries by last count). Planet earth was "born" a very long time ago, see the "Geography – note" in the World entry to find out just how old the earth is. While in the World entry, check out the "Geographic



DOING BUSINESS | Midiendo regulaciones para hacer negocios

-  DATOS
- CLASIFICACIÓN DE LAS ECONOMÍAS
- INFORMES
- METODOLOGÍA
- REFORMAS SOBRE NEGOCIOS
- ACERCA DE NOSOTROS
- PRENSA

“ El proyecto **DOING BUSINESS** proporciona una medición objetiva de las regulaciones para hacer negocios y su aplicación en 190 economías y en algunas ciudades seleccionadas en el ámbito subnacional. ” [Lea más](#)

DOING BUSINESS 2018



- Nueva Zelanda es la primera economía en el ranking de facilidad para hacer negocios por segundo año consecutivo
- Se implementaron 3188 reformas en 15 años desde el inicio de Doing Business (en inglés, PDF)
- Durante el año pasado, se implementaron 264 reformas en 119 economías
- Nuevos casos de estudio sobre apertura de una empresa, manejo de permisos de construcción, registro de propiedades, resolución de la insolvencia
- [Vea los principales hallazgos](#) | [Descargue el informe \(PDF, 15MB\)](#)

EXPLORAR DATOS

Seleccione una economía 

- 0 -

Seleccione un tema 

OTRAS OPCIONES

- [Obtener todos los datos](#)
- [Clasificación de las economías y Distancia a la frontera](#)

PUBLICACIONES RECIENTES



Doing Business 2018

El informe *Doing Business 2018: Reformando para la Creación de Empleos*, es una publicación insignia del Grupo Banco Mundial. Esta es la decimoquinta edición de una serie de informes anuales que miden las regulaciones que favorecen o restringen la actividad empresarial. Doing Business se compone de indicadores cuantitativos sobre las regulaciones empresariales y la protección de los derechos de propiedad privada que son comparables en 190 economías – desde Afganistán hasta Zimbabue- y a través del tiempo. [Lea más >](#)

[Compra el informe Doing Business 2018 \(en Inglés\)](#)

REPORTES SUBNACIONALES



Doing Business en Colombia 2017

Doing Business en Colombia 2017, el cuarto estudio subnacional de la serie de *Doing Business* en el país, presenta por primera vez un diagnóstico comparativo sobre el ambiente regulatorio para hacer negocios en los 32 departamentos representados por sus ciudades capitales. El estudio mide las regulaciones que afectan el ciclo de vida de pequeñas y medianas empresas locales en 4 áreas: apertura de una empresa, obtención de permisos de construcción, registro de propiedades y pago de impuestos. [Lea más >](#)





TRADE MAP

Trade statistics for international business development
Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc.



Home & Search Data Availability Reference Material Other ITC Tools More

Login English

Trade Map provides - in the form of tables, graphs and maps - indicators on export performance, international demand, alternative markets and competitive markets, as well as a directory of importing and exporting companies.
Trade Map covers 220 countries and territories and 5300 products of the Harmonized System. The monthly, quarterly and yearly trade flows are available from the most aggregated level to the tariff line level.

Imports Exports

Service Product

Single Group

Please enter a keyword or a product code

Advanced search

Country Region

Please enter a country/territory or region name

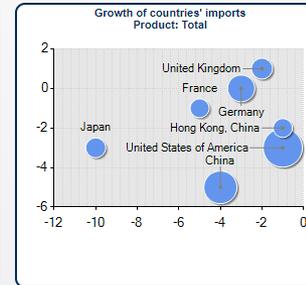
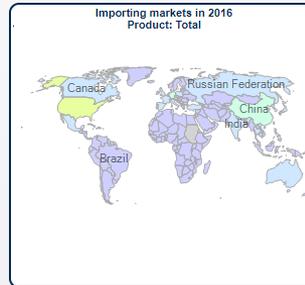
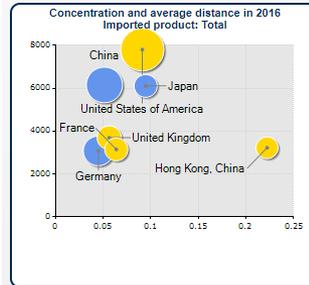
Trade Indicators

Yearly Time Series

Quarterly Time Series

Monthly Time Series

Companies



News

Trade Map update on 23 March 2018
23/03/2018 1:00:00 PM

Twitter

ITC-Market Analysis Retweeted
Elodie Robin ITC



SIICEX

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior



PromPerú te recuerda

Ahora puedes consultar a SUNAT por tus envíos postales
(511) 634 3600 ext. 20519, 20523 y 20528
exportafacil@sunat.gob.pe | importafacil@sunat.gob.pe

No olvides llamar a la mesa de ayuda al exportador para consultas de comercio exterior
(511) 604-5601 / (511) 604-5602 / (511) 604-5603 / (511) 719-2999



1 2 3 4 5

SERVICIOS AL EXPORTADOR

- Plataformas para MiPymes
- Ruta exportadora
- Test Exportador
- Regiones
- Sectores Productivos
- Calidad
- Regulaciones para exportar
- Acuerdos Comerciales
- Estadísticas
- Exporta Fácil
- Directorios
- Enlaces de Interés
- Calendario de Actividades
- Comuníquese
- Comercio Sostenible

02 de mayo del 2018

Inteligencia de Mercados

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Recomendar 1067

Twitter

PRODUCTO / MERCADO

Búsqueda de producto

Buscar >

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

Búsqueda por mercado

Buscar >

SECTORES PRODUCTIVOS

- Agronegocios
- Exportación de Servicios
- Industria de la vestimenta y decoración
- Manufacturas Diversas
- Productos Pesqueros

FACILITACIÓN DE EXPORTACIONES

- Documentos para exportar
- Directorio Logístico **(Nuevo)**
- Logísticos de Exportación
- Beneficios Aduaneros y Tributarios
- Herramientas Financieras
- Simulador Financiero
- Rutas Aéreas
- Rutas Marítimas
- Perfiles Logísticos

CAPACITACIONES

- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU
- Miércoles del Exportador
- Programas y Talleres Especializados ADOC-PERU
- Programa Exporta Perú - PLANEX
- Aprendiendo a Exportar
- Guía Interactiva
- Flujo Exportador
- Guía para Exportar
- Información de Mercados
- PROMO EJE EXPORTADOR 2012
- PROMO 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007

Síguenos en:



Lección 3

PERFIL DEL CLIENTE



¿Qué se necesita para exportar a los mercados asiáticos?

- Hábitos de consumo
- Tendencias
- Canales de distribución
- Canales de comercialización
- Costumbres
- Forma de negociar
- Protocolo
- Participar en ferias y misiones



Tendencias Comerciales

Facilidades para comprar



Tendencias Comerciales

COMERCIO JUSTO

Consumidor responsable, se preocupa por su entorno:

- a. Medio ambiente: calentamiento global
- b. Aspectos sociales: no a la discriminación o abuso
- c. Alimentación saludable e inocuo: ingredientes que aporten a su salud



Lección 4

MEDICIÓN DE MERCADO



Utilizando la razón de la cadena $Q = n * p * q$

Q: Venta anual al mercado potencial

n: Número de veces que compra al año

P: Precio de venta

q: cantidad de clientes potenciales

a. Segmentación Demográfica

Se puede segmentar por:

- Edad y sexo.
- Nivel socioeconómico.

Para aplicar la segmentación demográfica, se determina la población analizar podemos realizar un primer cuadro por género.

Edad y Sexo

Distribución por sexo

Hombres	49.12	% de la Población
Mujer	50.88	% de la Población



Muchas Gracias!

rutaexportadora@promperu.gob.pe

PARADOJA DE LA ELECCIÓN:

<https://www.youtube.com/watch?v=sHuN1bydNKQ>

Ruta Exportadora:

<https://youtu.be/krVkvYQjyBQ>

