

PROGRAMA PLANEX

Ruta Exportadora

Cómo elaborar un Plan de Negocios de Exportación (Parte II)

CESAR SANTOS ZUTTA

apoyoproyectos@promperu.gob.pe

Departamento de Programas y Proyectos Multisectoriales

Sub Dirección de Desarrollo Exportador

16 de Marzo de 2016

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



Capítulo 1

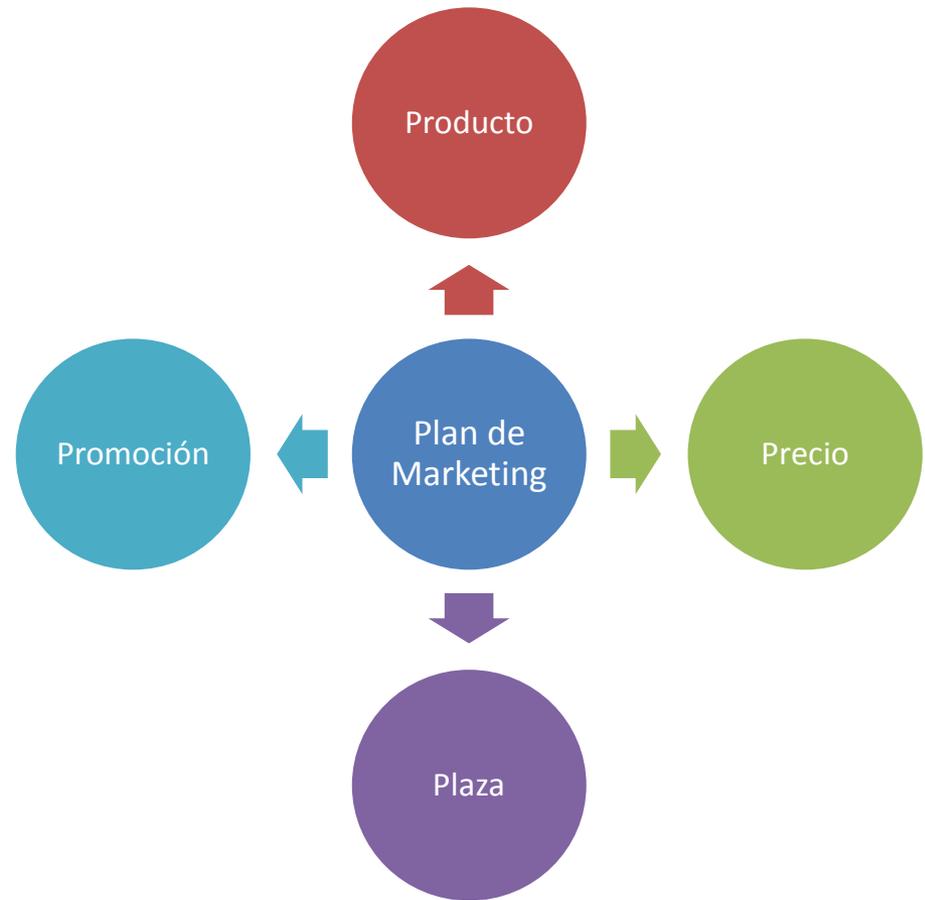
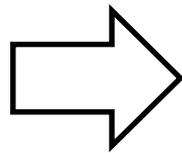
ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Capítulo 2

PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL

Capítulo 3

ESTUDIO DE MERCADO



DEMANDA OBJETIVO

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

LECCIÓN 1

TENDENCIAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Exportaciones a mercados con TLC

19 FTA in force
2 to take effect

92% of total exports
83% of non traditional exports

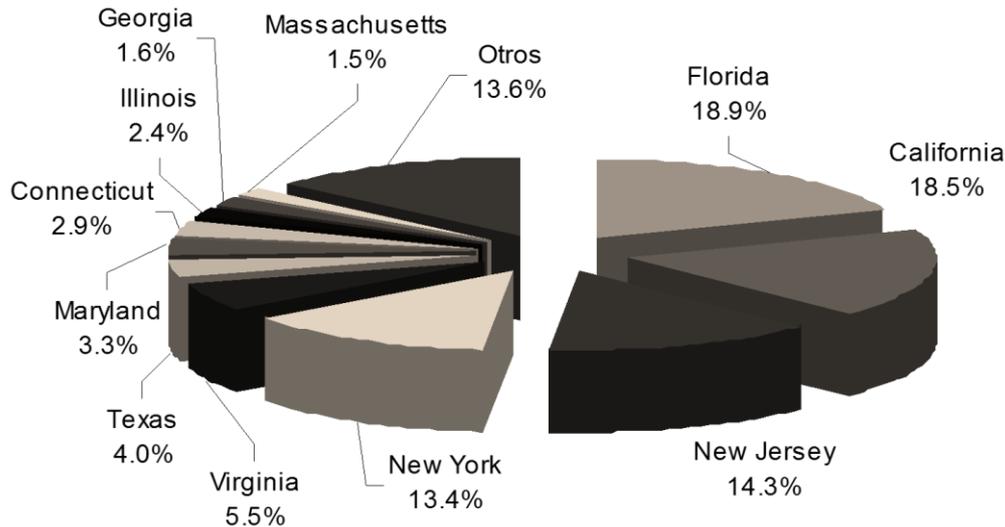


Fuente: SUNAT
Elaboración: PROMPERU

Tendencias y Oportunidades

Exportaciones peruanas hacia EEUU

593,165 Peruanos²



1/ Source: Geoscape International, American Marketscape DataStream: 2006 Series.

2/ "Perú: Estadísticas de la Migración de Peruanos 1990 -2007", elaborado por la Organización Internacional para las Migraciones – OIM, Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, Dirección General de Migraciones y Naturalización – DIGEMIN

Productos Nostálgicos

- ✓ Peruanos con menos de 3 años de permanencia, aprecian más la utilización de productos frescos o de preparación casera.
- ✓ Peruanos con más de 3 años de estadía prefieren productos en conserva o congelados de preparación instantánea, debido a su mayor "aclimatación" al ritmo de vida del país de destino
- ✓ Productos demandados :
 - Panetón:
 - Cerveza:
 - Maíz Morado:
 - Tejas:
 - Turrón:
 - King Kong:

Exportaciones peruanas hacia Canadá

Tendencias:

- ✓ Productos orgánicos
- ✓ Certificaciones de comercio justo.
- ✓ Convenience food

Perico (filetes, porciones)

Pejerrey (HG, mariposa)

Calamar

Bonito (entero IQF)

Caballa

Pota (botones, cubos, filetes)

Concha de abanico (sin coral)

Tilapia (filetes)

Langostinos (colas)

Conservas: atún, ensaladas y otras preparaciones, sardinas, anchoas, caballa

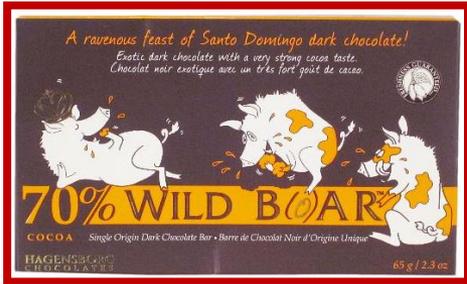


Exportaciones peruanas hacia Canadá

TEXTIL CONFECCIONES Moda y Precios



Diversificación de productos Canadá



Chocolates 39%-64%-70%
Cacao

5.00 USD



Té de Cacao

14.95 USD



Thompson Seedless –
Pasas

1.19 USD



Bebidas a base de papaya,
granada y maracuyá

2.00 USD



Aderezos a base de p prika
y otros ingredientes

2.89 USD



Marinado de
Páprika Ahumada

3.30 USD



Aderezo de Mango y Coco

4.29 USD



Mermelada de Mango

3.90 USD

Diversificación de producto

China



Ajo y ají picado



Anchoveta seca



Chips de manzana



Camarones con vegetales mezclados



Café blanco 2 en 1 sin azúcar



Snacks para mascotas a base de pescado



Chocolate relleno de uva (manzana/naranja)

Diversificación de productos

Corea del Sur



Chocolate de algas



Green & Black's
Organic Chocolate



Higos secos



Snacks de
cebolla



Arabica Gold Label
Coffee



Choco & Mochaccino



Mango orgánico
seco



Filete de anchoas en
aceite de oliva

Diversificación de productos

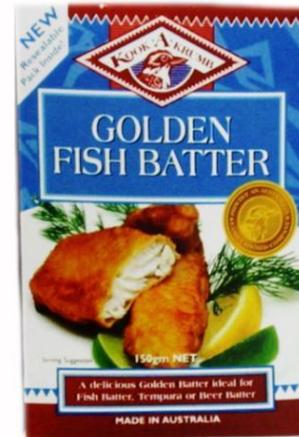
Singapur



Café blanco



Bebida a base de caña de azúcar



Sazonador para fritura a base de pescado



Sazonador de abalones



Gomitas organicas



Aceitunas verdes



Piña deshidratadas



Pan de ajo

Tendencias de consumo en Europa

ALIMENTOS

- ✓ A partir de los 50 años, se tiende al ahorro y orientación al descuento,
- ✓ Incremento de compras en tiendas por departamento y supermercados,
- ✓ Alto estándar de calidad.
- ✓ **Alimentos pre-cocidos**, congelados y listos para servir.
- ✓ Consumo de alimentos **orgánicos** y funcionales.
- ✓ Interés por proceso de producción (trazabilidad, inocuidad).
- ✓ **Etiquetas** informativas con responsabilidad social y medioambiental.

TEXTILES

- ✓ Cobrará importancia la **moda ecológica**.
- ✓ Los consumidores europeos seguirán siendo muy **conscientes del precio** como criterio de compra.
- ✓ Los jóvenes tendrán mayor interés por las marcas en las prendas de vestir de estilo casual.
- ✓ La lealtad sobre las marcas descenderá.
- ✓ Los consumidores serán más **individualistas** de manera que serán menos influenciables.

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU
Metodología de segmentación y priorización de PROMPERU

Agro

- Jugo de naranja congelado
- Cebollas
- Aceitunas preparadas o conservadas
- Paltas
- Mangos en diversas presentaciones



Textil

- Camisones y pijamas de algodón
- Suéter de pelo fino
- Camisas de punto de algodón





**Mermelada
de Maracuyá y Melocotón**

Mercado: Alemania
1.49 EUR / 1.99 US\$



**Mermelada con Miel
de Fresa y Melocotón**

Mercado: España



**Pasta de Aceitunas
Verdes**

Mercado: España
4.00 EUR / 5.33 US\$



**Aceitunas Verdes
Rellenas de Anchoas**

Mercado: España
0.90 EUR / 1.20 US\$



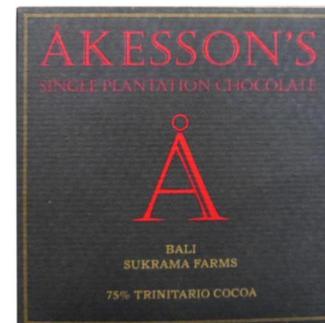
**Aderezo para Ensaladas
Mango con Especias**

Mercado: Inglaterra
0.99 GBP / 1.53 US\$



**Pimientos
Rojos Enteros**

Mercado: España
0.92 EUR / 1.23 US\$



**Chocolate
75% Cacao**

Mercado: Francia
5.00 EUR / 6.67 US\$



**Bonito
en Aceite de Oliva**

Mercado: España
7.90 EUR / 7.90 US\$



**Espárragos Blancos
Gruesos**

Mercado: España

3.69 y 8.95 EUR / 4.92 y 11.94 US\$



**Verduras
Cortadas**

Mercado: Holanda

1.29 EUR / 1.71 US\$



**Cocoa
en Polvo**

Mercado: Inglaterra

8.99 GBP / 13.93 US\$



**Mango
Congelado**
Mercado: Alemania



**Papa y Cebolla –
Sabor Peruano**

Mercado: Finlandia



**Empanaditas de
Atún**

Mercado: España

1.45 EUR / 1.93 US\$



Páprika
Mercado: Eslovenia



**Gel de Ducha
de Maracuyá**
Mercado: Rusia
87.00 RUB / 2.76 US\$

Tendencias y Oportunidades en América del Sur



Páprika en Polvo



Pasta de Rocoto Peruano



Mermelada de Higo



Mermelada de Papaya



Galletas de Avena



Filete de Anchoas en Aceite de Oliva



Sardinas en Tomate



Quinoa Orgánica



**Corazones de Alcachofas
Marinadas**



Avena Orgánica Instantánea



Aceitunas Negras



Sardinas en salsa de Tomate



**Anchovetas en Aceite de
Oliva**



**Panetón con Chocolates o
Frutas**

¿Qué es el SIICEX? Preguntas Frecuentes Glosario Herramientas de Análisis

Buscar Partida

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

19/21 SEP
Lima - Perú

la feria de alimentos más importante de la región

20 de julio del 2012 **Récord de Exportaciones 2011** Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Terminar [Twitter](#) 15

PRODUCTO / MERCADO

Búsqueda de producto

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

Búsqueda por mercado

ESTADÍSTICAS

- Nacionales
- PromperuStat
- Internacionales

CAPACITACIONES

- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU
- Mercados de Exportador
- Talleres Especializados ADOC-PERU
- Programa Exporta Perú - PLANEX
- Aprender a Exportar
 - Guía Infracción
 - FMI Exportador
 - Guía para Exportar
- Información de Mercados

ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO

Ingrese el nombre del Estudio a buscar:

[Búsqueda Avanzada](#)

INGRESO

USUARIO

CLAVE

[Olvidó su clave](#) | [Regístrate](#)

SIICEX
Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

Síguenos en: [f](#) [t](#) [y](#)

4 tipos de búsqueda:

- Mercado / Producto
- Estadísticas
- Capacitaciones
- Estudios y Perfiles

Modulos

- Simuladores de fletes
- Preferencias por Acuerdo Comercial
- Información por Acuerdo
- ExportaFácil
- Test del exportador
- Regulaciones


Sistema Integrado de Comercio Exterior

Exportar nunca

- Ruta exportadora
- Regiones
- Sectores Productivos
- Calidad
- Regulaciones
- Facilitación
- Test Exportador
- Acuerdos Comerciales
- Aranceles Preferenciales
- Exporta Fácil
- Inteligencia de Mercados
- Directorios
- Enlaces de Interés
- Calendario de Actividades
- Comuníquese


INGRESO

USUARIO

CLAVE

Ingresar

Acuerdos Comerciales del Perú

Inicio | Acuerdos Comerciales | Cómo exportar | Inicio



¿Qué Acuerdos Comerciales tenemos?

En vigencia




Por entrar en vigencia

En negociación

Lanzan guías para exportar

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) y el Ministerio de Comercio Exterior, Turismo y Artesanías (MTC) lanzaron la "Guía Práctica para Exportar Confeciones Textiles a Chile", dos herramientas que permitirán a las empresas regionales y diversificar aún más los mercados destino de sus productos.

La CCL afirmó que ambas guías, elaboradas con el Programa de Apoyo a la Internacionalización de las MIPYMES, manera amplia las grandes oportunidades que ofrece a las medianas empresas (pymes) de confecciones.

Resultó que debido al menor costo logístico por las características del mercado y el ingreso sin aranceles de los productos con los importadores de confecciones de ambos países.

Potencial en Chile

Respecto a Chile, el gremio empresarial destacó que las pymes hacia sector país del sur se incrementaron en 2011, constituyéndose así en uno de los mercados de mayor potencial.

Indicó que este dinamismo es imputado por el alto nivel de la región. Cabe mencionar que Chile es actualmente el tercer destino de las exportaciones de confecciones de Perú con 25% del total exportado.

"Actualmente, los productos que se exportan más a Chile son: camisas de punto para caballeros, sin embargo como sudaderas de punto, pantalones de denim, prendas de vestir de fibras sintéticas (entre otros)", explicó el gerente general de la CCL.

La CCL señaló que se las pymes confeccionistas de confecciones de un producto en Chile. Estas se producen a bajos precios unitarios, la confiabilidad de los productos.

[Leer más](#)

Link de Interés



CONSULTANOS SOBRE LOS TEC



¿CÓMO IMPORTAR?

www.siicex.gob.pe

Inicio | Preguntas Frecuentes | Contacto | Noticias | Noticias de Última Hora


Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

Informes de Las exportaciones peruanas por sectores



20 de Julio del 2012

Récord de Exportaciones 2011

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Inicio

APC Perú - EEUU | TLC Perú - Canadá | TLC Perú - China | ALG Perú - Chile | TLC Perú - Singapur | TLC Perú - Corea |

Tratado de Libre Comercio Perú - China

Vigente desde el 01 de marzo del 2010

Paso 1: Seleccione exportar.

[Exportar hacia Chile a través de Chile e Inglés, basado en el Sistema Arancelado 2007](#)

Paso 2: Ingrese los primeros 2, 4, 6 o 8 dígitos de la subpartida o su descripción en inglés.

Subpartida arancelaria: Descripción subpartida: [View Report](#)

1 of 1

Select a format

Aranceles Preferenciales

Para visualizar los datos del 2011 al 2028 hacer clic en el icono

SUBPARTIDA	CRONOGRAMA	AÑO	ARANCEL NMF	ARANCEL PREFERENCIAL	OBSERVACION	REGLA ESPECIFICA DE ORIGEN
08061000 Fresh grapes	K	2012		3.90		Un cambio desde el capítulo 08.

USUARIO

CLAVE

Ingresar

Obligado a clave | Regístrate



Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

Síguenos en:

Lección 2

ANÁLISIS DEL PRODUCTO Y CARTERA DEL PRODUCTO

Conducta del Comprador en los Mercados

(modelo)



Elaboración: Propia

“Este es mi producto”

Estudio de Mercado Internacional

Descripción del Producto

La descripción del producto o del servicio permite conocer las bondades, es decir las ventajas del producto y razón de ser la empresa para satisfacción del cliente, en esta parte se desarrolla dichas características al elaborar una pequeña esquema en la cual se muestra la reseña del producto y las características principales que posee.



Sus características principales son...

Su proceso de elaboración es...

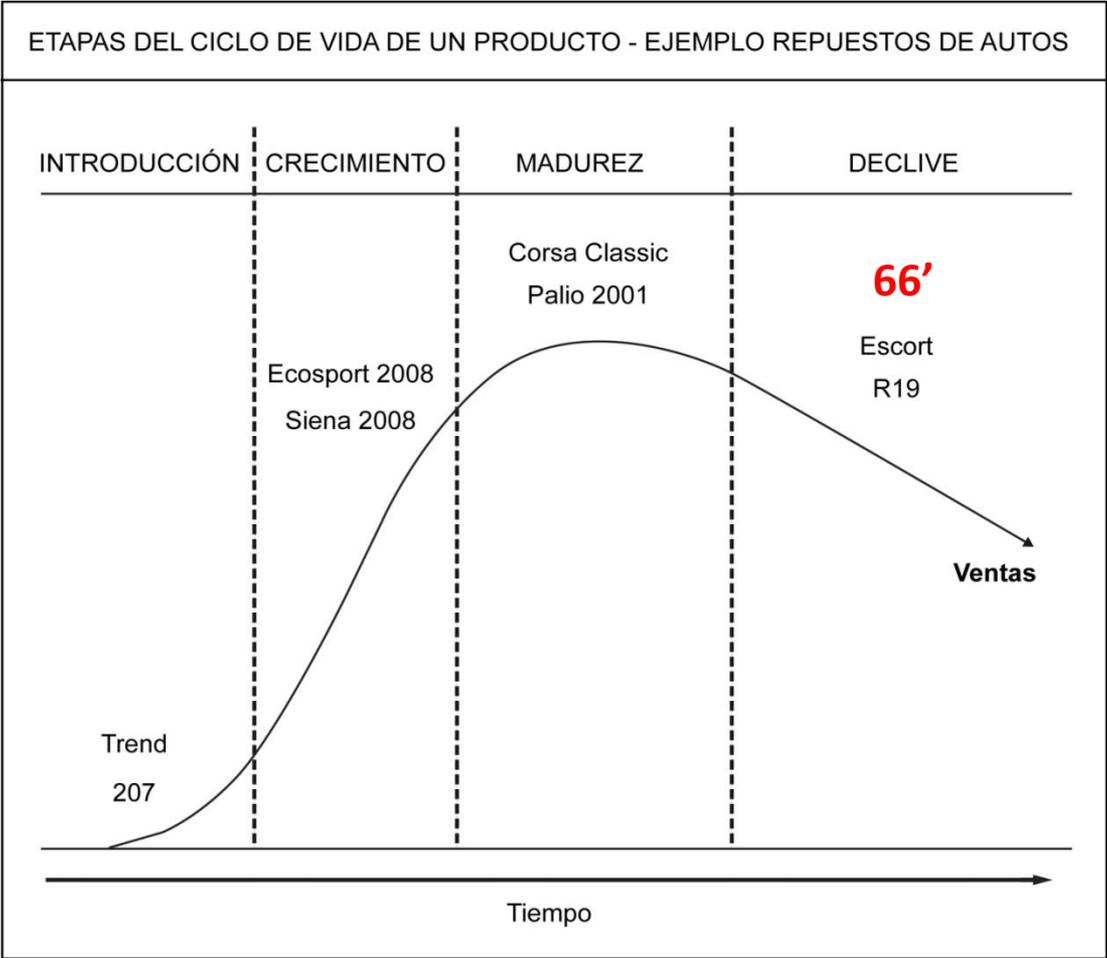
Clasificación Arancelaria



¿Qué es una partida arancelarias?

La partida arancelaria es una nomenclatura utilizada en el comercio internacional para clasificar a los productos por medio de números, para lograr ser reconocidos en ámbitos internacionales.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



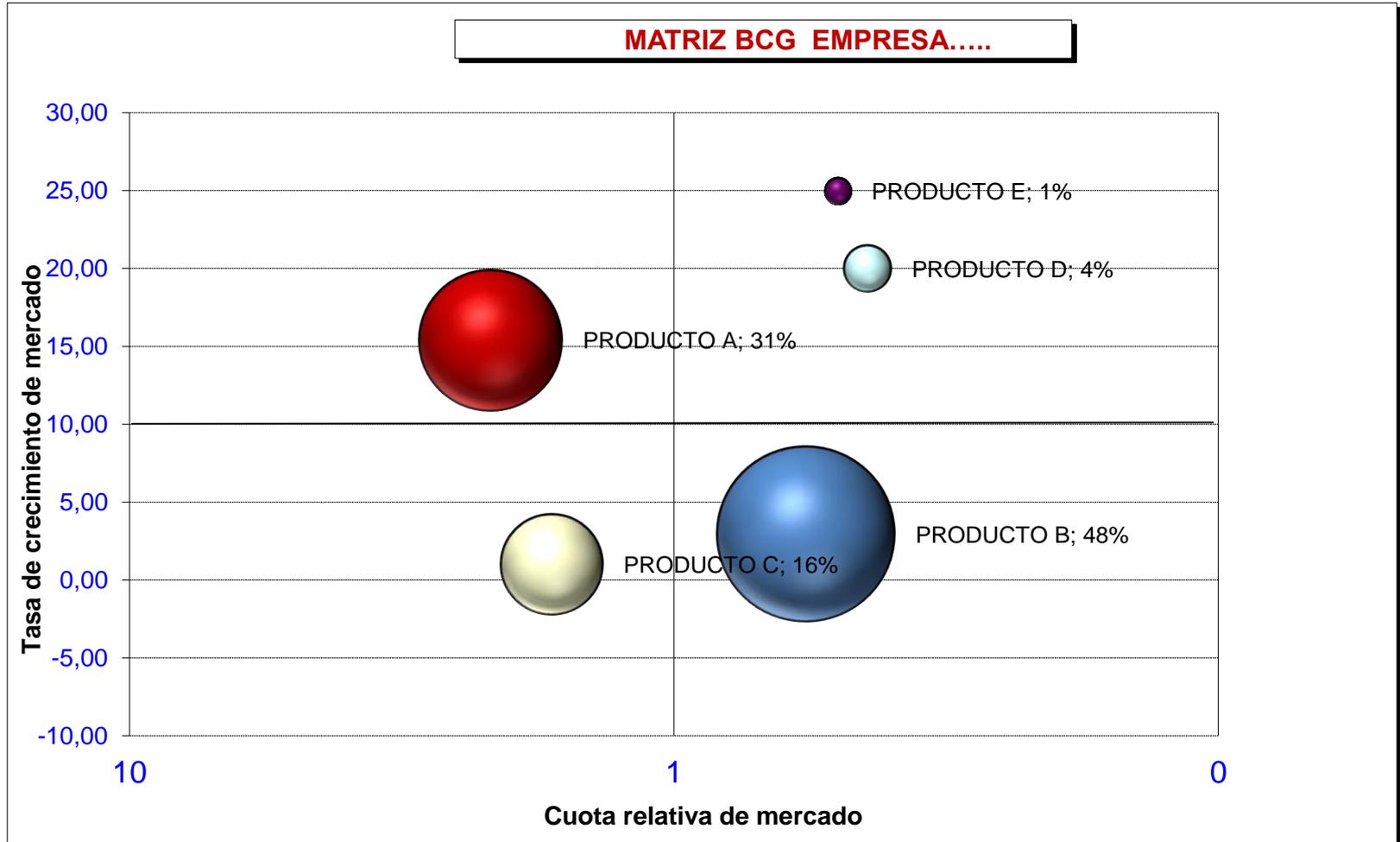
Ciclo de Vida Del Producto -Matriz BCG

CUADRANTES	CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO
INTERROGANTES	INTRODUCCIÓN
Ventas en ascenso	
Exige muchas inversiones	
Gasto en I+D	
Gasto en comercializ. y formación Genera déficit de fondos	
ESTRELLAS	CRECIMIENTO
Ventas altas	
Cuota de mercado consolidada	
Generación de fondos	
Aprovechamiento curva experiencia Entrada en beneficios	
VACAS	ESTANCAMIENTO MADUREZ
Poco crecimiento del mercado	
Poca necesidad de fondos	
Gran cuota de mercado	
Recogida de frutos de inversiones ant. Madurez del sector	
PERROS	DECLIVE
Producto en declive	
Retirada estratégica	
Consume pocos recursos Opción: desinvertir	

Matriz BCG Calculo

PRODUCTOS	VENTAS	PROPORCIÓN CARTERA NEGOCIO	VENTAS LIDER	VENTAS SECTOR AÑO ACTUAL	VENTAS SECTOR AÑO ANTERIOR	TASA CRECIMIENTO MERCADO	CUOTA MERCADO RELATIVA	CASILLAS MATRIZ BCG
	a		b	t	t₋₁	= (t-t₋₁)/t₋₁	= a/b	
PRODUCTO A	130.000	31%	60.000	300.000	260.000	15,38	2,17	ESTRELLA
PRODUCTO B	200.000	48%	350.000	700.000	680.000	2,94	0,57	PERRO
PRODUCTO C	67.000	16%	40.000	200.000	198.000	1,01	1,68	VACAS
PRODUCTO D	15.000	4%	34.000	60.000	50.000	20,00	0,44	INTERROGANTE
PRODUCTO E	5.000	1%	10.000	15.000	12.000	25,00	0,50	INTERROGANTE
TOTALES	417.000	100%	494.000	1.275.000	1.200.000			

Matriz BCG Calculo



Matriz BCG Calculo

OBSERVACIONES

UNIDAD ESTRATÉGICA	ZONA	RENTABILIDAD	INVERSION	FLUJO CAJA	ESTRATEGIA	OBSERVACIONES
PRODUCTO A	ESTRELLA	ALTA	ALTA	POSITIVO	MANTENER	
PRODUCTO B	PERRO	BAJA	NULA	BAJO	DESINVERTIR	
PRODUCTO C	VACAS	ALTA	BAJA	ALTAMENTE POSITIVO	MANTENER	
PRODUCTO D	INTERROGANTE	NEGATIVA	MUY ALTA	NEGATIVO	INVERTIR	
PRODUCTO E	INTERROGANTE	NEGATIVA	MUY ALTA	NEGATIVO	INVERTIR	

Lección 3

SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO

Estudio de Mercado Internacional y Plan de Marketing

Selección del Mercado Objetivo

Para identificar el mercado objetivo partimos por una pre selección:

Paso 1: Preselección al menos de tres países como mercado objetivo

Paso 2: Identificar con precisión la partida arancelaria del producto tanto la utilizada en el mercado nacional como en el mercado de destino.

Paso 3: Verificar si existe corriente comercial para su producto. Utilizar la base de datos de www.sunat.gob.pe para la búsqueda. Verificar si existe dentro del país algún convenio internacional de preferencias arancelarias realizar la consulta en www.macmap.org

Paso 4: Evaluar la evolución de la corriente comercial en los principales mercados de destino:

- ✓ Mercados de destino con mayor participación (análisis vertical)
- ✓ Mercados con mayor crecimiento (análisis horizontal)
- ✓ Construir una tabla con enunciados para la selección del mercado objetivo.
- ✓ Usar herramientas de información comercial tales como TRADEMAP, www.trademap.org

LA OPORTUNIDAD DE LOS ALIMENTOS PERUANOS EN EL MUNDO ES AHORA



1 2 3 4 5

Ruta exportadora

02 de diciembre del 2014

Inteligencia de Mercados

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Test Exportador

Regiones

Sectores Productivos

Calidad

Regulaciones

Acuerdos Comerciales

Estadísticas

Exporta Fácil

Directorios

Enlaces de Interés

Calendario de Actividades

Comuníquese

Herramientas para Análisis de Competitividad

Plataforma de Inteligencia de Mercado del CBI

CBI MI



La plataforma de Inteligencia de Mercado CBI proporciona información de mercado con fecha actualizada de acuerdo a la UE. Se trata de una valiosa fuente de información para los exportadores para preparar y mantener sus actividades de comercialización de las exportaciones.

Ingrese al Market Intelligence del CBI en: http://www.cbi.eu/marketintel_platform

Tablas que correlacionan las versiones del Sistema Armonizado 2007-2012

World Customs Organization



Esta sección contiene las tablas que correlacionan las versiones del Sistema Armonizado (Cuadros I y II) 2007 y 2012, elaborados por la Secretaría de la Organización Mundial de Aduanas, de conformidad con las instrucciones recibidas del Comité del Sistema Armonizado.

Ingrese a la sección de Sistema Armonizado en:

http://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-nomenclature_2012/correlations-tables.aspx

Síguenos en:





[Las siguientes instituciones respaldan el acceso gratuito a Trade Map través del programa de cooperación Norte-Sur:](#)



Trade Map proporciona - en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.

Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del Sistema Armonizado. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de línea arancelaria.

Importaciones Exportaciones

Servicio **Producto**

Single Grupo

Ingrese una palabra clave o un código del producto (ou el código de la partida) ▾

  [Búsqueda avanzada](#)

País Region

Ingrese un país/territorio o una región ▾

Indicadores

Series Anuales

Series Trimestrales

Series Mensuales

Empresas



Búsqueda rápida ▾

Análisis avanzado ▾

Descarga de datos ▾

Análisis de país ▾

Opciones ▾

Materiales de apoyo ▾

Market Access Map ha sido desarrollado por el ITC para apoyar las necesidades de los exportadores, las instituciones de apoyo al comercio, los responsables de la formulación de políticas comerciales y las instituciones académicas en los países en desarrollo. Proporciona información sobre aranceles aduaneros (incluyendo preferencias arancelarias) aplicados por 196 países y enfrentados por 239 países y territorios. También cubre contingentes arancelarios, remedios comerciales, reglas y certificados de origen, aranceles consolidados de los miembros de la OMC, medidas no arancelarias y flujos comerciales para ayudar a los usuarios a priorizar y analizar mercados de exportación, así como para prepararlos para las negociaciones de acceso al mercado. Los usuarios también pueden encontrar equivalente ad-valorem para todos los derechos no ad-valorem y realizar agregaciones de productos y países, así como simulaciones de escenarios de reducción arancelaria.

Market Access Map es **gratuito para los usuarios dentro de países en desarrollo** y sus representantes en el extranjero gracias al generoso apoyo de la Comisión Europea, el Departamento de Desarrollo Internacional del Reino Unido (DFID), el Banco Mundial y los donantes del Fondo Fiduciario del ITC.

¿Desea aprender a utilizar Market Access Map?

[Vea nuestros cursos en línea](#)

2014 Market Access Map Introductory Video



MARKET ACCESS MAP

Improving transparency in international trade and market access

Correo electrónico: Contraseña: conservar mi información.[Olvidó su contraseña?](#)[Iniciar sesión >>](#)

¿Aún no está registrado?

[Cree su cuenta aquí](#)

o

[Tome un tour gratis](#)

Tweets

[Follow](#)

 ITC - Market Analysis 11h

 @ITC_MktAnalysis

INTERESTING READ: Poonam Mohun Beyond tariff walls: non-tariff hurdles in Sub-Saharan Africa: fb.me/7d2sN3PuX

Show Summary

 Obstacles au commerce 30 Nov

@AOCcotedivoire

Market PT: this week some from

Tweet to @ITC_MktAnalysis

También puede encontrar Market Access Map en:

 Export Promotion Council



CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY

THE WORK OF A NATION.
THE CENTER OF INTELLIGENCE.

Report Threats

زعر بي عربي

Contact

Search CIA.gov...

SEARCH

عربي 中文 Français Русский Español More ▶

HOME

ABOUT CIA

CAREERS & INTERNSHIPS

OFFICES OF CIA

NEWS & INFORMATION

LIBRARY

KIDS' ZONE

Our Mission

Preempt threats and further US national security objectives by collecting intelligence that matters, producing objective all-source analysis, conducting effective covert action as directed by the President, and safeguarding the secrets that help keep our Nation safe.

#HISTINT: A Look Back: 25 Years Since the Fall of the Berlin Wall

FEATURED STORY

On November 9, 1989, after serving as the symbol of the Cold War for decades, the Berlin Wall fell.

READ MORE →



ABOUT CIA



HEADQUARTERS TOUR

Take a look inside the CIA.



INTERACTIVE TIMELINE

Experience more than 60 years of CIA history.

[Learn More About CIA](#)

LIBRARY/PUBLICATIONS



WORLD FACTBOOK

View information on 267 world entities.



WORLD LEADERS

Browse a directory of world leaders.



HISTORICAL COLLECTION DIVISION

Collections of declassified

WORK FOR CIA



LANGUAGE

From analysis to clandestine work and beyond, use your language skills to protect our nation.

- ▶ [View Career Opportunities](#)
- ▶ [Application Process](#)

CONNECT WITH CIA



KIDS' ZONE



CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY

THE WORK OF A NATION.
THE CENTER OF INTELLIGENCE.

Report Threats

العربية

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

★ **The World Factbook**

World Leaders

CIA Maps

Historical Collection Publications

Additional Publications

Center for the Study of Intelligence

Freedom of Information Act Electronic Reading Room

Kent Center Occasional Papers

Intelligence Literature: Suggested Reading List

Reports

Video Center

Home » Library » Publications » The World Factbook

THE WORLD FACTBOOK

Please select a country to view



ABOUT

REFERENCES

APPENDICES

FAQs

CONTACT

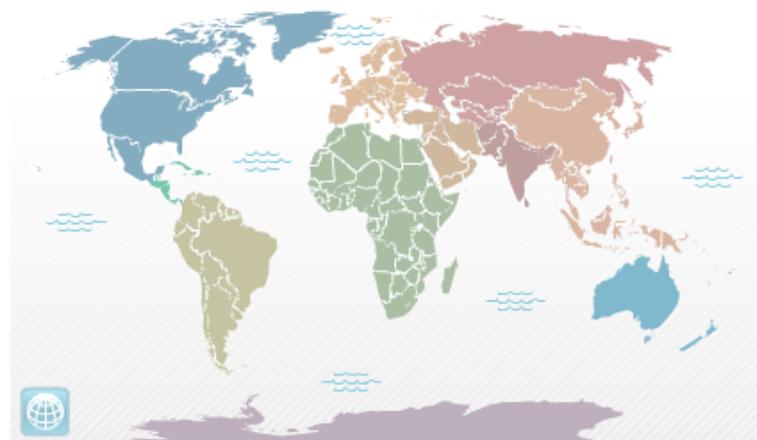
[VIEW TEXT/LOW BANDWIDTH VERSION](#)
[DOWNLOAD PUBLICATION](#)

WELCOME TO THE WORLD FACTBOOK



SELECT A REGION OR CONTINENT

The World Factbook provides information on the history, people, government, economy, 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.



Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



Institucional

Comercio Exterior

Turismo

Comunicaciones

Oficinas Comerciales



Comercio Exterior

Comercio Exterior



El comercio exterior beneficia a los países de distintas maneras. En primer lugar, existen beneficios derivados de un mejor uso de los recursos, ya que cada país puede especializarse en las mercancías que produce más eficientemente o para las cuales está mejor dotado. El Perú, por su parte, empezó su apertura comercial en los años 90, la cual se ha consolidado como una política de estado que nos ha permitido aprovechar nuestros recursos naturales e ir fortaleciendo otros bienes y servicios producidos en el país para colocarlos en el extranjero.

Además, los países se benefician del aumento de la competencia, ya que la apertura del comercio reduce la brecha entre el costo de producción de una mercancía y su precio de venta, permitiendo a los consumidores tener acceso a productos de más bajo precio. Los consumidores también se ven beneficiados por la mayor variedad de mercancías y servicios disponibles para ellos mediante la apertura comercial.

Adicionalmente, el comercio incentiva la innovación y transferencia tecnológica, ya que al aumentar el tamaño del mercado aumenta también la competencia extranjera, lo cual lleva a las empresas a invertir en investigación y desarrollo, así como al intercambio de estas innovaciones. Esto beneficia directamente a los países en desarrollo, ya que facilita el acceso a tecnología producida en el extranjero e incentiva la creación de tecnologías propias en países como el nuestro.





Guía Referencial
LÍMITE MÁXIMO DE RESIDUOS PLAGUICIDAS
 químicos de uso agrícola (P.Q.U.A.)
 para los principales productos hortofrutícolas de exportación según mercado de destino

- Ruta exportadora ::
- Test Exportador ::
- Regiones ::
- Sectores Productivos ::
- Calidad ::
- Regulaciones ::
- Acuerdos Comerciales ::
- Estadísticas ::
- Exporta Fácil ::
- Directorios ::
- Enlaces de Interés ::
- Calendario de Actividades ::
- Comuníquese ::

03 de diciembre del 2014

Inteligencia de Mercados

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

🏠 🔍 ✉️

Recomendar 63 **Twitter** 4

Regulaciones y Acceso a Mercados | Eventos |

Regulaciones y Acceso a Mercados

Con el objeto de apoyar la implementación de normas, regulaciones y otros requerimientos internacionales se viene realizando una intensa difusión de las mismas a nivel nacional a efectos de apoyar su implementación oportuna, ampliando las oportunidades de acceso a los distintos mercados.

Para tal fin, PROMPERU elabora publicaciones como cartillas, folletos y guías informativas, realiza charlas y seminarios y brinda una atención personalizada al público interesado.

Colombia	<ul style="list-style-type: none"> 📍 Estudio para la identificación de requisitos de acceso al mercado y regulaciones para el ingreso de productos alimenticios a Colombia
China	<ul style="list-style-type: none"> 📍 Guía de Requisitos Generales de acceso de alimentos a China
Emiratos Arabes Unidos	<ul style="list-style-type: none"> 📍 Guía de Requisitos de Acceso a Mercados a Emiratos Arabes Unidos
Corea	<ul style="list-style-type: none"> 📍 Guía de Requisitos Generales de acceso de alimentos a Corea
Unión Europea	<ul style="list-style-type: none"> 📍 Guía de Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios para Exportar Alimentos a la Unión Europea 📍 La Regulación Novel Food de la U.E. 📍 Nuevos Límites de Aflatoxina para la UE 📍 Nuevos Límites de Ocratoxina para la UE

Síguenos en:





GUÍA REFERENCIAL DE LÍMITES MÁXIMOS DE RESIDUOS DE PLAGUICIDAS QUÍMICOS DE USO AGRÍCOLA (P.Q.U.A.) PARA LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DE EXPORTACIÓN SEGÚN MERCADOS DE DESTINO

TÉRMINOS DE USO

Esta base de datos ha sido diseñada para ser utilizada por los productores/agroexportadores como referencia en la elección de plaguicidas, aplicación de técnicas de Manejo Integrado de Plagas, implementación de Buenas Prácticas Agrícolas y toda actividad destinada a obtener un producto hortofrutícola libre de residuos de plaguicidas o que no exceda los LMR establecidos por el país de destino.

Esta guía incluye solamente ingredientes activos (I.A.) de Plaguicidas Químicos de Uso Agrícola (P.Q.U.A) conforme a la definición de Manual Técnico Andino para el Registro y Control de Plaguicidas Químicos de Uso Agrícola de la Comunidad Andina, quedando excluidos otros insumos agrícolas, inclusive plaguicidas biológicos. [Consulte el Glosario del Manual Técnico Andino](#)

Última actualización: **01 de Mayo de 2009**. Los países considerados legislan intensamente en materia de LMR, por lo tanto esta información estará permanentemente sujeta a cambios posteriores a su publicación.

El usuario de ésta base de datos acepta que la información mostrada es referencial y que para efectos de operaciones comerciales ambas partes deberán estar bien informadas acerca de todos los requisitos y regulaciones del mercado de interés contempladas para el producto hortofrutícola.

Lección 4

MEDICIÓN DE MERCADO

Estudio de Mercado Internacional y Plan de Marketing

País de Destino	Valor CIF(dólares)	Peso Neto(Kilos)	Porcentaje CIF



Las importaciones del país objetivo al mundo permite analizar el comportamiento y evolución del producto que se pretende exportar en el comportamiento del mercado objetivo de esta forma se puede analizar la tendencia de consumo y las preferencias de los países competidores. La realización del cuadro de principales importaciones del producto por medio de la partida arancelaria del Perú nos permite identificar la evolución de nuestras exportaciones a dicho país asimismo ver la evolución en el tiempo de nuestros productos respecto a otros países para mejorar de forma comercial.

Medición General del Mercado

- Medición Genérica

- Consumo aparente

- Medición Fina

- Método de la razón de la cadena

Medición general del mercado

¿Cómo obtener la medición a través del consumo aparente?

Ejemplo:

- La empresa Perú Cotton S.A. desea exportar al mercado Español, específicamente a Madrid.

Producto: Los demás t-shirts de algodón, de punto

- Perú Cotton S. A. desea conocer el tamaño del mercado meta

¿Cómo obtener la medición a través del consumo aparente?

Paso 1:

- Identificar la población de Madrid, España (www.ine.es)
- Para nuestro ejemplo es 6´386,932 personas (proyección al 2009)

¿Cómo obtener la medición a través del consumo aparente?

Paso 2:

- Usando la sub partida arancelaria podemos encontrar información en base de datos de cuánto se produjo del producto
- Para nuestro ejemplo en el 2014 no se encontraron datos sobre producción

¿Cómo obtener la medición a través del consumo aparente?

Paso 3:

- Identificamos las exportaciones e importaciones del producto “T-shirts de algodón” (www.comercio.es)
- En el caso de las exportaciones en el año 2014 se estimaron US \$ 64'797,541 y en el caso de las importaciones fue de US \$ 267'017,200

¿Cómo obtener la medición a través del consumo aparente?

Paso 4:

Con estos datos usamos la fórmula para obtener el consumo aparente:

$$\text{Consumo Aparente} = \text{Producción} + M - X$$

¿Cómo obtener la medición a través del consumo aparente?

Cálculo:

Producción:	US \$	0
Importaciones:	(US \$	267'017,200)
Exportaciones	<u>US \$</u>	<u>64'797,541</u>
Consumo Aparente Total:	US \$	202'219,659

Consumo Aparente per Cápita:

$$\frac{202'219,659}{6'386,932} = 31.66$$

Conclusión: esto quiere decir que existe una demanda genérica en términos de valores monetarios de US \$ 202'219,659 en Madrid y que cada poblador podría gastar al año US\$ 31.66 en t-shirts al año.

**Medición fina del mercado:
Método de la razón de la cadena**

Medición del mercado por el Método de la razón de la cadena

$$Q = n q p$$

Donde:

Q = Demanda Total del mercado

n = Número de compradores en el mercado

q = Cantidad comprada por un comprador medio al
año

p = Precio de una unidad de medida (US \$)

Muchas Gracias!

Cesar Santos Zutta

apoyoproyectos@promperu.gob.pe