

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

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

14 de febrero 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

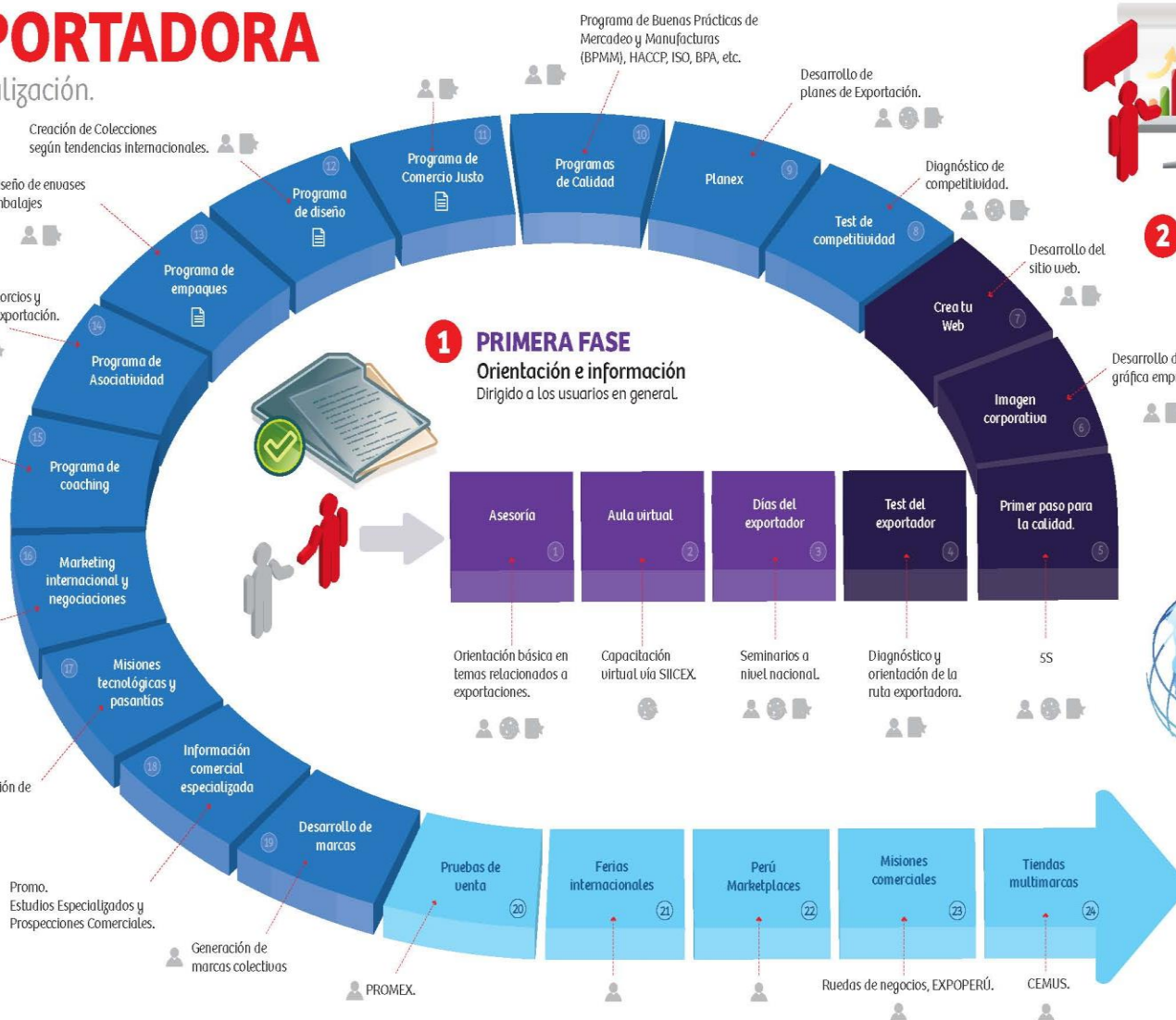
Dirigido a los exportadores en proceso y a los exportadores.

Mejora la gestión de ventas y negociaciones internacionales.

Innovación e implementación de mejoras.



www.siicex.gob.pe/rutaexportadora



Capítulo 1

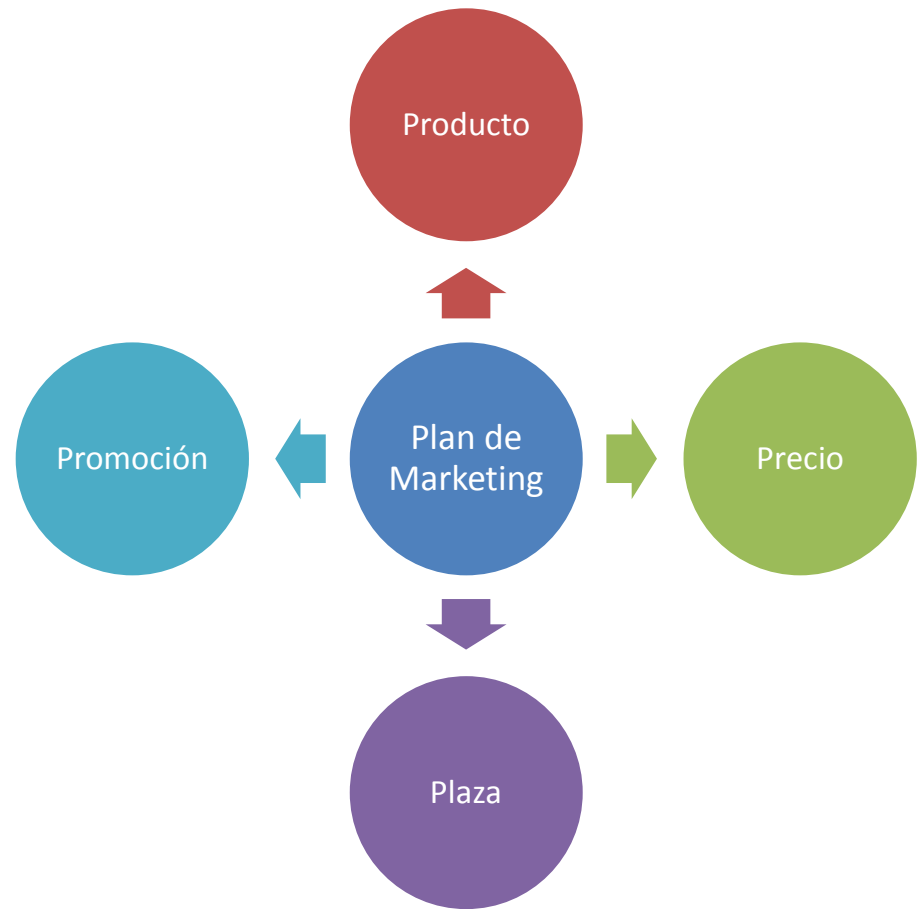
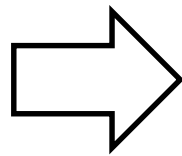
ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Capítulo 2

PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL

Capítulo 3

ESTUDIO DE MERCADO



DEMANDA OBJETIVO

CAPÍTULO 3

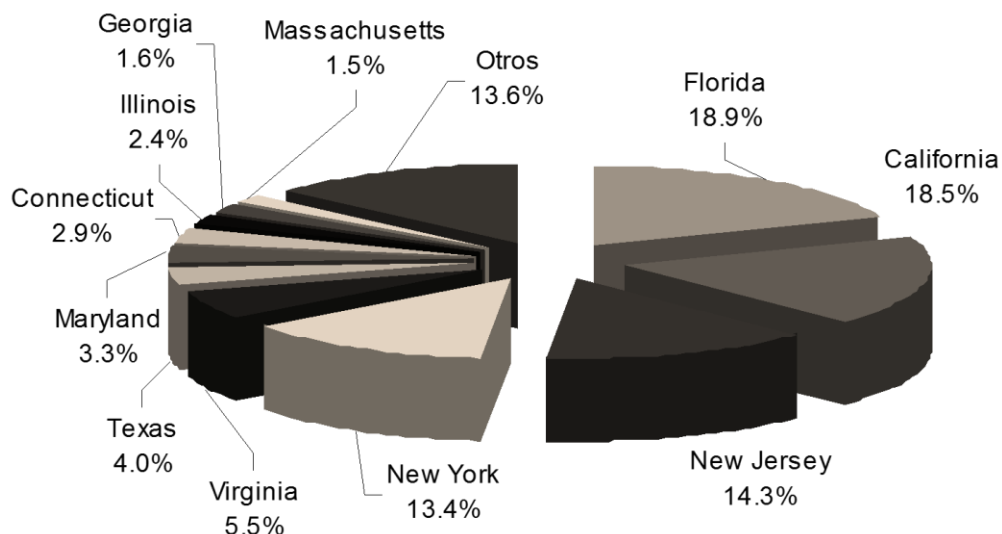
ESTUDIO DE MERCADO

LECCIÓN 1

TENDENCIAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Exportaciones 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



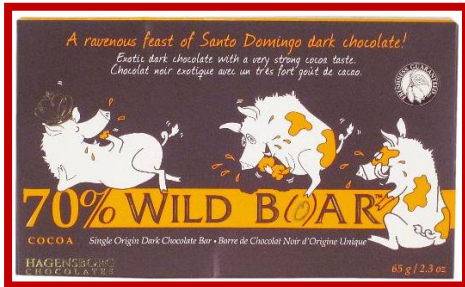
Exportaciones peruanas hacia Canadá

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



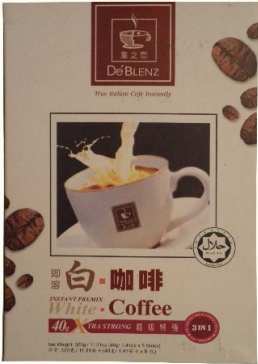
Anchoveta seca



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

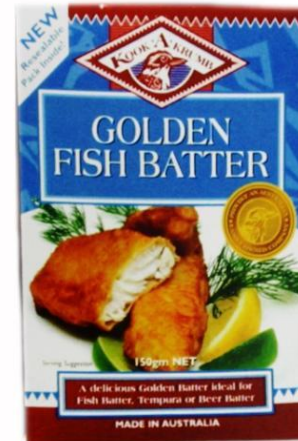
Singapur



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.



**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\$



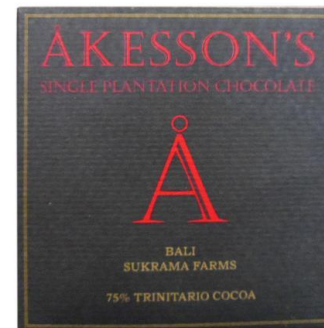
**Aderezo para Ensaladas
Mango con Especias**

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

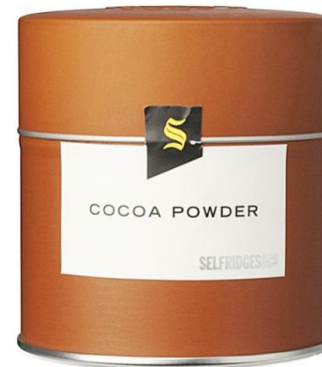
3.69 y 8.95 EUR / 4.92 y 11.94 US\$



**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



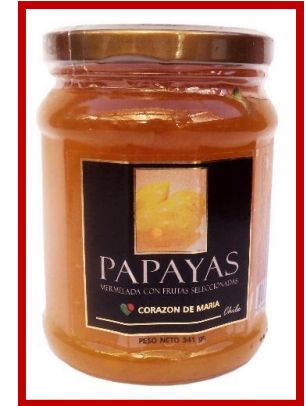
Páprika en Polvo



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

éo 2012 **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

Q - I

Twitter 15

PRODUCTO / MERCADO

Búsqueda de producto

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

Búsqueda por mercado

ESTADÍSTICAS

Nacionales
 PromperuStat
 Internacionales

CAPACITACIONES

- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU
- Miércoles de Exportador
- Talleres Especializados ADOC-PERU
- Programa Exporta Perú - PLANEX
- Aprende a Exportar
 - Guía Infracta
 - Filjo 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:   

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 más

- 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

¿Qué Acuerdos Comerciales tenemos?

En vigencia

Por entrar en vigencia

En negociación

Lanzan guías para exportar confecciones a Colombia y Chile

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) y el Ministerio de Comercio Exterior, Turismo y Artesanías (MTC) lanzaron la "Guía Práctica para Exportar Confecciones 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 Pequeñas y Medianas Empresas (PAIPE), de esta manera amplia las grandes oportunidades que ofrece el comercio exterior a las medianas empresas (pymes) de confecciones.

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

Potencial en Chile

Respecto a Chile, el gremio empresarial destacó que las exportaciones de confecciones de ambos países crecieron 2011, constituyéndose así en uno de los mercados de mayor potencial.

Indicó que este dinamismo es imputado por el alto nivel de competitividad de los productos peruanos en Chile. Cabe mencionar que Chile es actualmente el tercer mercado de 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 Perú, la competitividad de los productos peruanos en Chile. Estas se caracterizan por bajos precios unitarios, la confiabilidad y la calidad de los productos.

Link de Interés

CONSULTANOS SOBRE LOS TEC | ¿CÓMO IMPORTAR?

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

prom Perú

Informes de Las exportaciones peruanas por sectores

20 de Julio del 2012

Récord de Exportaciones 2011

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Inicio | Buscar | Partida

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: 080610 Descripción subpartida: [View Report](#)

1 of 1

Select a format Export

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.

INGRESO

USUARIO

CLAVE

Ingresar

08061000 | Regístrate

SIICEX Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

Síguenos en:

www.siicex.gob.pe

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...

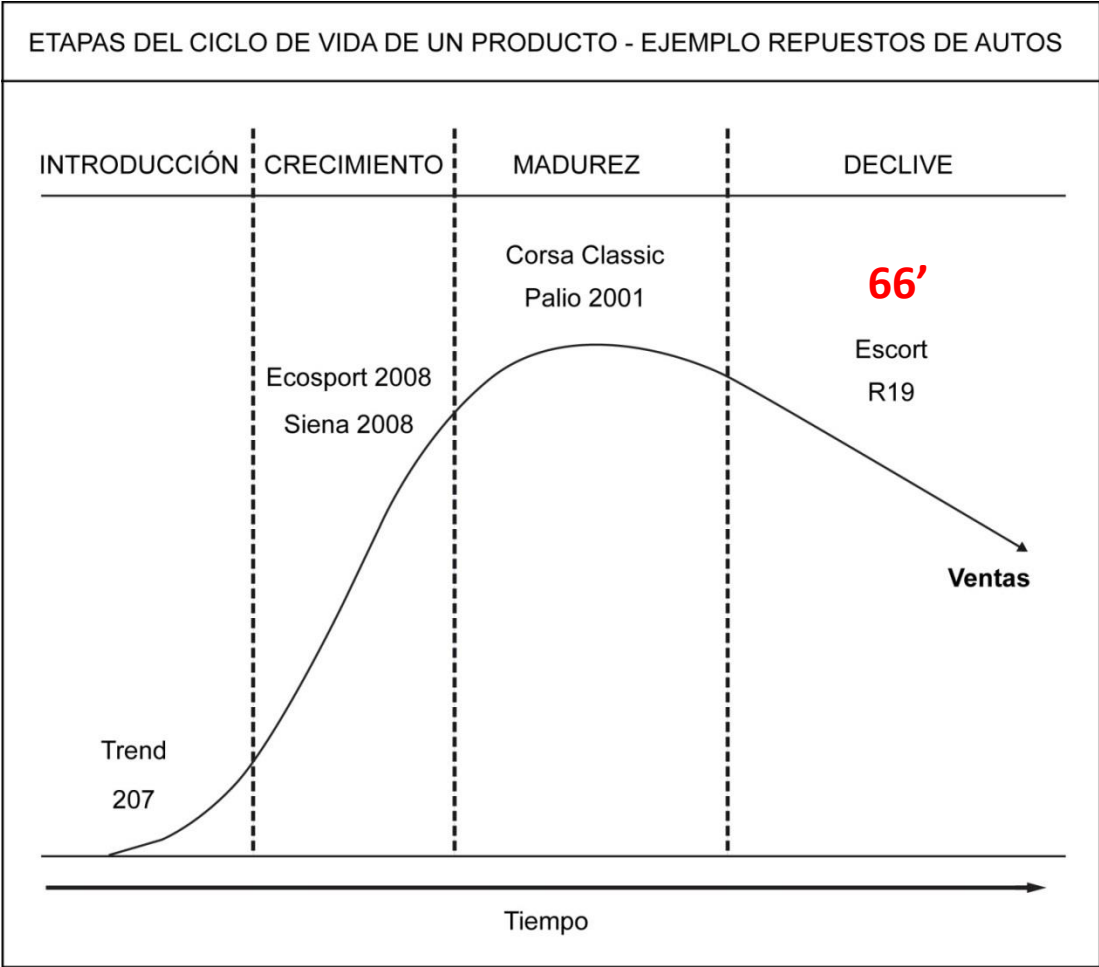
Clasificación Arancelaria



¿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



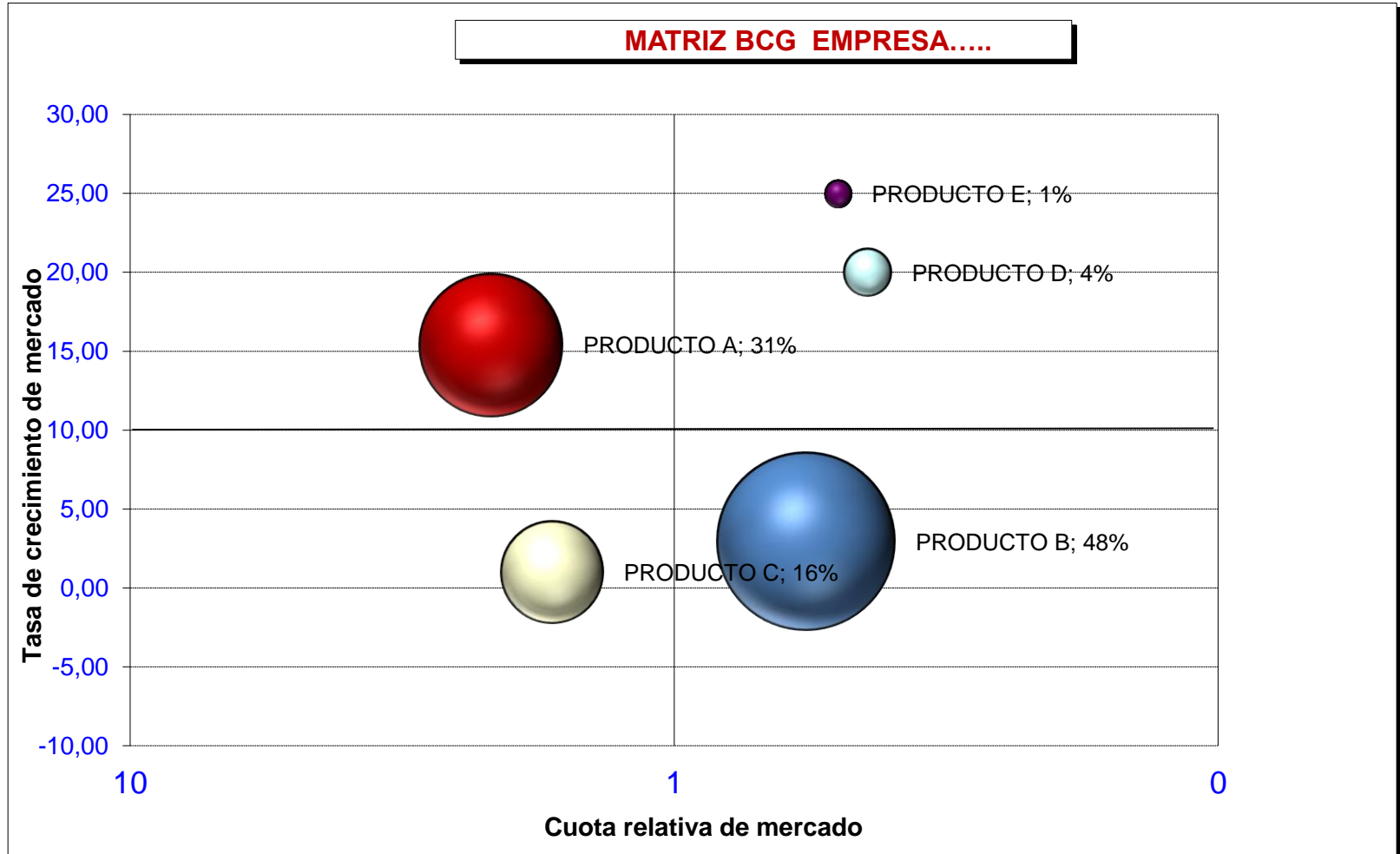
Ciclo de Vida Del Producto -Matriz BCG

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



Q - I

Test Exportador

Regiones

Herramientas para Análisis de Competitividad

Recomendar

18

Twitter

4

Sectores Productivos

Calidad

Plataforma de Inteligencia de Mercado del CBI

Regulaciones

Acuerdos Comerciales

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.

Estadísticas

Exporta Fácil

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

Directorios

Enlaces de Interés

Tablas que correlacionan las versiones del Sistema Armonizado 2007-2012

Calendario de Actividades

Comuníquese

World Customs Organization



Síguenos en:



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:

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



[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

العربي

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 →



#HISTINT



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

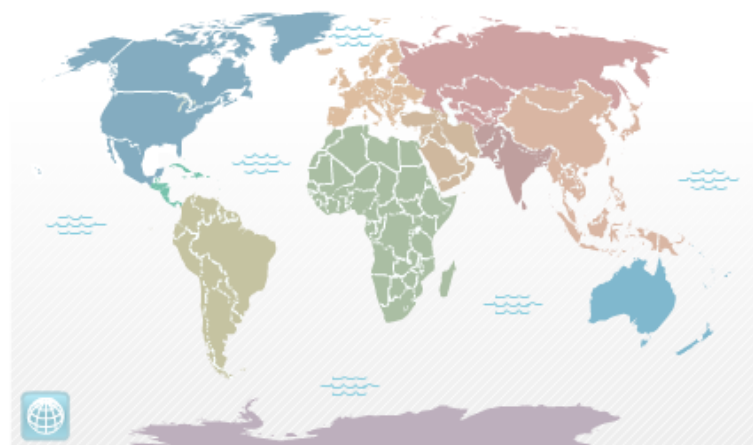
[VIEW TEXT/LOW BANDWIDTH VERSION](#)
[DOWNLOAD PUBLICATION](#)

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
 Twittear
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

¿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 \$)

Capítulo 1

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Capítulo 2

PLAN ESTRATÉGICO Y PLAN ORGANIZACIONAL

Capítulo 3

ESTUDIO DE MERCADO

Capítulo 4

PLAN DE OPERACIÓN

Lección 1

FICHA DE INSUMO PRODUCTO

Ficha Insumo del Producto

```
graph TD; A[Ficha Insumo del Producto] --> B[Insumos]; A --> C[Personal]; A --> D[Costos Indirectos de Fabricación];
```

Insumos

Materia prima y otros materiales que se utilizarán por producto, en cada etapa del proceso productivo, señalando: características, calidad, durabilidad, etc.

Personal

Es el esfuerzo del personal en la fabricación de un producto; representa además, un importante costo en la elaboración de este. Puede dividirse en:

- Mano de obra directa: Es un elemento directamente involucrado en la fabricación de un producto terminado.
- Mano de obra indirecta: Es aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa. La mano de obra indirecta se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación.

Costos Indirectos de Fabricación

Son todos los desembolsos necesarios para llevar a cabo la producción, por su naturaleza no son aplicables indirectamente al costo de un producto. Ejemplo: material indirecto, mano de obra indirecta y gastos indirectos (energía, combustibles, etc.).

RECURSOS MATERIALES

Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus productos, tales como:

- 1. Instalaciones, edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc.*
- 2. Materia prima: materias auxiliares que forman parte del producto: productos en proceso, productos terminados, etc.*

RECURSOS TÉCNICOS

Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos

Pueden ser los sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.

RECURSOS HUMANOS

Estos recursos son indispensables ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.

Tienen las siguientes características:

- ✓ Posibilidad de desarrollo.
- ✓ Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- ✓ Sentimientos
- ✓ Experiencias, conocimientos, etc.

RECURSOS FINANCIEROS

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa

Son indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo.

Lección 2

CADENA DE PRODUCCIÓN



¿QUÉ ES LA CADENA DE PRODUCCIÓN?

Conjunto articulado de actividades económicas integradas; en términos de mercado, tecnología y capital.

Conjunto de actividades estrechamente interrelacionadas, verticalmente vinculadas por su pertenencia a un mismo producto y cuya finalidad es satisfacer al consumidor

FLUJO DEL PROCESO PRODUCTIVO

- ✓ Representan la forma más tradicional para especificar los detalles de un proceso.
- ✓ Se utilizan principalmente en programación, economía y procesos industriales; estos diagramas utilizan una serie de símbolos con significados especiales.
- ✓ Son la representación gráfica de los pasos de un proceso, que se realiza para entender mejor al mismo

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Un proceso de producción es una serie de actividades vinculadas que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio.

El proceso de producción se establece siguiendo el procedimiento que a continuación se describe:

- Determinar todas las actividades requeridas para producir un bien o prestar un servicio.
- Organizar las actividades de manera secuencial.
- Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

DIAGRAMA DE BLOQUES

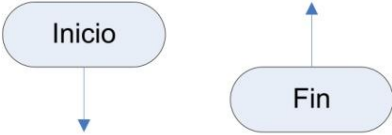

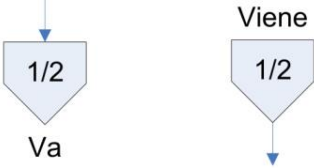
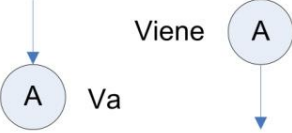

Símbolo	Significado
	Marca el inicio o el fin de un procedimiento
	Representa actividades de cualquier índole
	Conector de página: Conecta una actividad con otra, de una página diferente. Ejemplo, conector 1 a la página 2.
	Conector de línea: Conecta una acción con otra dentro de una misma página.
	Flecha de curso del proceso: Indica la secuencia a seguir.

DIAGRAMA DE BLOQUES

Ejemplo: Diagrama de bloque

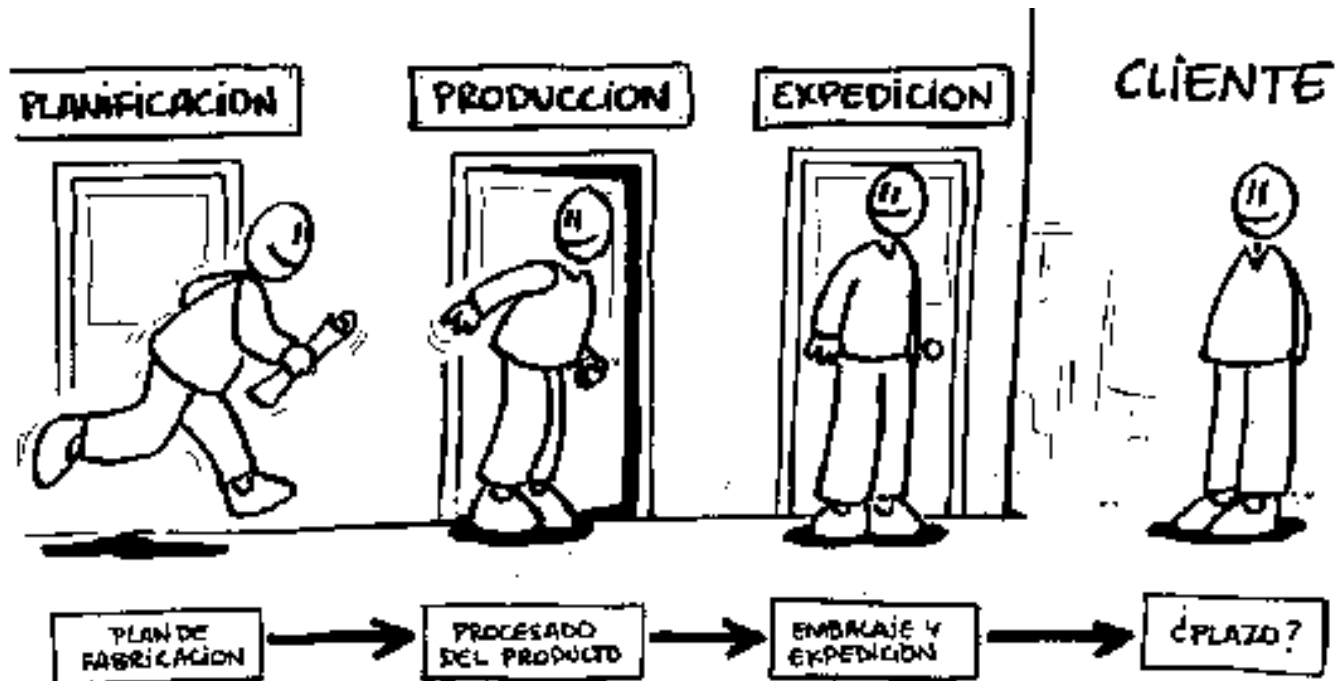


DIAGRAMA DE BLOQUES

Ejemplo: Diagrama de bloque para proceso de productivo textil – confecciones

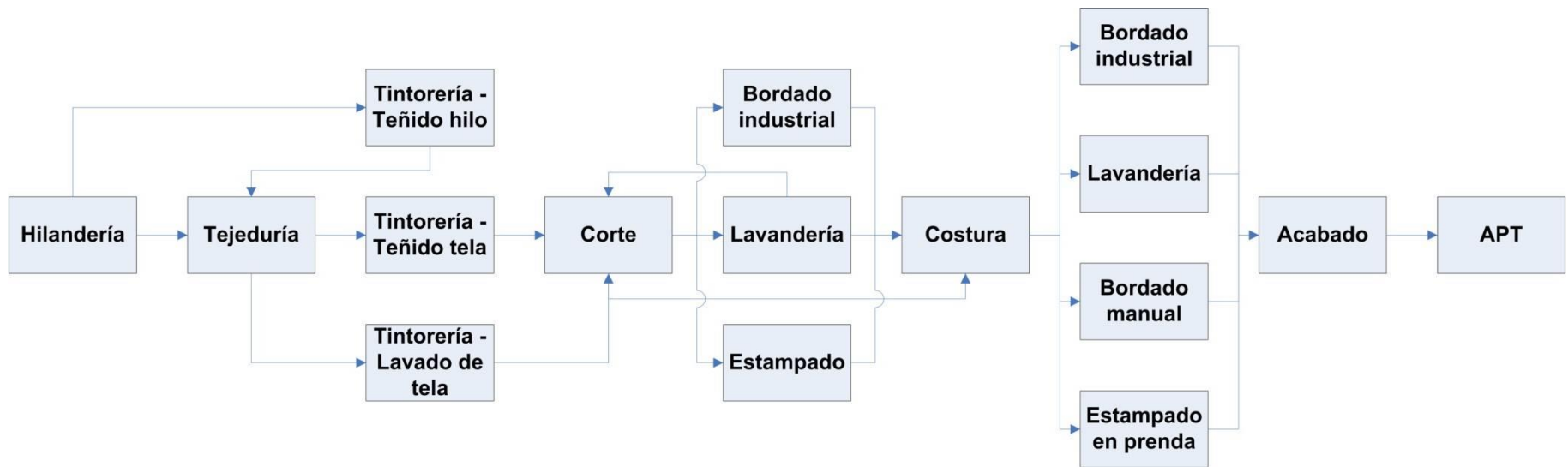


DIAGRAMA DE PROCEDIMIENTO

Representación gráfica detallada de un procedimiento. Debe representar lo que se describe en el procedimiento.

Símbolo	Significado
	Símbolos utilizados para el diagrama de bloques
	Indica conexión con otro procedimiento. NNN: Nombre del procedimiento CCC: Código del procedimiento
	Archivo temporal o definitivo de algún documento
	Formulario: Representa a los formularios utilizados en el procedimiento. En dicho símbolo se debe indicar el nombre (FFFF) y relación de ejemplares (original y copia).
	Decisión: Se utiliza para representar a la toma de decisiones con sus posibles alternativas.
	Representa cualquier interacción con la computadora.
	Cruce de línea, se utilizan puentes de media circunferencia para el cruce de líneas de curso del proceso.
	Representa al área (AAA) al cual se distribuyen documentos y que no se encuentran definidos en las columnas del diagrama de flujo.

Lección 2

COSTO DE PRODUCCIÓN

Análisis de Costos



¿Qué son los costos?

Es el valor monetario que se da a los bienes (herramientas) y servicios (mano de obra) que intervienen en la fabricación de un bien o servicio.

Características:

Activo: mercaderías, insumos, maquinarias, equipos,
inmuebles

Gastos: Administrativos, promoción y publicidad, sueldos

Pérdida: siniestros, incendios, robos.

Análisis de Costos

Manufactura diversas: herramientas, seguridad, uniformes

Textiles y Confecciones: fibra, hilado, tela, confección, acabado

Agro-Agroindustria: insumos, semillas, pesticidas

Pesquero: herramientas, maquinaria, instrumentos, mano de obra

Servicios: inversión a realizar para operar la actividad a ofrecer

Análisis de Costos

Costos Fijos: Son aquellos cuyo monto no se relaciona directamente con la cantidad producida o volumen comercializado

Costos variables: Están relacionados con la realización concreta de la exportación, por lo que el monto está vinculado a la cantidad producida o volumen exportado.

Costo del producto: costos de fabricación del producto, el empaque para exportación, las etiquetas especiales para exportación, el embalaje y el costo franco en fábrica venta directa.

“Los costos se encuentran presentes en toda actividad empresarial que realiza una persona natural o empresa”.

COSTO DE PRODUCCIÓN

La identificación de los costos de producción es importante, ya que permite que la empresa realice un pronóstico de cuanto invertirá al momento de producir determinado producto, por ello la relación de insumos, mano de obra y gastos de fabricación es importante para determinar el costo de producción, con ello al momento de analizar la utilidad se podrá establecer el precio final del producto.

Costo de Producto			
Producto:		Prenda para dama Jersey amarillo	Total Produccion 2,000.00
Descripción		Costo (Unid)	Costo Totales
Materia Prima e Insumos		9.5	18,924
Mano Obra		0.7	1,400
Gastos de Fabricación		0.83	1,660
Total		10.99	21,983.82

COSTO DE PRODUCCIÓN

Materia Prima

Materia Prima e Insumos

Producto: Prenda para dama Jersey amarillo Total Produccion: 2,000.00

Insumos		Unidad	Medida	Total Producción	Costo Estimado	Costo Unitario
Jersey 30/1 TP + 40 Den	Importado	0.52	Kg/pda	1,040.00	17,784.00	17.1
Hilo de costura spun 40/2	Nacional	160.00	m	320,000.0	104.99	0.00033
Hilo Nylon texturizado	Importado	0.00	m	-	-	0
Hang Tag	Nacional	1.03	uni	2,061.86	22.74	0.01103
Etiqueta estampada	Nacional	1.03	uni	2,061.86	247.42	0.12
Boton	Importado	0.00	uni	-	-	0
Cuadrados de metal para tirantes	Importado	0.00	uni	-	-	0
Blonda	Nacional	0.00	uni	-	-	0
Elástico 1 cm	Nacional	2.37	m	4,742.27	610.22	0.12868
Bolsa individual	Importado	1.03	uni	2,061.86	61.86	0.03
Caja + planchas	Nacional	0.01	uni	25.77	38.66	1.5
Cinta adh.2" x 72 yds	Importado	0.23	m	466.67	14.00	0.03
Sticker p/hang tag	Nacional	1.03	uni	2,061.86	22.74	0.01103
Sticker segurid. 3x2"	Nacional	2.06	uni	4,123.71	16.29	0.00395
Balin plástico 3"	Nacional	1.03	uni	2,061.86	0.91	0.00044
				Total MP	18,923.82	
Importado		6		Total MP (u)	9.5	

COSTO DE PRODUCCIÓN

Gastos de Fabricación

Gastos de Fabricación

Producto: Prenda para dama Jersey amarillo Total Produccion: 2,000.00

Gastos		Capacidad Empresa	Total	Total Produccion	Gaston Unitario
Mano de obra indirecta y materiales indirectos	Gasto Indirecto de Fabricacion	0.6	400.00	240.00	0.12
Calefacción, luz y energía de fábrica	Gasto Indirecto de Fabricacion	0.70	100.00	70.00	0.035
Arrendamiento del edificio de fábrica	Gasto Indirecto de Fabricacion	0.30	500.00	150.00	0.075
Publicidad	Gasto de Venta	0.20	300.00	60.00	0.03
Salarios - Personal de ventas	Gasto de Venta	0.30	1,000.00	300.00	0.15
Viajes	Gasto de Venta	0.40	400.00	160.00	0.08
Salarios - Personal administrativos	Gasto Administrativo	0.50	1,000.00	500.00	0.25
Renta de oficina	Gasto Administrativo	0.40	300.00	120.00	0.06
Miscelaneos	Gasto Administrativo	0.30	200.00	60.00	0.03
				Total Gasto (un	0.83
				Total Gasto	1,660.00

Capítulo 5

PLAN DE GESTIÓN EXPORTADORA

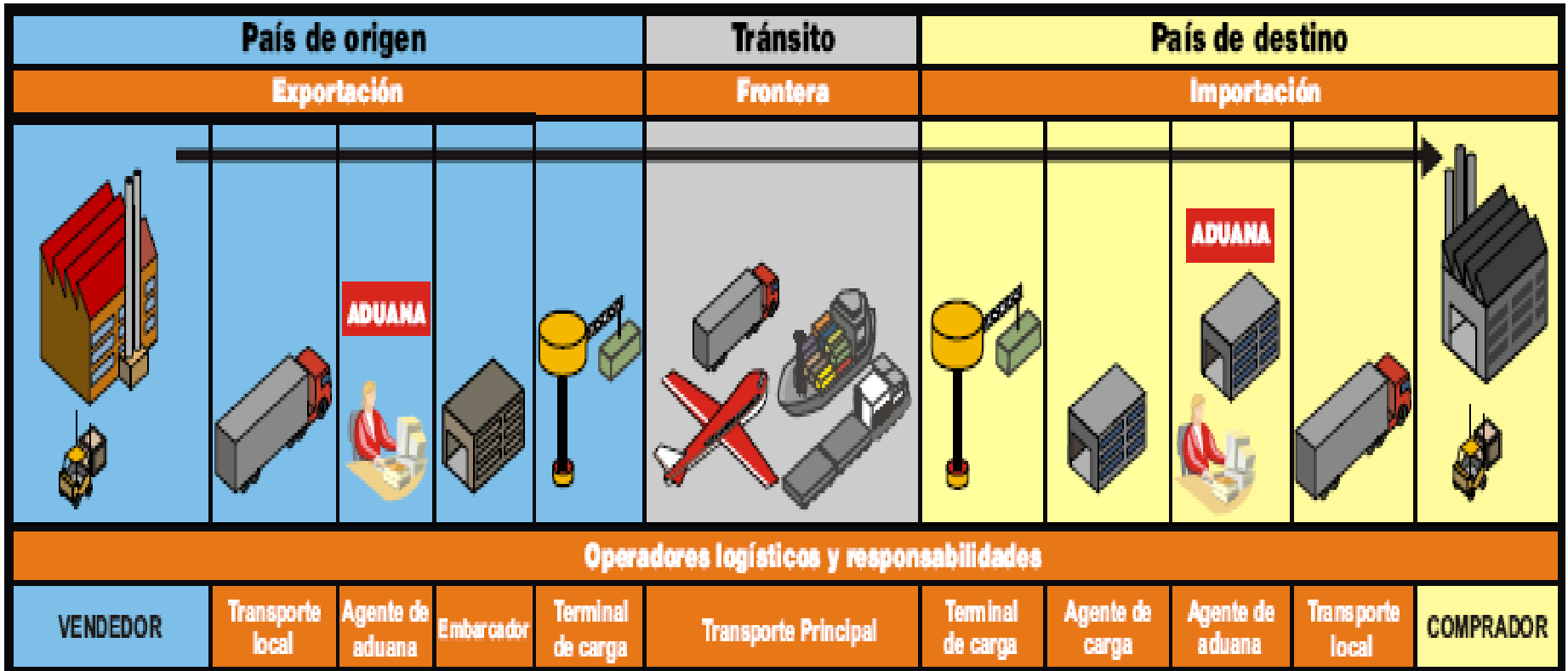
Lección 1

DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

Distribución Física Internacional - DFI

Es conocida por sus siglas DFI, es el proceso logístico que se desarrolla en colocar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador.

Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrega en destino.



Cadena - DFI

Preparación

- Embalaje y marcado

Unitarización

- Paletización y contenedorización

Manipuleo

- En terminales y almacenes

Almacenamiento

- En almacenes y depósitos privados o públicos

Transporte

- En toda la cadena de distribución.

Seguro de la carga

- Riesgo / Pólizas

Documentación

- Facturas, certificados, docs. De pago, etc.

Gestión y operaciones aduaneras

- Exportación

Gestión y operaciones bancarias

- Bancos / agentes corresponsales

Gestión de Distribución

- Incluye personal operativo y administrativo de la empresa.

Análisis de Costos y Precios de Exportación

Costos en el país del exportador

Documentación: Certificados diversos (Certificado de origen, certificado sanitarios, certificados de calidad, certificados orgánicos, permisos especiales: INRENA, Instituto Nacional de Cultura, entre otros.

Documentación

Factura comercial

Packing list

Certificado de origen

Documentos de transporte

Certificado fitosanitario – zoosanitario

Certificado de calidad

Otros, pueden ser exigidos por los clientes, o autoridades en el exterior del país importador

ESTRUCTURA DE COSTOS DE EXPORTACION

ARTICULO:			
TALLAS:			
CARACTERISTICAS:			
COLORES:			
CONCEPTO	FIJOS	VARIABLES	TOTALES
I. COSTOS DEL PRODUCTO:			
1.1. Materia Prima directa:			
1.2. Mano de Obra directa:			
1.3. Gasto Directo:			
1.4. Costos Indirectos de Fabricación:			
1.5. Gastos Generales y Administrativos:			
II. COSTOS DE AYUDA A LA COMERCIALIZACION:			
2.1. Folletos			
2.2. Otros			
III. COSTOS DE DISTRIBUCION Y VENTAS:			
3.1. Embalaje			
3.2. Gastos de ventas:			
3.3. Marcado de bultos			
3.4. Carga en transporte			
3.5. Documentos de Exportación: (Certificados)			
UTILIDAD:			
PRECIO EX-WORK:			

ESTRUCTURA DE GASTOS DE EXPORTACIÓN			
ARTÍCULO			
TALLAS:			
CARACTERÍSTICAS:			
COLORES:			
CONCEPTO	FIJOS	VARIABLES	TOTALES
GASTOS DE EXPORTACIÓN			
Conducción al puerto o aeropuerto			
Almacenaje			
Gastos Operativos			
Precinto			
Comisión de Agente de Aduana			
Otros gastos en puerto de origen			
PRECIO FAS			
Carga y Estiba			
Gastos Financieros			
PRECIO FCA ó FOB			
Flete			
PRECIO CPT ó CFR			
Seguro			
PRECIO CIP ó CIF			
Descarga			
PRECIO DAT			
Gastos de Importación			
Conducción			
Otros			
PRECIO DAP			
Derechos e Impuestos			
PRECIO DDP			

INCOTERMS

Los INCOTERMS son un conjunto de términos y reglas que establece las condiciones de compraventa internacional. El propósito es facilitar el comercio exterior y la integración del contrato de compraventa internacional.

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■	Vendedor	■	Comprador	■	Vendedor / Comprador
---	----------	---	-----------	---	----------------------

Distribución Física Internacional

TRANSPORTE	GRUPO	INCOTERM	SIGNIFICADO
MULTIMODAL	E	EXW	En fábrica
	F	FCA	Franco Transportista
	C	CPT	Transporte Pagado Hasta
	C	CIP	Transporte y Seguro Pagado Hasta
	D	DAT	Entrega en Terminal
	D	DAP	Entrega en Lugar
	D	DDP	Entrega Derechos Pagados
MARÍTIMO	F	FAS	Franco a Costado de Buque
	F	FOB	Franco a Bordo
	C	CFR	Costo y Flete
	C	CIF	Costo, Seguro y Flete

Gastos de Exportación				
Producto:		Prenda para dama Jersey amarillo	Total Produccion:	2,000.00
Descripción		Gasto (Unid)	Gasto Totales	Utilidad
Materia Prima e Insumos		9.5	18,924	(1) En Funcion del Costo Total igual %CT
Mano Obra		0.7	1,400	(2) En Funcion del Valor de Venta igual %PV
Gastos de Fabricación		0.8	1,660	
Embalaje				
Embalaje primario		0.1	200.00	
Embalaje Secundario	20	0.3	30.00	
Costos de Fabricación EXW		11.392	22,213.82	
Utilidad (1)	15%	1.709	3,987.57	
Utilidad (2)	18%	2.501	5,571.33	
Precio EXW (1)		13.10	26,201.39	
Precio EXW (2)		13.89	27,785.15	

Costos de Fabricación EXW		11.392	22,213.82
Utilidad (1)	15%	1.709	3,987.57
Utilidad (2)	18%	2.501	5,571.33
Precio EXW (1)		13.10	26,201.39
Precio EXW (2)		13.89	27,785.15
Gastos de Exportación			
Conducción al puerto o aeropuerto		0.03	50.0
Almacenaje		0.05	100.0
Gastos Operativos		0.10	200.0
Precinto		0.01	20.0
Comisión de Agente de Aduana		0.10	200.0
Otros gastos en puerto de origen		0.05	100.0
Precio FAS		14.23	28,455.1
Carga y Estiba		0.10	200.0
Gastos Financieros		-	-
Precio FCA ó FOB		14.33	28,655.1

Precio FAS		14.23	28,455.1
Carga y Estiba		0.10	200.0
Gastos Financieros		-	-
Precio FCA ó FOB		14.33	28,655.1
Flete		0.75	1,500.0
Precio CPT ó CFR		15.08	30,155.15
Seguro		0.25	500
Precio CIP ó CIF		15.33	30,655.15
Descarga		0.13	250
Precio DAT		15.45	30,905.15
Gastos de Importación		0.08	150
Conducción		0.03	50
Otros		0.01	10
Precio DAP		15.56	31,115.15
Derechos e Impuestos		3.13	6260
Precio DDP		18.69	37,375.15

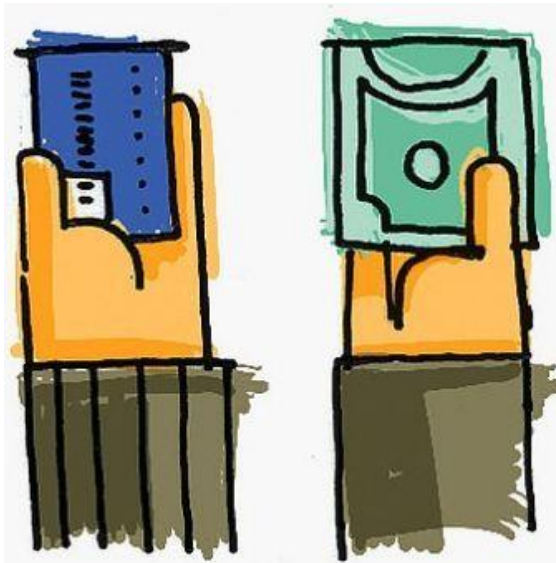
Análisis de Costos y Precios de Exportación

Modalidades de Pago



Forma de Pago

Una vez establecido el precio de venta de la exportación, las partes deberán definir la manera en la que se cancelará el importe, existiendo algunas básicas:



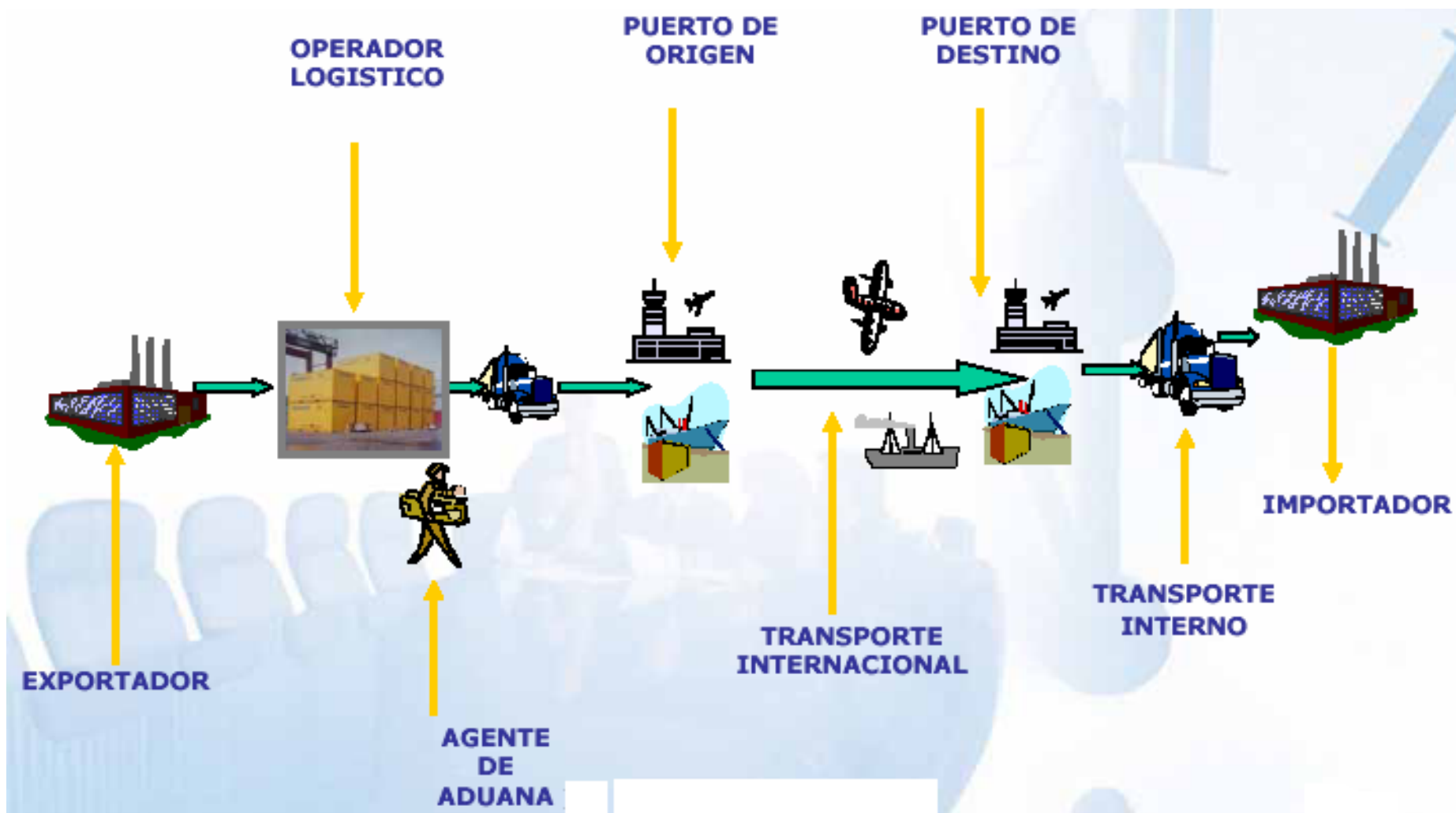
- Adelantado = Primero el dinero y después la carga
- Diferido = Primero la carga y después el dinero
- Mixto = Combinación de las anteriores

Distribución Física Internacional

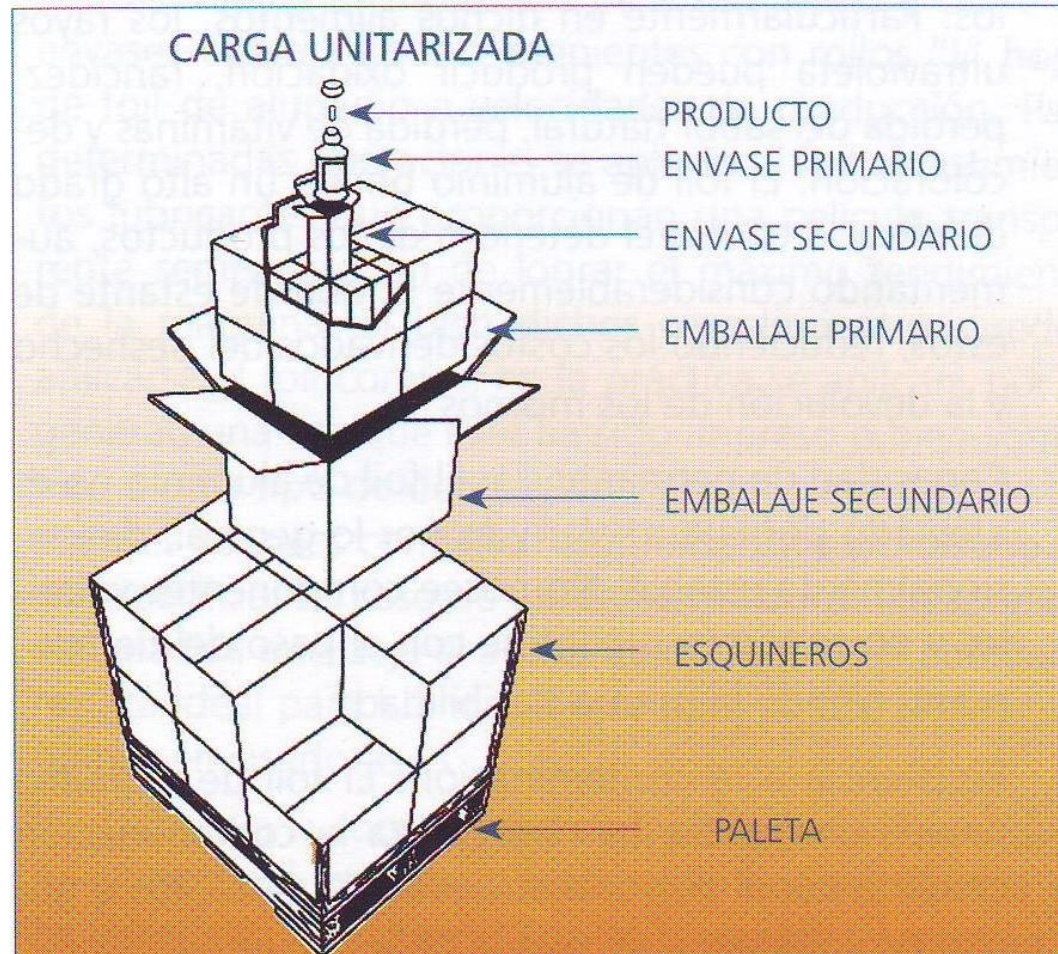
La distribución física internacional es el conjunto de operaciones necesarias para desplazar la carga desde un punto de origen a un punto de destino.

Cadena de la distribución física internacional:

- Preparación (embalaje y marcado).
- Unitarización (paletización y contenedorización).
 - Manipuleo (en terminales, almacenes).
- Almacenamiento (en almacenes y depósitos privados o públicos).
 - Transporte (en toda la cadena de distribución).
 - Seguro de la carga (riesgos, pólizas).
- Documentación (facturas, certificados, documentos de pago, etc.).
 - Gestión y operación aduanera (exportación).
 - Gestión y operación bancaria (bancos, agentes corresponsales).
- Gestión de distribución (incluye personal operario y administrativo de la empresa).



Envase y Embalaje



Fuente: Guía de Envases y Embalajes - MINCETUR

Modelo de Cotización

Empresa:	Alma & Arte SAC		
Fecha de Cotización:	19/04/2010		
Nombre a quien va dirigido:	Mónica Allen.		
Empresa Destino:	Taos Drum		
Dirección Empresa:	3300 - 65th Av. Nuevo México.		
País Destino:	Nuevo México		
Referencia:	USA		
Partida Arancelaria:	LAS DEMAS, MATERIAS VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR O MANUFACTURADAS		
Producto:	Mates burilados		
Descripción de Calidad:	Ecológico, Natural, Sólido, Hecho a mano.		
Tipo o Modelo:	Colgantes Navideños		
Cantidad:	1000	Unidad de Medida:	7cms.
Precio FOB Unitario:	\$1.36	Precio FOB total:	\$1,336.00
Moneda de Cotización:	Dólar Americano \$		
Medio de Pago:	50% hecha la orden y 50% contra documento.		
Fecha de Embarque:	24/04/2010	Medio de Transporte:	Marítimo
Puerto de Embarque:	Perú	Puerto de Llegada:	Los Angeles Usa.
Validez de Oferta:	Si hace ordenes mínimas de cada producto se hace descuento del 5%		

Capítulo 6

PLAN FINANCIERO

PLAN FINANCIERO

“Premisas...”

“Una premisa es una condición, situación o estado del proyecto o de su entorno, que se asume como verdadera para la planificación”.

Tasa Impositiva de Imp. a la Renta (%),

identificar este impuesto para considerarlo en las actividades futuras es importante ya que se detalla el impuesto a pagar en función a las utilidades que se espera generar.

Ingresos Financieros:

si existieron algunos ingresos durante los años por decisiones por parte de la empresa en la realización de actividades en el entorno financiero que le generen utilidades.

Otros Ingresos:

otros ingresos de actividades de la empresa que realice que permite generar mayor rentabilidad”.

PLAN FINANCIERO

Presupuesto Maestro

El Presupuesto Maestro es de mucha importancia para proyectar o estimar los gastos e ingresos de una empresa exportadora que puede ser a corto o largo plazo, haciendo comparaciones de los años anteriores para desarrollar una mejor inversión así tener menos gasto y mayor ingreso para la compañía.

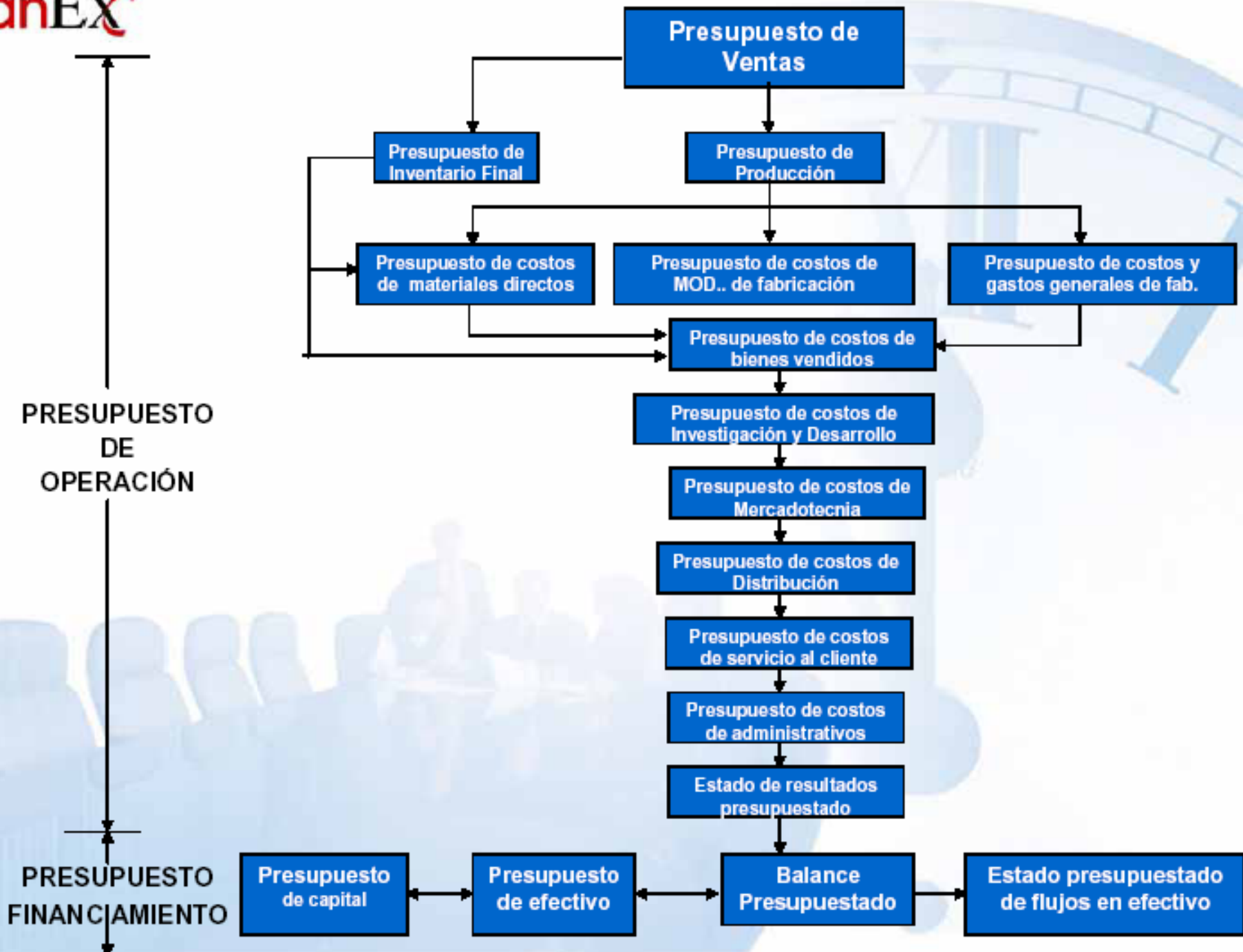
Presupuesto Operativo



Presupuesto Financiero



Presupuesto Maestro



PLAN FINANCIERO

Presupuesto Operativo

Presupuesto de Venta

Año 0	Ventas (Unds)	P. Unit. (\$)	Ing. Vtas (\$)	Invent Inic.	Invent Fin.
Enero					
Febrero					
Marzo					
Abril					
Mayo					
Junio					
Julio					
Agosto					
Setiembre					
Octubre					
Noviembre					
Diciembre					
TOTALES					

PLAN FINANCIERO

Presupuesto Operativo

Presupuesto de Producción

Año 0	Mat. Prima Unit.	Mano Obra Unit.	Gast. Fab. Unit.	Costo Unit.
Enero				
Febrero				
Marzo				
Abril				
Mayo				
Junio				
Julio				
Agosto				
Setiembre				
Octubre				
Noviembre				
Diciembre				
TOTALES				

PLAN FINANCIERO

Presupuesto Operativo

Gasto Administrativo - Venta

Año 0							
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Sueldos							
Cargas Sociales							
Provisión CTS							
Seguros							
Comisiones							
Publicidad							
Depreciación							
Fletes							
Viajes de Prospección							
Participación en Ferias							
Alquileres							
Otros							
TOTALES							

PLAN FINANCIERO

Estados Financieros Proyectados

Costo de Venta

El Costo de Venta muestra la relación de los factores de producción e inventario en un determinado tiempo para obtener el resultado del total utilizado en el momento de producción.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materias Directas						
Mano de Obra Directa						
Costos Indirectos de Fabricación						
Costo de Producción						
Inventario Inicial						
Disponible						
(Inventario Final)						
Costo de Ventas						

PLAN FINANCIERO

Estados Financieros Proyectados

Estados de Ganancias y Perdidas Proyectadas

Muestra la relación directa de los ingresos directos, financieros y otros, versus los gastos directos, de operación, con el propósito de identificar la utilidad de la empresa proyectada en un horizonte de tiempo determinado.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Brutas						
(Devoluciones y Dcts)						
Ventas						
Ingresos Otros						
Ventas Netas						
(Costo de Ventas)						
Utilidad Bruta						
(Gastos Administrativos)						
(Gastos de Ventas)						
Utilidad de la Operación						
Ingresos Financieros						
(Gastos Financieros)						
Utilidad antes de Impuestos						
(Impuestos)						
Utilidad Neta						

PLAN FINANCIERO

Estados Financieros Proyectados

Flujo de Caja Proyectado

“Muestra información del flujo de ingreso y egresos de efectivo de la empresa. Proviene de tres actividades: operación, inversión y financiación”

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial						
Ventas						
Otros Ingresos						
Total de Caja Disponible						
Salidas de Caja						
Materiales Directos						
Mano de Obra Directa						
Costos Indirectos de Fabricación						
Gastos de Venta						
Gastos Administrativos						
Gastos Financieros						
Impuesto sobre la Renta						
Compras de Activos Fijos						
Total de Salidas de Caja						
Superávit (o Déficit)						
Financiación						
Préstamo Recibido						
Amortización de Préstamo						
Efectos de Financiación						
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo						

PLAN FINANCIERO

Análisis de Rentabilidad

Valor Actual Neto - VAN

“Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés (la tasa de descuento), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como la tasa de descuento se utiliza normalmente el costo promedio ponderado del capital (cppc) de la empresa que hace la inversión.”

$$VAN = -F_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

PLAN FINANCIERO

Análisis de Rentabilidad

Tasa Interna de Retorno - TIR

“Se define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero. Esto permite obtener la rentabilidad en términos porcentuales del plan de negocio es decir comparar con otras alternativas de negocio que generen rentabilidades con el plan de negocio para establecer si nuestro plan es la mejor opción.”

$$0 = VAN = -F_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

PLAN FINANCIERO

Análisis de Sensibilidad

“Permite establecer el nivel de supuestos importantes que tienen incidencia directa en el proyecto. Esta técnica puede probar lo sensible que es el resultado del plan de negocios frente a dichos supuestos.

Dichos supuestos pueden ser:

Pesimista:

es el peor panorama de la inversión, es decir, es el resultado en caso del fracaso total del proyecto.

Probable:

este sería el resultado más probable que supondríamos en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información posible.

Optimista:

siempre existe la posibilidad de lograr más de lo que proyectamos, el escenario optimista normalmente es el que se presenta para motivar a los inversionistas a correr el riesgo”.

PLAN FINANCIERO

COSTO DE VENTA

Concepto	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Materia Directas	81942.0	90136.2	99149.8	109064.8	119971.3	131968.4
Mano de Obra Directa	81942.0	90136.2	99149.8	109064.8	119971.3	131968.4
Gastos de Fabricación	61456.5	67602	74362	81799	89978	98976
Costos de Producción	225340.5	247874.6	272662.0	299928.2	329921.0	362913.1
Inventario Inicial	14896.2	16385.82	18024.402	19826.8422	21809.52642	23990.4791
Disponible	240236.7	264260.4	290686.4	319755.0	351730.6	386903.6
(Inventario Final)	16250.4	17875.44	19662.984	21629.2824	23792.21064	26171.4317
Costo de Ventas	223986.3	246384.9	271023.4	298125.8	327938.3	360732.2

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIA

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ventas Brutas	301831.2	332014.3	365215.8	401737.3	441911.1	486102.2
(Devolución y Dcts)						
Ventas	301831.2	332014.3	365215.8	401737.3	441911.1	486102.2
Ingresos Otros						
Ventas Netas	301831.2	332014.3	365215.8	401737.3	441911.1	486102.2
(Costo de Ventas)	223986.3	246384.9	271023.4	298125.8	327938.3	360732.2
Utilidad Bruta	77844.9	85629.4	94192.3	103611.6	113972.7	125370.0
(Gastos Administrativos)	5008.8	5509.7	6060.7	6666.8	7333.4	8066.8
(Gastos de Ventas)	3388.6	3727.5	4100.3	4510.3	4961.3	5457.4
Utilidad de la Operación	69447.4	76392.2	84031.4	92434.5	101678.0	111845.8
Ingresos Financieros						
(Gastos Financieros)	0	0	0	0	0	0
Utilidad antes de Impuestos	69447.4	76392.2	84031.4	92434.5	101678.0	111845.8
(Impuestos)	20834.2	22917.7	25209.4	27730.4	30503.4	33553.7
Utilidad Neta	48613.2	53474.5	58822.0	64704.2	71174.6	78292.0

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Saldo Inicial		47259.0	120999.7	178183.1	241084.8	310276.7
Ventas	301831.2	332014.3	365215.8	401737.3	441911.1	486102.2
Otros ingresos	0	0				
Total de Caja Disponible	301831.2	379273.3	486215.5	579920.4	682995.9	796378.9
Salidas de Caja						
Materiales Directos	81942.0	90136.2	99149.8	109064.8	119971.3	131968.4
Mano de Obra Directa	81942.0	90136.2	99149.8	109064.8	119971.3	131968.4
Costos Indirectos de Fabricación	61457	67602	74362	81799	89978	98976
Gastos de Venta	3388.6	3727.5	4100.3	4510.3	4961.3	5457.4
Gastos Administrativos	5008.8	5509.7	6060.7	6666.8	7333.4	8066.8
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Impuesto sobre la Renta	20834.2	22917.7	25209.4	27730.4	30503.4	33553.7
Compras de Activos Fijos						
Total de Salidas de Caja	254572.2	280029.4	308032.4	338835.6	372719.2	409991.1
Superávit (o Déficit)	47259.0	99243.9	178183.1	241084.8	310276.7	386387.8
Préstamo Recibo	0	21755.8	0	0	0	0
Amortización de Préstamo						
Efectos de Financiación	0	21755.8	0	0	0	0
Saldo Efectivo al Finalizar el Periodo	47259.0	120999.7	178183.1	241084.8	310276.7	386387.8

CALCULO DEL VAN Y TIR

Año	Saldo Efec F	Saldo Efec Eco
Inversión	-232383.7	-232383.7
2006	120999.7	99243.9
2007	178183.1	156427.3
2008	241084.8	219329.0
2009	310276.7	288520.9
2010	386387.8	364632.0

ANALISIS DE SENSIBILIZACION

KOC	16%		
Tasa Interés	14%		
sube precio	5%	sube volumen de venta	5%
baja precio	5%	baja volumen de venta	5%

VAN FINANCIERO

VAN ECONOMICO

TIR FINANCIERO

TIR ECONOMICO

VAN	489,451.18	VAN	381,802.38	TIR	74%	TIR	66%
VAN_1	644,476.71	VAN_1	525,100.74	TIR_1	87%	TIR_1	79%
VAN_2	228,007.30	VAN_2	141,734.71	TIR_2	51%	TIR_2	41%
VAN_3	513,724.19	VAN_3	404,239.22	TIR_3	76%	TIR_3	68%
VAN_4	203,673.12	VAN_4	117,642.50	TIR_4	45%	TIR_4	35%
VAN_5	676,501.00	VAN_5	554,702.50	TIR_5	90%	TIR_5	82%

Muchas Gracias!

Cesar Santos Zutta

apoyoproyectos@promperu.gob.pe