

Oportunidades de Exportación

Sector Agroindustrial



Luis Mendoza Barrantes
Gerente Exportaciones – PERUVERDE S.R.L.

San Isidro – Lima – Perú
Febrero del 2010

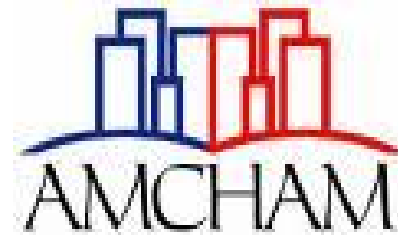
HISTORIA

PERUVERDE SRL, inicia sus operaciones en el 10 setiembre del 2007, comercializando en el mercado local paprika y subproductos y en el mercado externo, esparrago fresco a Estados Unidos.



HISTORIA

(2008) Conscientes de la necesidad de capacitación e información, la empresa decide asociarse a la Cámara de Comercio Americana (AMCHAM), es así que se logra participar en la primera feria de Chicago obteniendo información y contactos comerciales con importadores de frutas.



Gerente y fundador el Sr. Fredy
Pérez Miranda



HISTORIA

(2009) Se crea el departamento de Inteligencia Comercial, herramienta básica para cualquier potencial exportador e importador, luego de investigaciones se logra contactar con importadores españoles de paprika, se inicia el contacto, se envía las muestras solicitadas, se cotiza , se negocia los medios de pago y tiempos de entrega, luego de 45 días aproximadamente se concreta la exportación en Febrero del 2009.

Asimismo en el mismo año se incursiona en la importación de especias desde la India para el mercado local.



PROYECCIONES 2010

- Para el 2010, Peruverde se proyecta a duplicar el volumen exportado durante el 2009
- Como?
- Mejor historial con los bancos
- Mayor apertura de créditos
- Créditos blandos
- Cliente final satisfecho
- Otros clientes interesados.
- Actualmente se abastece al mercado español, se espera ingresar al mercado norteamericano.

TLC USA - PERÚ

- Peruverde se capacita para aprovechar mejor esta oportunidad, los directivos llevan un diplomado en Requisitos Técnicos de Acceso al Mercado Americano.
- Se estudia normativas en relación al etiquetado, límites permisibles, rechazos etc.
- Actualmente AMCHAM es nuestro mejor socio estratégico ya que a través de su gestión, nuestro gerente fundador el Sr. Fredy Pérez Miranda, se encuentra en Indiana Estados Unidos participando del programa GLOBASE 2010 y negociando directamente con clientes potenciales la venta de nuestro insumo con mayor valor agregado (paprika en polvo).

TLC USA - PERÚ

- Peruverde realiza alianza estratégica con la empresa Greenesis de New Jersey, importadora de alimentos y frutas a finales del 2009 en Estados Unidos.
- Objetivos
- Mejores márgenes
- Oportunidad de diversificar
- Marca propia
- Mejor poder de negociación

TLC USA - PERÚ

Ejemplo de oportunidad

PALTA HASS, Estados Unidos es el mercado de consumo de palta Hass más grande del mundo. Solo en el 2008 se comercializaron y consumieron más de 500 millones de kilos provenientes del estado de California, México y Chile.

Perú podría exportar 19,000 toneladas métricas anuales a Estados Unidos.

1. ESTAS PENSANDO INSERTARTE AL NEGOCIO

EVALUACIÓN COMERCIAL

- Identifica con que recursos cuentas, sobre todo económicos
- En que fase quieres insertarte ej. productiva, de comercialización interna o comercialización externa o servicios
- Identifica el formato del producto a exportar: ej. fresco, refrigerado, congelado, conservado, secos, deshidratado, jugos y néctares, purés, extractos, semillas, pastas, otros
- Identifica el mercado objetivo y sus tendencias de consumo
- Envía muestras o volúmenes pequeños
- Evalúa la variación y el comportamiento de precios en los últimos 10 años
- Investiga que otros países son abastecedores potenciales.

EVALUACIÓN TRIBUTARIA, LEGAL Y FINANCIERA

- Evalúa la factibilidad económica del proyecto
- La rentabilidad en agroindustria no es inmediata
- Identifica los beneficios arancelarios del producto que te interesa y de los países de destino
- Infórmate de los beneficios de importación de maquinaria o bienes de capital para la elaboración o transformación de alimentos
- Acogerse a Ley de MYPES
- Optimiza los medios de pago y garantiza la gestión de cobranzas
- Determina tus estructuras de costos y flujos de caja



IMAGEN

- Crear un WEBSITE (mínimo español e inglés)
- No prometas lo que no tienes
- Cumple con los plazos, tiempos y calidad pactada
- Respeta los contratos pactados
- Cumple con tus deudas

ESTRATEGIAS

- Aplica una asociatividad o JOIN si no puedes abarcar toda la cadena.

2. SI ESTAS EN EL NEGOCIO Y AÚN NO EXPORTAS

EVALUACIÓN COMERCIAL

- Implementa un área de inteligencia comercial en la empresa
- Conserva y amplía tus oportunidades de negocio
- Conserva e identifica nuevos mercados objetivo y sus tendencias de consumo
- Participa de ferias locales e internacionales del rubro
- Participa en ruedas comerciales locales e internacionales del rubro
- Afílate a Cámaras de Comercio AMCHAM
- Suscríbete a ADEX y gremios vinculados
- Identifica los TLC's o pactos bilaterales
- Determina y evalúa los INCOTERMS a utilizar
- Determina y evalúa el tipo de venta y los medio de pago
- Envía muestras a posibles potenciales clientes

3. SI ESTAS EN EL NEGOCIO Y EXPORTAS

EVALUACIÓN COMERCIAL

- Conserva e incrementa la calidad de tus productos
- Identificar nuevos mercados objetivo y sus tendencias de consumo
- Optimiza los canales de distribución local e internacional
- Evalúa las tendencias de consumo del mercado objetivo
- Participación activa (stand propio) en ferias locales e internacionales del rubro
- Afíliate a Cámaras de Comercio
- Determina y evalúa el tipo de venta y los medio de pago
- Coordinación con las entidades estatales y privadas (MINCETUR, PROMPERU, CÁMARAS DE COMERCIO, COMEX, SIN, IPEH, AGAP, PRO HASS, PROCITRUS, ETC)



EVALUACIÓN TRIBUTARIA, LEGAL Y FINANCIERA

- Optimizar el marco tributario
- Buen uso de líneas de crédito en entidades financieras
- Cumplir con cronogramas de pagos al sector financiero
- Optimiza los medios de pago y garantiza la gestión de cobranzas
- Ejecuta adecuadamente el proceso del beneficio arancelarios
- Optimiza y cumple tus estructuras de costos y flujos de caja respectivamente en lo posible
- Evalúa productos financieros warrants, factoring, leasing, financiamientos pre embarque, post embarque

NORMAS Y REQUISITOS TÉCNICOS

- Cumplir con requisitos y normas técnicas y regulaciones locales e internacionales
- investiga los motivos de rechazo del producto en el país objetivo

ESTRATEGIA

- Aplica el concepto de asociatividad o JOIN VENTURE, si fuera necesario
- Dale valor agregado al producto exportado, IMPORTANTE



GENERALES

- Capacitación constante
- Identifica tus puntos críticos y corrígelos si no son adecuados

IMAGEN

- Cumple con el abastecimiento, tiempo y calidad pactada
- Aplica responsabilidad social
- Aplica protección al medio ambiente
- Aplica FAIR TRADE
- CUMPLAN CON SUS PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA LOCALES

TECNOLOGÍA

- Implementa tecnologías de información
- Implementa innovación tecnológica
- INVIERTE EN INVESTIGACION

RECOMENDACIONES

- Recuerda en el mercado externo nos ven como uno solo (importante)
- No te limites a un solo cultivo, producto, proveedor, cliente o mercado
- Crece tanto como puedas sin perder rapidez y eficiencia
- Prepárate para el cambio continuo
- Produce o comercializa un producto de calidad
- Evalúa tus costos
- Dale valor agregado a tu producto o SERVICIO



SUGERENCIAS

PARA LOS GREMIOS

Capacitaciones puntuales

Información On line

Casos prácticos reales

Manejar un directorio por sectores

Descentralización:

Exposiciones en provincias hay mucho potencial pero por falta de información no se canaliza.



CONCLUSIONES

A raíz de la experiencia obtenida mediante las misiones comerciales organizadas por AMCHAM, la información se transformó en la principal fortaleza de la empresa sirviendo como base para brindar información de potenciales importadores a las empresas exportadoras peruanas.

Casos concretos:

Apoyo a la asociación de mangos en Piura, para su internacionalización
En ejecución con la asociación de productores de Café de Tocache.

MUCHAS GRACIAS.....

Cualquier consulta :

export@peruverde.pe

import@peruverde.pe

Atentamente

Luis Mendoza Barrantes

Gerente Exportaciones