

¿Cómo elaborar un Plan de Negocio de Exportación? Segunda Parte

Análisis del Producto en el Mercado Objetivo y Plan de Marketing



David Paredes Bullon
dparedes@promperu.gob.pe
*Sub Dirección de Servicios y Asistencia
Empresarial*

Abril 2011





Contenido

Introducción

Estructura del Plan de Negocio de Exportación

Análisis del Producto

Selección del Mercado

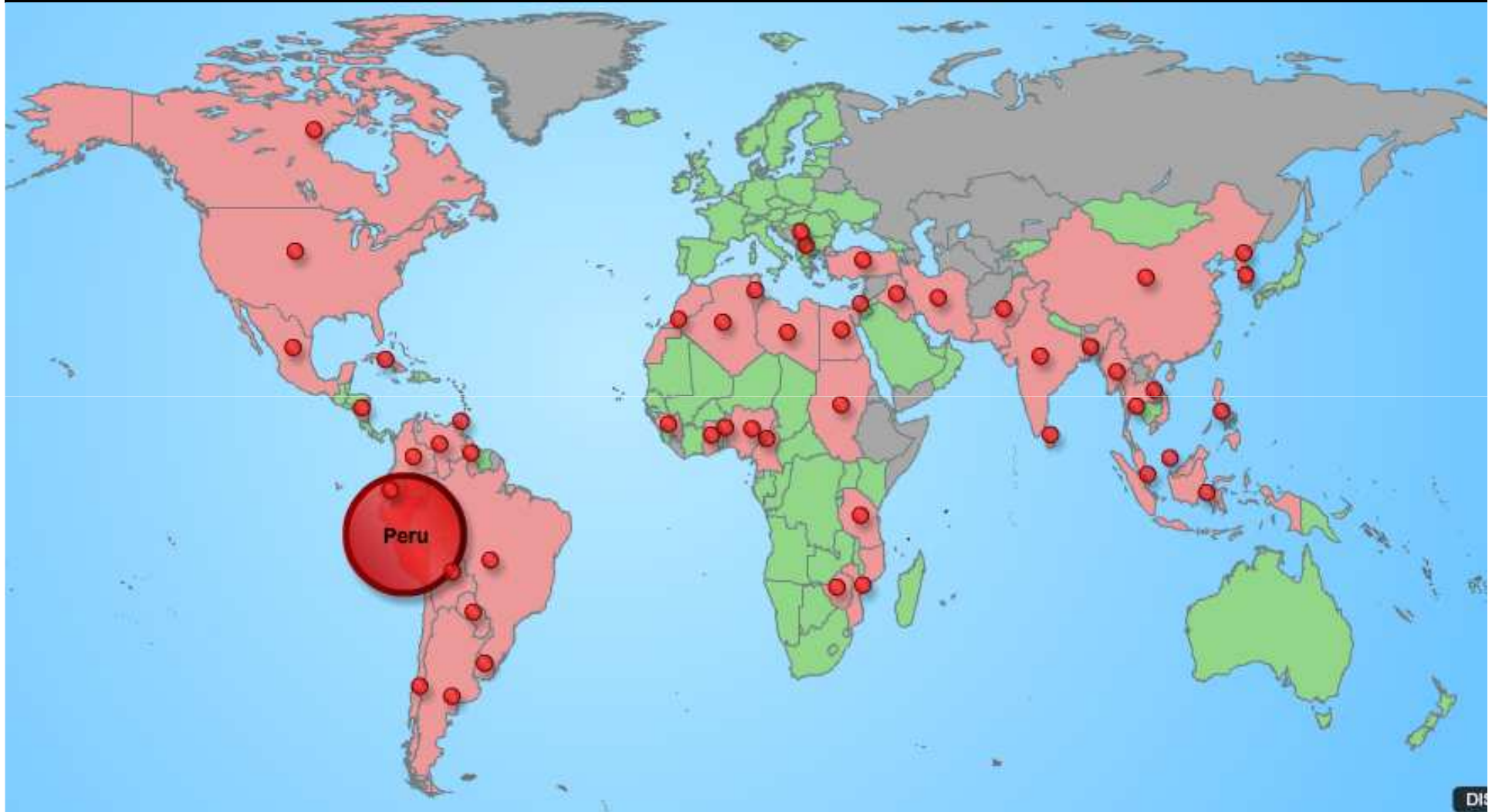
Medición de Mercado

Análisis de la Competencia y Benchmarking

Plan de Marketing



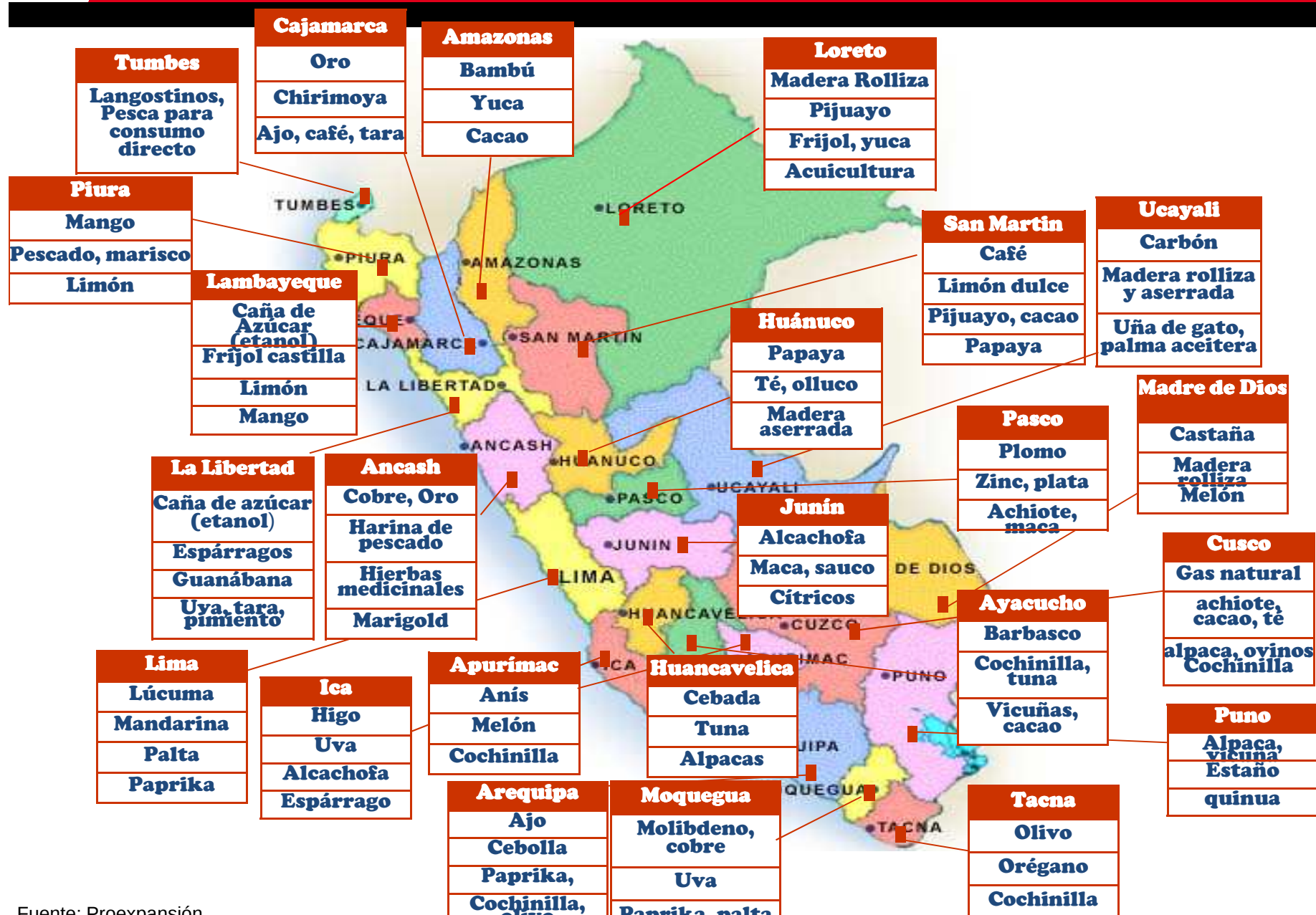
Introducción



Fuente: OMC- www.wto.org



Introducción





Introducción

El análisis del producto en el mercado objetivo busca responder las siguientes preguntas:

cómo podemos satisfacer las necesidades del consumidor?, ¿Cómo posicionar nuestro producto en ámbitos internacionales?, ¿Cuáles son los gustos y preferencias de nuestros clientes?, entre otras preguntas.

Para alcanzar las respuesta el gerente hace uso de herramientas en el plan de negocio de exportación, como **la investigación de mercados.**





Estructura del Plan de Negocio Exportador

Resumen Ejecutivo

Capítulo I: El plan Estratégico y Plan Organizacional

- Descripción de la empresa
- Datos De La Empresa
 - Análisis del Potencial Exportador
 - Plan Estratégico
 - Visión
 - Valores
 - Misión
 - Objetivos
 - Estrategias
 - Indicadores
- Matriz Resumen De Fortalezas Y Debilidades
- Plan Organizacional
 - Estructura de Personal
 - Plan de Recursos Humanos

Fuente: Manual de Competitividad – Plan de Negocio de Exportación PROMPERU



Estructura del Plan de Negocio Exportador

Capítulo II: Análisis del Producto en el Mercado Objetivo y Plan de Marketing

- Análisis del Producto
- Partida Arancelaria
- Selección del Mercado Objetivo
- Mercado Objetivo
 - Datos Generales
 - Exigencias del Producto
 - Canales de Distribución
 - Medios de Transporte
- Perfil del Consumidor
 - Segmentación Demográfica
 - Segmentación Geográfica
 - Segmentación Psicográfica
- Medición del Mercado
- Análisis Competitivo y Benchmarking
- Mix Marketing



Estructura del Plan de Negocio Exportador

Capítulo III: La Gestión Exportadora

- Análisis del Precio de Exportación
 - Costo de Producción
 - Costos y Gastos de Exportación
 - Selección del Precio de Exportación
 - Modalidad de Pago
- Distribución Física Internacional
 - Características de la Carga
 - Condiciones de Venta
 - Análisis de Riesgo
- Manejo Documentario
- Modelo de Cotización

Fuente: Manual de Competitividad – Plan de Negocio de Exportación PROMPERU



Estructura del Plan de Negocio Exportador

Capítulo IV: Análisis Financiero y Plan Financiero

- Análisis Financiero
 - Estados Financieros
 - Balance General
 - Estados de Pérdidas y Ganancia
 - Ratios Financieros
 - Punto de Equilibrio
- Plan Financiero
 - Presupuesto Maestro
 - Presupuesto Operativo
 - Presupuesto Financiero
 - Flujo de Caja Proyectado
 - Análisis de Sensibilidad

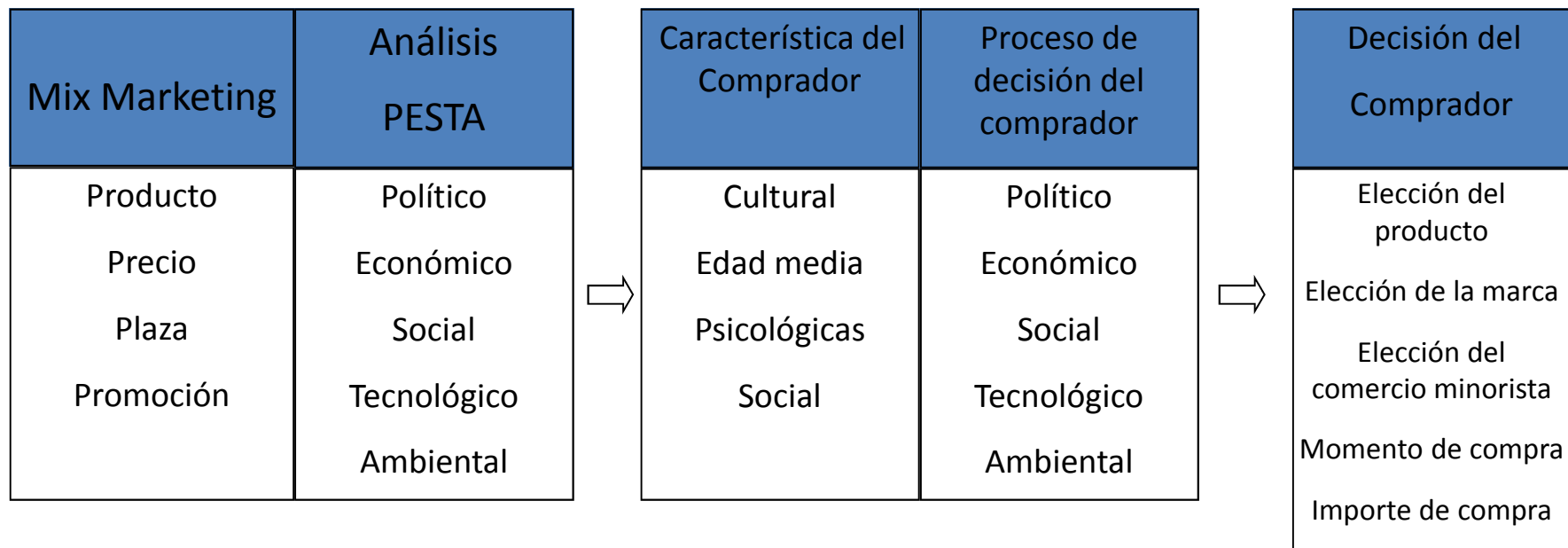
Fuente: Manual de Competitividad – Plan de Negocio de Exportación PROMPERU



Análisis del Producto

Para comenzar en el análisis de producto se debe de tener información acerca de la demanda del consumidor para esto debemos de preguntarnos:
¿Cual es la tendencia de consumo del producto o servicio?

Modelo de conducta del comprador en los mercados de consumo





Análisis del Producto



- **Para la Empresa: su principal activo (orgullo y riqueza)**
 - **Para el Comprador: “algo” que lo satisfaga**



Análisis del Producto

- **Selección de la línea o productos estrella**
- **Evaluación de las características del producto**
- **Capacidad de producción**

“Identificar la partida arancelaria”





Análisis del Producto

EJEMPLO DE PARTIDAS ARANCELARIAS

7113110000: Joyería de plata

7113110000: Capítulo arancelario 71

7113110000: Partida del sistema armonizado

7113110000: Sub-partida del sistema armonizado 7

7113110000: Partida NANDINA (sistema regional)

7113110000: Sub partida nacional (depende del país)



Análisis del Producto

EJEMPLO DE PARTIDAS ARANCELARIAS

6109100042: Polos de algodón

6109100042: Capítulo Arancelario 61

6109100042: Partida del Sistema Armonizado

6109100042 :Sub-partida del Sistema Armonizado

6109100042 :Partida NANDINA (sistema regional)

6109100042: Sub partida nacional (depende del país)



Análisis del Producto

El Producto a Exportar:

- **Identificamos el producto a exportar con la respectiva partida arancelaria en el mercado mundial.**
- **Encontrar la partida arancelaria que describe al producto a exportar. (SIICEX, SUNAT, TRADEMAP)**
- **Encontrar información de Principales países que hayan importado el producto**





Análisis del Producto



SUNAT
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA



NUEVO PROCEDIMIENTO
Para el Registro de derechohabientes en EsSalud

República del Perú

Institucional | SUNAT Rinde Cuentas | Legislación | Estadísticas y Estudios | Índices y Tasas | Padrones y Notificaciones | Contáctenos

Tamaño de Texto 

Preguntas Frecuentes 

Orientación Tributaria

- Cronogramas de Pago
- Imprentas SOL
- Charlas SUNAT
- Tutores, Demos y Videos

+ Otros Temas

Orientación Aduanera

- Aranceles
- Importación de mercancías
- Incentivos Migratorios
- Nomenclatura Arancelaria

+ English Version + Otros Temas

Lo Más Usado

- Consulta RUC
- Consulta RUC Múltiple
- Formularios y Solicitudes Varias
- Sucesión de Establecimientos

Servicios Virtuales >>>

Tributarios

 **Renta Anual 2010**

 **Declaración y Pago**

 **Actualización del RUC**

 **Factura Electrónica**

 **Declaración Simplificada**

 **Presentación PDT**

 **Libros Electrónicos**

Más servicios en:

 **SUNAT Operaciones en Línea**
Oficina Virtual

Opciones sin Clave SOL

Aduaneros

 **Manifiesto de Carga**

 **Consulta Dua**

 **Teledespacho**

 **Remates Aduanas**

 **Pago Electrónico Aduanas**

 **Declaración Exporta Fácil**

Más servicios en:

SIGAD Sistema Integrado de Gestión Aduanera

Operatividad Aduanera

Comunidades Virtuales >>>

 **Trabajador independiente**

Personas que desarrollan individualmente, cualquier profesión.

 **Micro y Pequeños empresarios**

Información Especializada para los Micro y Pequeños Empresarios.

 **Inversionista extranjero**

Información Especializada para inversionistas extranjeros.



Análisis del Producto



Sistema Integrado de Información
de Comercio Exterior

[¿Qué es el SIICEX?](#) | [Preguntas Frecuentes](#) | [Glosario](#) | [Herramientas de Análisis](#) | [Buscar Partida](#)

28-30 ABRIL
LIMA - PERU 2011
XIV EDICIÓN



TEXTILES
ACCESORIOS
CALZADO
JOYERIA

REGÍSTRESE EN: WWW.PERUMODA.COM

13 de abril del 2011

Cifras Oficiales

Informes de las exportaciones
peruanas por sectores

Q - I

Regiones

Sectores Productivos

Calidad

Regulaciones

Directorios

Enlaces de Interés

Calendario de Actividades

Exporta Fácil

Aranceles Preferenciales

Facilitación

Inteligencia de Mercados

Comuníquese

INGRESO

PRODUCTO / MERCADO

Búsqueda de producto

Buscar ▶

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

Búsqueda por mercado

Albania ▼

Buscar ▶

ESTADÍSTICAS

- Nacionales
- PromperuStat
- Internacionales

CAPACITACIONES

ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO



Selección de Mercado

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**



Selección de Mercado

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 las exportaciones FOB (free on board) de los últimos 3 o 5 años
- Usar herramientas de información comercial tales como TRADEMAP, **www.trademap.org**



Selección de Mercado

**Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior**

[¿Qué es el SIICEX?](#) | [Preguntas Frecuentes](#) | [Glosario](#) | [Herramientas de Análisis](#) | [Buscar Partida](#)

**TEXTILES
ACCESORIOS
CALZADO
JOYERIA**

REGÍSTRESE EN: WWW.PERUMODA.COM

**28-30 ABRIL
LIMA - PERU 2011
XIV EDICIÓN**



Regiones

Sectores Productivos

Calidad

Regulaciones

Directorios

Enlaces de Interés

Calendario de Actividades

Exporta Fácil

Aranceles Preferenciales

Facilitación

 **Inteligencia de Mercados**

Comuníquese

13 de abril del 2011

Cifras Oficiales

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Herramientas para Análisis de Competitividad

Estadísticas comerciales para el desarrollo de negocios internacionales

TradeMap

Es una herramienta de análisis de mercados, la cual cubre más del 95% del comercio mundial de productos. TradeMap provee información sobre indicadores del desempeño de las exportaciones nacionales, la demanda internacional, barreras tarifarias y no-tarifarias, nuevos mercados y el posicionamiento de los competidores de acuerdo a las perspectivas del producto y del país.

Ingrese al TradeMap en: <http://www.trademap.org/Index.aspx>

Portal de análisis de mercados de productos

ProductMap

Información comercial cualitativa y cuantitativa para alcanzar una dimensión global, que cubre 72 grupos de productos. Incluye información sobre mercados (estudios de mercado, vínculos con fuentes de información e información sobre precios), herramientas para el establecimiento de redes (contactos comerciales y escaparates) y herramientas de posicionamiento en los mercados (estadísticas e indicadores comerciales).

Ingrese al ProductMap en: <http://www.p-maps.org>

**INGRESO**

USUARIO

CLAVE



Selección de Mercado

TRADE MAP

**Estadísticas de Comercio
para el Desarrollo de
Negocios Internacionales**



Selección de Mercado



Trade Map

Trade statistics for international business development

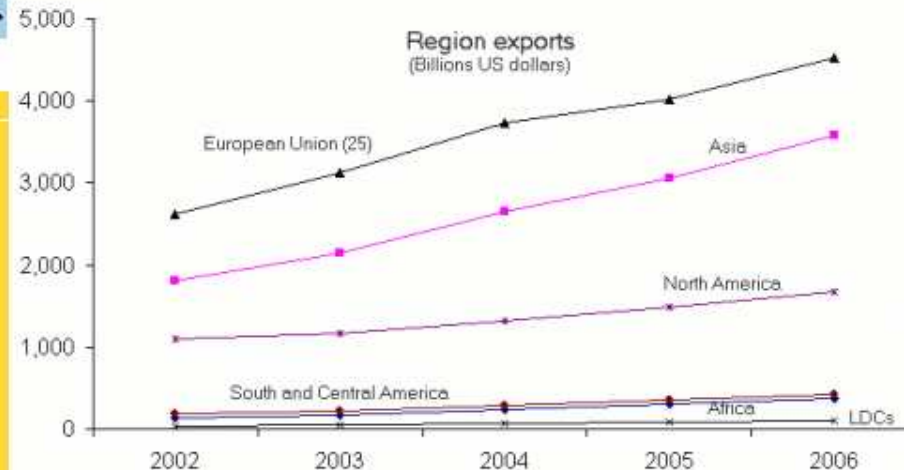
Over 5300 products traded by over 220 countries and territories. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, graphs

- Data Availability
- Reference Material ▶
- Glossary
- FAQ
- Condition of Use ▶
- About ▶

What's new

Market Access Map 2008 update

23/07/2008 1:29:30 PM
Market Access Map, now contains 2008 customs tariff data for 75 countries and territories.



Not registered yet ? [Create your account](#)

Email address:

Password:

☐ Remember me.

[Forgot your password ?](#)

[Log in >>](#)

More Analysis Tools :

[Market Access Map](#)

[Investment Map](#)

[Trade Competitiveness Map](#)

[Product Map](#)



Selección de Mercado



Trade Map

Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas



Página de inicio	Menú de selección	Inversión	Acceso a Mercados	Documentos de referencia	Mi cuenta	FAQ	Español ▼
Condiciones de utilización	Acerca de						

☒ Importaciones ☐ Exportaciones

☒ Producto ☐ Grupo

☒ País ☐ Grupo

113 - Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapa

[Búsqueda avanzada](#)

Loading...

7113 - Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de m

711311 - joyas de plata incluso revestidos o chapados de otros metales precioso

711319 - joyería de otros metales preciosos, incluso revestidos o chapados de m

711320 - artículos de joyería y sus partes, de chapados de metales preciosos so

Indicadores

Series de tiempo

Sección de Análisis de Mercados, Centro de Comercio Internacional; Palais des Nations; CH-1211 Ginebra 10; Suiza
Tel.: +41 (0)22 730 05 24; Fax: +41 (0)22 730 05 77; mat@intracen.org

Grupo Producto

Grupo de países Grupo de socios

Mundo ☐ País Socio

otros criterios

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2006
 Producto : 711311 joyas de plata incluso revestidos o chapados de otros metales precioso

Tabla ☒ Gráfico ☐ Mapa

Exportar hacia     número de líneas por página

Indicadores comerciales 										
Importadores	Valor importada en 2006, en miles de USD ▼	Saldo comercial 2006 en miles de USD	Cantidad importada en 2006	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2002-2006, %	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las importaciones mundiales, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país
Mundo	3.408.048	-103.083	13.656	Toneladas	249.564	16	19	15	100	
Estados Unidos de América	1.196.138	-1.005.666	1.925	Toneladas	621.370	14		16	35,1	...
Hong Kong (RAEC)	366.257	233.760	508	Toneladas	720.978	30		23	10,75	...
Japón	304.952	-300.005	236	Toneladas	1.292.170	5		1	8,95	...
Alemania	267.437	-118.023	409	Toneladas	653.880	15	3	8	7,85	...
Reino Unido	179.956	-118.696	2.920	Toneladas	61.629	15		3	5,28	...
Francia	128.376	-64.012	207	Toneladas	620.174	21		14	3,77	...
Italia	79.210	537.130	170	Toneladas	465.941	13		16	2,32	...
Canadá	68.894	-51.359	111	Toneladas	620.667	20		27	2,02	...
España	56.561	-92	53	Toneladas	1.067.189	26		10	1,66	...
Dinamarca	47.506	-28.382	76	Toneladas	625.079	28	43	48	1,39	...
Australia	45.603	-39.464	73	Toneladas	624.699	21		15	1,34	...
Suiza y Liechtenstein	42.931	-22.686	54	Toneladas	795.019	10	9	10	1,26	...
Países Bajos (Holanda)	42.300	-32.157	16	Toneladas	2.643.750	24		56	1,24	...

Click



Selección de Mercado

MAC MAP

Identificación del Arancel

www.macmap.org



Selección de Mercado



Market Access Map

making import tariffs and market access barriers transparent



International Trade Centre
UNCTAD/WTO

Select language :   

[Home](#) [About](#) [Contact](#) [Studies](#) [Reference Material](#) [Partners](#) [Subscription](#)

What it is

Market Access Map covers customs tariffs (import duties) and other measures applied by 187 importing countries to products from 239 countries and territories. MFN and preferential applied import tariff rates are shown for products at the most detailed national tariff line level.

Who for

Market Access Map has been designed to support exporters, importers, trade promoters, policy analysts and trade negotiators. Use it to find a tariff. Compare yourself to your competitors. Or use its advanced features to prepare for trade negotiations by simulating the effects of tariff reductions.

Access now available in:

Email address:

Password:

☐ Remember me.

[Forgot your password ?](#)

New User?

Developing countries->

Developed countries ->

Features

- MFN customs duties as well as multilateral, regional and bilateral preferences
- Bound tariffs
- Tariff-quotas: multilateral and bilateral
- Anti-dumping duties
- Rules of Origin and Certificates of Origin
- Trade flows: import/export statistics
- Import Tariffs: ad valorem, specific and ad valorem equivalents of the specific tariffs
- Analysis:
 - Tariff aggregation at any sectoral and regional level
 - Tariff reduction simulations: using various formulae



News

Survey - We invite all users to complete our online Survey

Disclaimer

The formatting of some pages can vary for browsers to browsers. JavaScript and Cookies may be necessary to use some of the features of this website. If you experience problems, please contact mat@intracen.org



Selección de Mercado



Market Access Map

making tariffs and market access barriers transparent

Quick Links: [Home](#) [Go](#)



Quick Search

Compare Tariff and Trade

Detailed Analysis

Country Analysis

Trade Flows

My Options

Log Out

Tariff Search

Trade Regimes & Rules of Origin

Glossary

Search here for the tariff applied by a country to any imported product. This module is designed to be quick so you may only select one product, one importer and one exporter.

If you wish to select more than one product or more than one country, go to the "Detailed Analysis" section.

Once you have selected an importing country you may then look up the national tariff line product codes used by that importing country by clicking on the button "National Tariff Line Code". Type the name of the product in the box and select your product with code from the drop-down list of possible matches.

Select Importing Country* :

☒ HS Level 6 ☐ National Tariff Line Code

Select a Product* :

Select Exporting Country :

[Proceed >>](#)

* Indicates mandatory fields.

Note:

1. Please select the importing country first and then the product, since the products displayed in this module are based on the importers HS revision.





Market Access Map

making tariffs and market access barriers transparent

Quick Links: [Home](#)



International Trade Centre
UNCTAD/WTO

Quick Search

Compare Tariff and Trade

Detailed Analysis



Country Analysis

Trade Flows

My Options



Log Out

Tariff Search

Trade Regimes & Rules of Origin



Glossary

Based on the data from 2008 using Harmonised System Nomenclature Rev. 07, importer **United States of America** applies the following tariffs to imports of **(620462) Womens/girls trousers and shorts, of cotton, not knitted** originating from exporter **Peru**

Records per page [Default \(10 per page\)](#)

1

Product code	Product description	Trade regime description	Applied tariffs	Total ad valorem equivalent tariff (estimated)
62046210	Women's or girls' trousers, bib & brace overalls, breeches & shorts, not knit or crocheted, of cotton, cont. 15% or more by wt of down, etc	MFN duties (Applied)	0.00%	0.00%
62046220	Women's or girls' bib and brace overalls, not knitted or crocheted, of cotton, not containing 15% or more by weight of down, etc	Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act	0.00%	0.00%
62046220	Women's or girls' bib and brace overalls, not knitted or crocheted, of cotton, not containing 15% or more by weight of down, etc	MFN duties (Applied)	8.90%	8.90%
62046230	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi, certified hand-loomed and folklore products	Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act	0.00%	0.00%
62046230	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi, certified hand-loomed and folklore products	MFN duties (Applied)	7.10%	7.10%
62046240	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi	Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act	0.00%	0.00%
62046240	Women's or girls' trousers, breeches and shorts, not knitted or crocheted, of cotton, nesoi	MFN duties (Applied)	16.60%	16.60%

1

[New Search](#)

Tariff search performed on 27 October 2008



Selección de Mercado

Datos del País Objetivo



Selección de Mercado

- Es importante conocer la información principal del País objetivo.

- Población
- PBI
- PNB per cápita
- Volumen y valor de importaciones
- Tamaño y tendencia del mercado
- Otras variables: superficie, clima

CIA: www.cia.gov

Banco Mundial

www.worldbank.org/data

FMI: www.imf.org

OMC: www.wto.org

Datos Generales del País (Estados Unidos 🇺🇸)	
Área:	10,000,000.00 Km2
Capital:	Washington DC
Ciudades Importantes:	New York, California, Miami
Población:	300,000,000.00
Idioma Oficial:	Ingles
Ubicación Geográfica:	America del Norte
Organización Territorial:	Estados
PBI(US\$):	13,220,000
PBI Per Cápita:	0.04
Tasa de Crecimiento Anual:	34
Moneda:	US Dolar
Sistema Cambiario:	Reserva Federal
Clima:	Calido en verano, frio en invierno
Voltaje Eléctrico:	120
Pesos y Medidas:	Sistema inglés
Días Festivos:	4 de julio
Códigos Telefónicos:	001
Grabar	



Selección de Mercado



About CIA
Careers
Offices of CIA
News & Information
Library
Kids' Page
Contact CIA

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY

THE WORK OF A NATION. THE CENTER OF INTELLIGENCE.

Search



Play Movie 

Text Version > | Get Flash Player >

Featured Story

A Look Back ... Marlene Dietrich: Singing for a Cause

Marlene Dietrich is best known as the first German actress to flourish in Hollywood; however, she made a significant contribution to the war effort using her talents. During World War II, Dietrich recorded a number of anti-Nazi albums in German for the Office of Strategic Services (the forerunner of today's CIA). The albums were a part of an effort by the OSS' Morale Operations Branch to create propaganda that would lower the morale of German soldiers. Dietrich's song "Lilli Marlene" was particularly successful in dampening the spirits of the Germans. [more>](#)

What's New

October 23 - Updated *Chiefs of State and Cabinet Members of Foreign Governments*. [more >](#)

October 10 - Posted CSI Graduate Studies Program to CIA Careers.

September 19 - CIA's Hayden Lauds Marine General's Contributions.

September 17 - Posted *Studies in Intelligence*, Vol. 52, No. 3.

[View all recent updates](#)

Quick Links

- World Factbook
- World Leaders
- Today's CIA
- Studies in Intelligence
- Diversity
- RSS 

Mission

The Central Intelligence Agency (CIA) is an independent US Government agency responsible for providing national security intelligence to senior US policymakers.

For more on the Agency's mission, visit our [Strategic Intent](#).

Iraqi Rewards Program

البنكافآت

Showcase

Take a step inside the CIA through our [Headquarters Tour](#). Stroll down the [CIA Museum](#) corridor to see some of our artifacts. And learn about the CIA's history in our [Interactive Timeline](#).

Privacy Copyright Site Policies USA.Gov FOIA DNI.Gov NoFEAR Act Contact CIA Site Map

www.cia.gov



CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY

THE WORK OF A NATION. THE CENTER OF INTELLIGENCE.

[CIA Home](#)[About CIA](#)[Careers](#)[Offices of CIA](#)[News & Information](#)[Library](#)[Publications](#)[The World Factbook](#)[World Leaders](#)[CIA Maps & Publications](#)[Additional Publications](#)[Center for the Study of Intelligence](#)[Freedom of Information Act Electronic Reading Room](#)[Kent Center Occasional Papers](#)[Intelligence Literature](#)[Reports](#)[Related Links](#)[Kids' Page](#)[Contact CIA](#)

Mission

The Central Intelligence Agency (CIA) is an independent US Government agency responsible for

Publications

THE WORLD FACTBOOK

[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 266 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, and a Standard Time Zones of the World map.

[REGIONAL MAPS](#)[FLAGS OF THE WORLD](#)[GUIDE TO COUNTRY COMPARISONS](#)[DID YOU KNOW?](#)

WHAT'S NEW :: Today is: Tuesday, August 18

July 20, 2009 - Latest updates include changes to the chief of state or head of government in Bosnia and Herzegovina, Croatia, Lithuania, and Panama. New photographs have been added for Spain, Portugal, Gibraltar, and South Africa.

July 01, 2009 - With the launch of the new Web site, the former "Rank Order" function was renamed "Country Comparisons." The link to Country Comparisons may be found under the References tab. In addition, many of the regional reference maps now incorporate both elevation and vegetation on landmasses, and bathymetry for ocean areas. Statistics for "Unemployment rate" and "Inflation rate (consumer prices)" now include two year's worth of data.

June 08, 2009 - Completely redesigned website - presenting a cleaner look, improved navigation, and a host of added



CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY

THE WORK OF A NATION. THE CENTER OF INTELLIGENCE.

[CIA Home](#)[About CIA](#)[Careers](#)[Offices of CIA](#)[News & Information](#)[Library](#)[Publications](#)[The World Factbook](#)[World Leaders](#)[CIA Maps & Publications](#)[Additional Publications](#)[Center for the Study of Intelligence](#)[Freedom of Information Act Electronic Reading Room](#)[Kent Center Occasional Papers](#)[Intelligence Literature](#)[Reports](#)[Related Links](#)[Kids' Page](#)[Contact CIA](#)

Mission

The Central Intelligence Agency (CIA) is an independent US Government agency responsible for

Publications

THE WORLD FACTBOOK



--- SELECT A COUNTRY OR LOCATION ---

[ABOUT](#)[REFERENCES](#)[APPENDICES](#)[FAQs](#)[CONTACT](#)[VIEW TEXT/LOW BANDWIDTH VERSION](#)
[DOWNLOAD PUBLICATION](#)

NORTH AMERICA :: UNITED STATES

[PRINT](#)

PAGE LAST UPDATED ON JULY 30, 2009



(CONTAINS DESCRIPTION)



CLICK FLAG OR MAP TO ENLARGE



« [VIEW 43 PHOTOS](#) OF UNITED STATES



CLICK MAP TO ENLARGE

[EXPAND ALL](#) | [COLLAPSE ALL](#)

Introduction :: UNITED STATES



Geography :: UNITED STATES



Location:



North America, bordering both the North Atlantic Ocean and the North Pacific Ocean, between Canada and Mexico

Geographic coordinates:



27 de Octubre de 2008

Buscar:

Toda la Web

Ir

[Sistema Estadístico Nacional](#)

[INEI](#)

[¿Quiénes Somos?](#)

[Transparencia](#)

[Metodologías y Estándares](#)

[Escuela INEI](#)

[Investigaciones](#)

[Servicios en Línea](#)

[INEI en los medios](#)

[Boletines](#)

[Enlaces](#)

CALENDARIO DE DIFUSIÓN
Informes Técnicos

Portal del Estado Peruano

Portal de Servicios
al Ciudadano y Empresas

PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL
PARA EL DESARROLLO
ESTADÍSTICO 2008-2012

ESTRATEGIA
CRECER

Nuestras Actividades

[Ver más](#)

» **INEI PRESENTÓ LAS CIFRAS DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL, IPC A NIVEL NACIONAL Y EMPLEO EN LIMA METROPOLITANA**



El Jefe del Instituto Nacional de Estadística e Informática, Mg. Renán Quispe Llanos presentó en Conferencia de Prensa, las cifras correspondientes a la Producción Nacional del mes de agosto; así como del Índice de Precios al Consumidor a nivel nacional del mes de setiembre y la Situación del Mercado Laboral en Lima Metropolitana del trimestre móvil Julio-agosto-setiembre.

Notas de Prensa

[Ver más](#)

» **Producción de agua potable aumentó en Lima Metropolitana**

La producción de agua potable en Lima Metropolitana, en agosto del presente año, alcanzó 52 millones 698 mil 200 metros cúbicos, incrementándose en ...

» **Crece la producción de cebolla en 123,7% en Arequipa**

En agosto del presente año, la producción de cebolla en Arequipa alcanzó las 78 mil 647 toneladas, volumen superior en 123,7% a la

Encuestas y Registros

- » Encuesta Nacional de Trabajo Infantil
- » Encuesta Nacional de Hogares
- » Encuesta Permanente de Empleo
- » Encuestas Mensuales de Servicios
- » Registro Nacional de Municipalidades - RENAMU
- » Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares 2008-2009 - ENAPREF
- » Vaso de Leche
- » Encuestas Económicas
- » ENDES Continua
- » Empresas Omisas

IV CENSO NACIONAL ECONÓMICO 2008
EN MARCHA

CENSOS NACIONALES 2007

ÚLTIMAS PUBLICACIONES
Nacionales 2007 en Software

Últimos Datos

[Población Total](#)

2007 **28 220 764 Hab.**



nuevo



[Precios al Consumidor x Dptos](#)



[Microdatos](#)



[Banco de Información Distrital](#)



[Cifras de Pobreza](#)

Av. Gral. Garzón 654 - 658, Jesús María Lima-Perú

Teléfono: 433-4223 - Fax: 431-1340

infoinei@inei.gob.pe

27 de Octubre de 2008

Buscar:

Toda la Web

Ir

[Sistema Estadístico Nacional](#)

[INEI](#)

[¿Quiénes Somos?](#)

[Transparencia](#)

[Metodologías y Estándares](#)

[Escuela INEI](#)

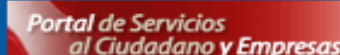
[Investigaciones](#)

[Servicios en Línea](#)

[INEI en los medios](#)

[Boletines](#)

[Enlaces](#)



Enlaces

Enlaces

Elija Opción: Institutos de Estadística

América

- ▶ ARGENTINA (Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC)
- ▶ BOLIVIA (Instituto Nacional de Estadística INE)
- ▶ BRASIL (Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística - IBGE)
- ▶ CANADA (Statistics Canada)
- ▶ CANADA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA)
- ▶ COLOMBIA (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE)
- ▶ COSTA RICA (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC)
- ▶ CHILE (Instituto Nacional de Estadísticas - INE)
- ▶ ECUADOR (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC)
- ▶ ESTADOS UNIDOS (U.S. Bureau of the Census)
- ▶ ESTADOS UNIDOS (U.S. Bureau of Labor Statistics)
- ▶ ESTADOS UNIDOS (Department of Commerce - STAT-USA)
- ▶ GROENLANDIA (Statistics Greenland)
- ▶ GUATEMALA (Instituto Nacional de Estadística - INE)
- ▶ JAMAICA (Statistical Institute of Jamaica - STATIN)
- ▶ MEXICO (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática - INEGI)
- ▶ PARAGUAY (Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos - DGEEC)
- ▶ PERU (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI)
- ▶ REPUBLICA DOMINICANA (Oficina Nacional de Estadística - ONE)
- ▶ SANTA LUCIA (Oficina Central de Estadística)
- ▶ URUGUAY (Instituto Nacional de Estadística - INE)
- ▶ VENEZUELA (Instituto Nacional de Estadística - INE)
- ▶ BARBADOS (Barbados Statistical Services)

Lista Completa de los Días festivos en el Mundo hasta 2070

¡Bienvenidos www.dias-festivos.com!

En este sitio encontrará la lista de los días en que los bancos están cerrados por razones religiosas o nacionales. Además, figuran las celebraciones principales (elecciones, huelgas, festivales, ferias y salones, manifestaciones deportivas o culturales de alcance internacional...) así como las vacaciones escolares y el cierre de las bolsas en muchos países.

Con el **SERVICIO GRATUITO** puede consultar los datos correspondientes a la fecha actual. EL **SERVICIO DE PAGO EN LÍNEA** le permite consultar los datos correspondientes a los años pasados y futuros (hasta 2050).

EL **SERVICIO PRO** le permite recibir ficheros editados (de 1970 hasta 2070) según sus necesidades, verificados y acompañados de un correo electrónico de alerta en caso de detectar cualquier cambio a lo largo del año. **DEBE ABONARSE OBLIGATORIAMENTE AL SERVICIO PRO** para todo uso profesional o en el caso de que quiera obtener los derechos de redifusión. EL **SERVICIO A MEDIDA** se ocupa de sus necesidades particulares (Ej. todo lo que se celebra en una región y fecha determinadas).

Algunos comentarios fueron traducidos automáticamente.

Seleccione su lenguaje:



**Traduce
sus documentos
y su sitio web
en sesenta idiomas.**

[Estadísticas](#) / [Clientes](#) / [Comunicado de Prensa](#) / [Acuse de recibo](#) / [Rechazo](#) / [Mapa del sitio](#)

desarrollo multilingüe y hospedaje [Edit - Easy Does I.T.](#) © 1997-2010 - 50 rue Miromesnil, 75008 Paris, Francia

Internet & Traducción. Todos los derechos reservados.



**DIAS FESTIVOS
EN EL MUNDO**

www.dias-festivos.com

Ultima actualización

miércoles 25 agosto

Seleccione su lenguaje:



Español

Años pasados y futuros
(servicio de pago)



Añadir a favoritos

Bienvenido a dias-festivos.com.
¡Tome el pulso al mundo!

1970 - 2070: dias-festivos.com dispone de un siglo de datos (ya sean archivos o previsiones).
Un sitio global de información local- edit@edit.fr



Uruguay (Rep. Oriental del), ¡Hoy es su fiesta nacional! EDIT le desea todo lo mejor.

DIAS FESTIVOS

Bancos

Bursátiles

Escolares

Fiestas
nacionales

Religiones

Elecciones

Zodiac

Cultura

Cultura: todos

Acontecimientos

Hoy

Elija un día

Ferias

Ferias: todas

Deportes

Deportes: todos

Continente/Mes

Descargar

Icono dias
festivos

La señal luminosa indica que hoy es día festivo en esta región. Haga clic sobre cualquier país para ver las vacaciones de este año.



☒ Hoy ☐ Dias festivos ☐ Bancos ☐ Bursátiles ☐ Escolares
☐ Cultura ☐ Acontecimientos ☐ Ferias ☐ Deportes

¿Cambio de fecha o de nueva fecha en su país? Infórmenos AQUÍ (si lo publicamos, le daremos un crédito de 50 euros en nuestro servicio para empresas).

¿NECESITAN UNA TRADUCCION PROFESIONAL?

Exigencias del Producto en el Mercado Objetivo

www.mincetur.gob.pe

MINCETUR > Comercio Exterior

Página

Seguridad



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Mincetur

Comercio Exterior

Turismo

Artesanía

Casinos y Tragamonedas

Prensa y Actividades

Transparencia

Contáctenos

Intranet

 Inicio

Funciones y Normatividad

- Plan Exportador
 - Plan Nacional - PENX
 - Plan Regional - PERX
- Acuerdos Comerciales
- Estadísticas y Publicaciones
- Proyectos
- Certificados de Origen
- Enlaces de Interés
- Eventos

Comercio Exterior



Debido a la creciente globalización económica, la participación de las exportaciones con respecto al PBI mundial ha crecido significativamente. El crecimiento del sector exportador mejora la balanza de pagos y los indicadores de vulnerabilidad externa, lo cual tiene un impacto significativo en la disminución del riesgo-país y la atracción de inversión.

En consecuencia, siendo más competitivos en mercados cada vez más globalizados se logrará generar empleo a niveles de calidad y cantidad necesarios para elevar de manera permanente el bienestar de la población.

Asimismo, a través de la introducción a un mayor desarrollo tecnológico se logra un impacto positivo sobre el empleo, tanto en su cantidad como en su calidad, como consecuencia de la acumulación de conocimiento y capital humano.

Por otro lado, permite a los consumidores tener acceso a una mayor variedad y calidad de productos, a más bajo precio. El incremento del intercambio comercial con el exterior genera una mejora de la calidad de vida de la población.



tratado de libre comercio
PERU - EE.UU



prom
perú

APEC PERU
2008

Ventana Única de Comercio Exterior
vuce
Perú



Publicaciones

- ▶ Análisis de Productos
- ▶ Estudios
- ▶ Seminario "NEW"
- ▶ Manual Docente
- ▶ Texto Escolar

Artículos

Desarrollo
Regional
Exportador

Siguiendo el
modelo de
desarrollo de
Singapur: Una
Guía para hacerlo
en el Perú

**Min
cetur**

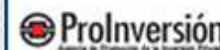


VISION

Perú, país exportador de una oferta de bienes
y servicios competitiva, diversificada
y con valor agregado



Enlaces de Interés



Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas

<http://export.promperu.gob.pe/calidad/>



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.

[CONSULTA RAPIDA](#)[CONSULTA AVANZADA](#)[PLAGUICIDAS REGISTRADOS EN EL PERÚ](#)[GLOSARIO DE TÉRMINOS](#)[CONTÁCTENOS](#)

CONSULTA RAPIDA

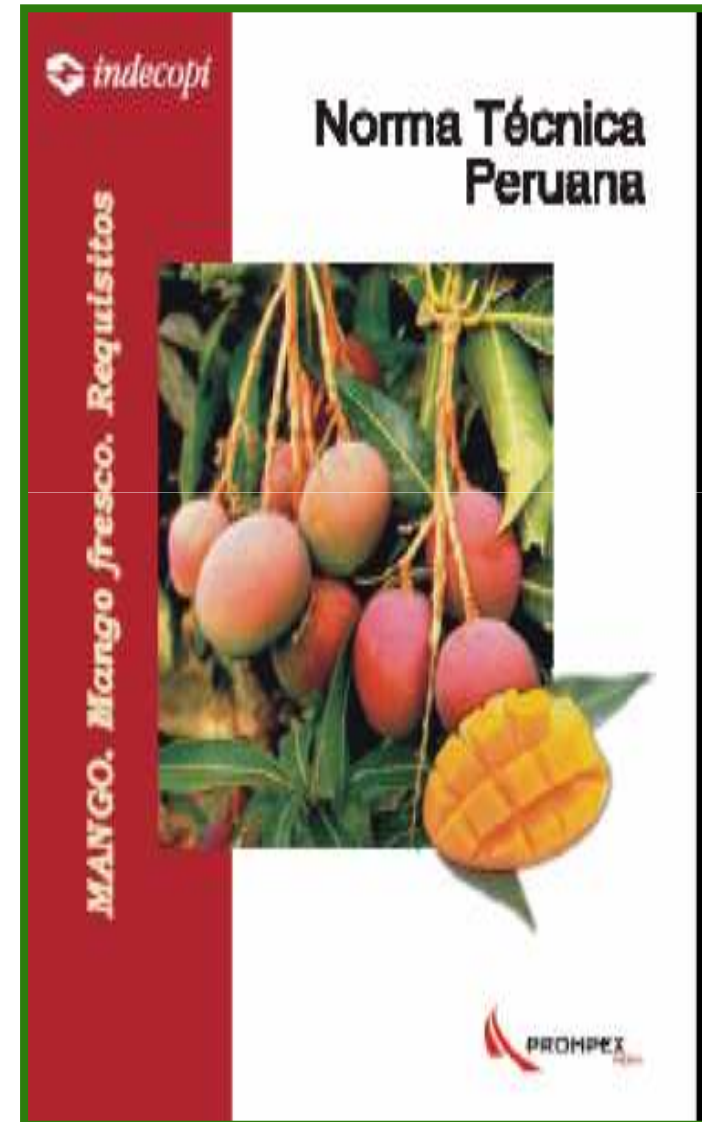
Registro de carga de datos al Módulo de Consultas LMR Datos, actualizado al 01 de Mayo de 2009.

	CANADA	CODEX	COLOMBIA	UNION EUROPEA	REINO UNIDO	JAPON	MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	VENEZUELA
ESPARRAGO	LMR	LMR		LMR	LMR	LMR	LMR	LMR	
MANGO FRESCO	LMR	LMR		LMR	LMR	LMR		LMR	
ALCACHOFA	LMR	LMR		LMR	LMR			LMR	
UVA DE MESA	LMR	LMR	LMR	LMR	LMR			LMR	LMR
CEBOLLAS	LMR	LMR	LMR	LMR	LMR	LMR		LMR	
PALTAS (AGUACATES)	LMR	LMR		LMR	LMR			LMR	
MANDARINA	LMR	LMR		LMR	LMR			LMR	LMR
CAFE		LMR		LMR	LMR	LMR			
NARANJAS	LMR	LMR		LMR	LMR			LMR	
TANGELO				LMR	LMR			LMR	
PIMIENTOS	LMR	LMR		LMR	LMR		LMR	LMR	
ARVEJAS CHINAS (Snow Peas)	LMR	LMR		LMR	LMR			LMR	

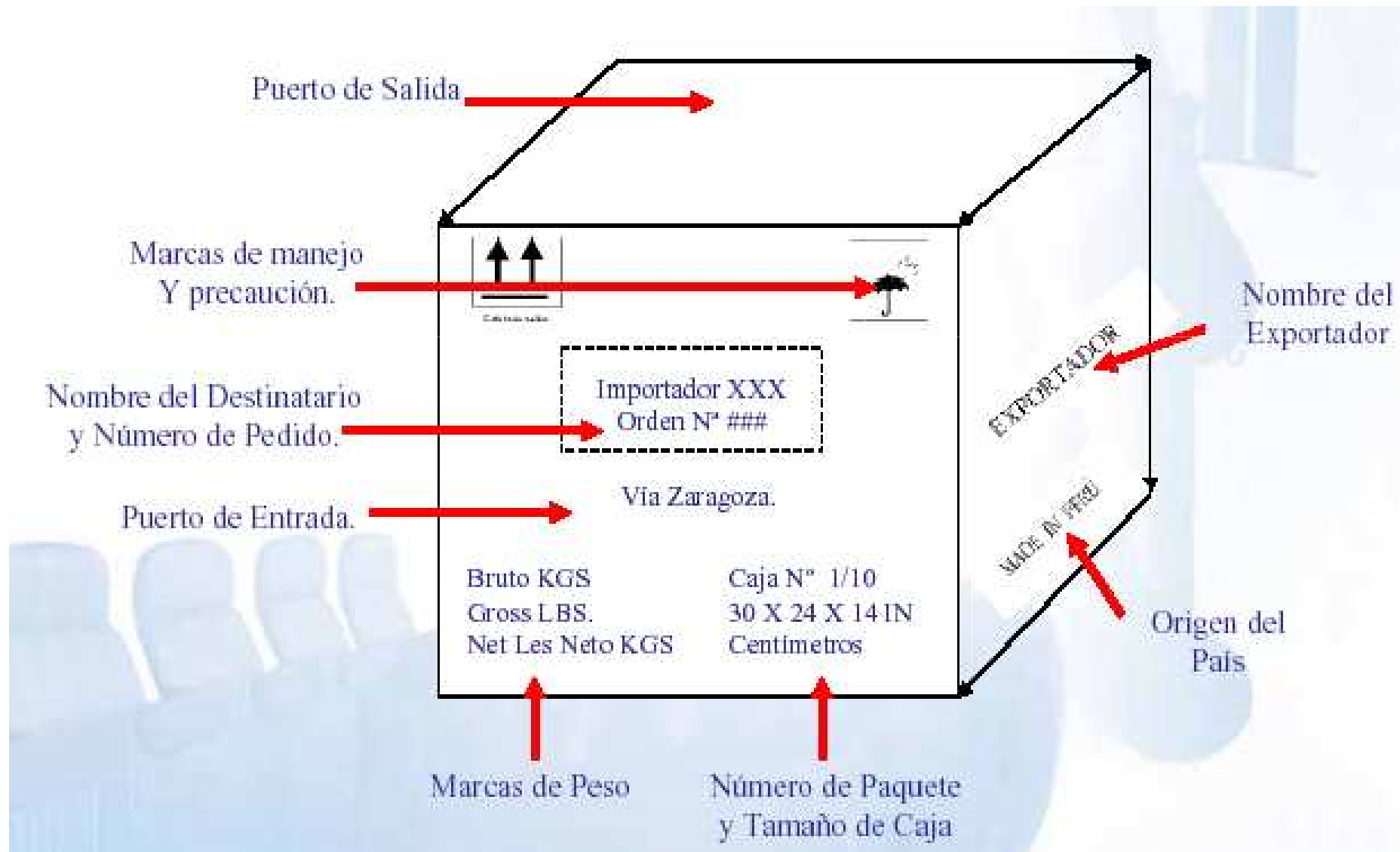
Fuentes de Información

Consideraciones para la exportación...

- Variedad
- Volumen
- Calibre
- Calidad
- Global GAP
- Post cosecha
- Requisitos sanitarios



Marcado de embalajes





Medición de Mercado

**Perfil del Consumidor,
segmentación demográfica
Medición del Mercado**



Medición de Mercado

Es imposible conocer a detalle todas las características de un mercado disponible, es necesaria la búsqueda de herramientas que nos permitan analizar el mercado de manera más sencilla.

Tomamos como universo a los habitantes de un país determinado; a partir de ese universo podrán determinarse subgrupos de acuerdo con características específicas, por ejemplo, mujeres argentinas que vivan en ciudades grandes y que tengan entre 15 y 49 años; este subgrupo, que pertenece al universo de habitantes de Argentina, es un segmento de mercado

Ventajas:

- Certidumbre en el tamaño del mercado
- Claridad al establecer planes de acción
- Identificación de los consumidores y sus costumbres
- Simplificación en la estructura de marcas
- Facilidad para actividades de promoción



Medición de Mercado

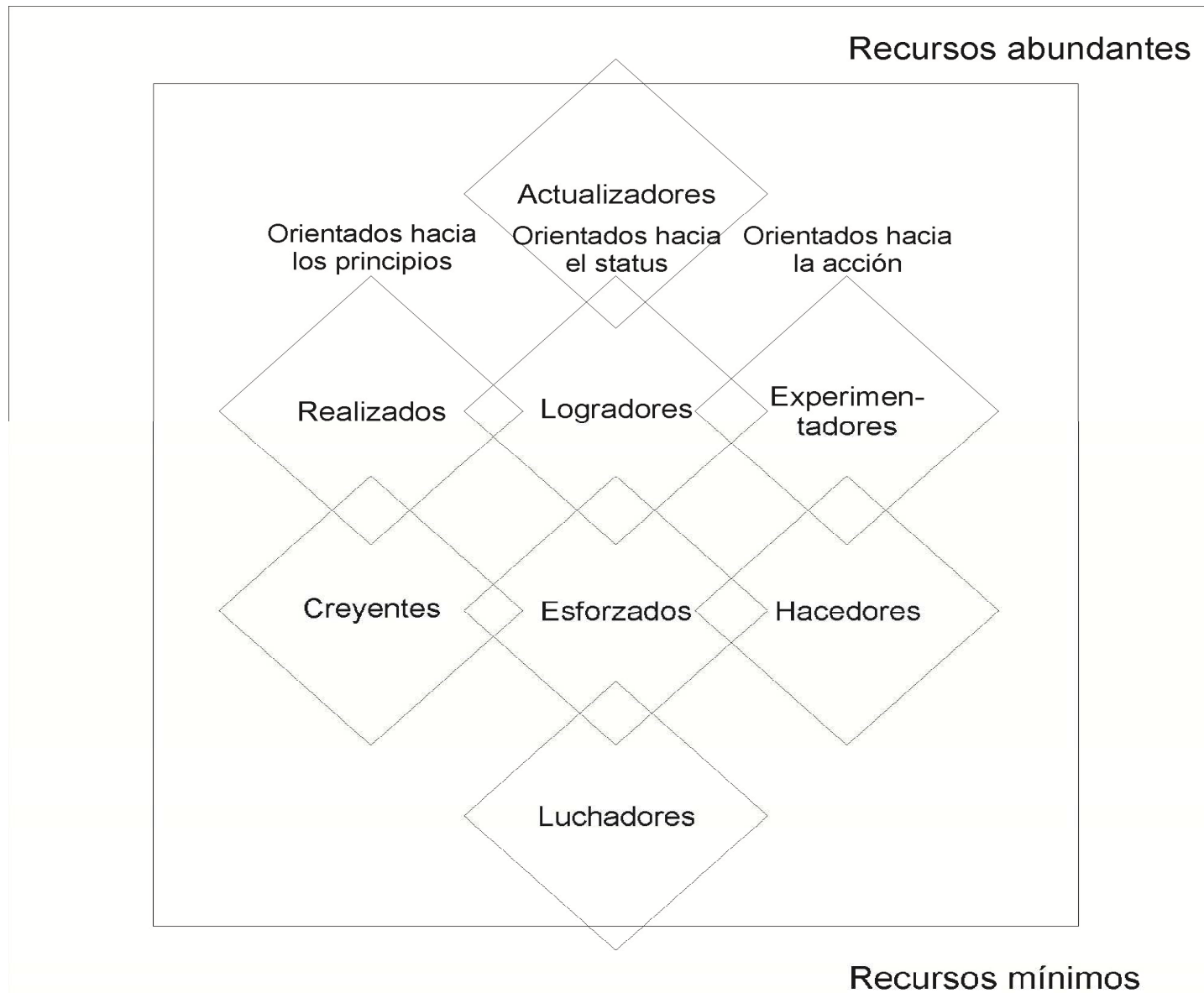


El segmento de mercado debe de ser medible, el segmento de mercado debe ser susceptible a la diferenciación, debe ser accesible, susceptibles a las acciones planeadas, debe ser rentable

Segmentación Demográfica
Segmentación Geográfica
Segmentación Psicográfica



Medición de Mercado





Medición de Mercado

Usamos el método de la razón de la cadena esto nos permitirá una medición fina.

Identificamos datos de la Segmentación Demográfica, Geográfica y Psicográfica.

$$Q=nqp$$

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\$)



Medición de Mercado

CASO

La empresa Alpakita SA desea exportar al mercado Francés - París, **PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE ALPACA**, cuya partida arancelaria es 4303.10.10.00, para esto la empresa Alpakita SA desea obtener el mercado meta.

Paso 1: Para usar el método de la razón de la cadena tenemos que hallar la población objetivo para esto usaremos segmentaciones:

- Segmentación Demográfica.
- Segmentación Geográfica
- Segmentación Psicográfica



Medición de Mercado

CASO

Paso 2: Una vez identificado las segmentaciones encontraremos el porcentaje de la población para encontrar el número de compradores

- Por sexo y edad para nuestro ejemplo:

Sexo	%	Habitante
Hombres	49%	1 016 146
Mujeres	51%	1 057 622

Las edades fluctúan entre 20 y 30 años, siendo un 19% del Total de la población de la zona Geográfica elegida.

Son un total de 2 073 768 habitantes del cual 200 948 cumple con los requerimientos de género y rango de edades seleccionadas representando éstos un 9.7% del total.



Medición de Mercado

CASO

Nivel Socio Económico:

Nivel SE	%	Habitante
A	2%	
B	16%	331 803
C	20%	414 754
D	25%	518 442
E	4	
F	10	
G	16	
Total	61	1 264 994

Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 122 578 cumplen con los requerimientos de Niveles Socioeconómicos y los anteriores seleccionados representando en conjunto 5.91% del total de la población



Medición de Mercado

CASO

Estado Civil:

Estado Civil	%	Habitantes
Unión Libre	30	622 130
Segundas Nupcias	10	207 377
Divorcios	18	
Viudos	4	
Solteros	18	
Casados	20	414 754
Total	60	1 244 261

Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 73 546 cumplen con los requerimientos de Estados Civiles y los anteriores seleccionados representando en conjunto 3.55% del total de la población



Medición de Mercado

CASO

Nivel de Instrucción:

Nivel Instrucción	%	Habitante
Ninguno	1	
Estud. Secund. Com	25	518 442
Estud. Secund. Ico	10	
Form. Técnica	18	373 278
Universitaria	20	414 754
Básica	26	
Total	63	1 306 474

Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 46 333 cumplen con los requerimientos de Nivel de Instrucción y los anteriores seleccionados representando en conjunto 2.23% del total de la población.



Medición de Mercado

CASO

Estilo de Vida:

Estilo de Vida	%	Habitante
Actualizadores	20	414 754
Realizados	13	
Triunfadores	37	767 294
Competidores	6	
Experimentados	3	
Hacedores	6	
Luchadores	15	311 065
Total	72	1 493 113

Porcentaje de Mujeres que cumpliendo con todas las características anteriormente definidas tienen la verdadera disposición de compra 65%. Son un total de 2 073 768 habitantes de caracas del cual 21 774 cumplen con los requerimientos de Nivel de Instrucción y los anteriores seleccionados representando en conjunto 1.05% del total de la población



Medición de Mercado

CASO

Paso 3: Una vez obtenido el número de compradores del mercado y la cantidad comprada por un comprador medio al año podemos usar la fórmula para obtener nuestra medición fina.

Método de la Razón de la Cadena.

$$Q = nqp$$
$$Q = (21\ 774)(0.839)(100) = 1\ 826\ 885.7$$

Donde:

Q= Demanda Total del Mercado.

n= 21 774

q= 0.839

p= 100 (US\$)



Medición de Mercado

CASO

Paso 4: Interpretación

La población de Mujeres de París (Francia), cuyas edades fluctúan entre 20 y 30 años que pertenecen a los niveles socioeconómicos B, C y D de estado civil Unión Libre, Segundas Nupcias y Casados con niveles de instrucción Estudios Secundarios Completos, Formación Técnica y Universitaria y estilos de vida Actualizadores, Triunfadores y Luchadores, son un total de **21,774** habitantes representando el 1.05% de la población total y tienen las características para comprar 430310 PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR DE ALPACA, siendo el valor total de la demanda igual a **US\$ 1 826 885.7**



Análisis de la Competencia

- **El análisis de la competencia ayuda a desarrollar mejores planes a través del énfasis de las ventajas y de minimizar las desventajas.**
- **Competidores Directos:** En muchas ocasiones nuestros competidores directos son nuestro las empresas compradoras nacionales a quienes le vendemos nuestros producto.
- **Competidores Indirectos:** Aquellas que ven la oportunidad de convertir sus productos a los productos que estamos ofreciendo.



Análisis de la Competencia

- **Factores en el Análisis de la Competitividad**

- **Nivel de Ventas**
- **Porcentaje de Mercado**
- **Estructura de Precio**
- **Clientes y Servicios de Cliente**
- **Método de Distribución**
- **Tiempo de Entrega**
- **Costos**
- **Calidad**
- **Innovación**
- **Tecnología**
- **Experiencia**



Análisis de la Competencia

Existe diversas maneras de conocer a nuestros competidores tales como:

Ferias Nacionales e Internacionales

Ruedas de Negocio

Seminarios, Talleres

Proveedores

Clientes Comunes

Las noticias de Prensa

Los transportistas



Análisis de la Competencia

- **Factores en el Análisis de la Competitividad**

- **Nivel de Ventas**
- **Porcentaje de Mercado**
- **Estructura de Precio**
- **Clientes y Servicios de Cliente**
- **Método de Distribución**
- **Tiempo de Entrega**
- **Costos**
- **Calidad**
- **Innovación**
- **Tecnología**
- **Experiencia**



Análisis de la Competencia



Su éxito está en la feria.

Asociación alemana del Sector de Ferias y Exposiciones

[Home](#) [Sitemap](#) [Contact](#) [Download](#) [Publications](#)

Suche



[deutsch](#) [english](#) [français](#)

Datos de Ferias
[alemania](#)
[mundo entero](#)
[Addresses/Links](#)

[Key Figures](#)
[Marketing](#)
[Trade Fair Participation](#)
[Medidor de Rentabilidad](#)
[Trade Fair Library](#)
[Press](#)
[AUMA-Events](#)
[About us](#)

AUMA_Asociación alemana del sector de ferias y exposiciones ■ AUMA es la asociación cúpula de las ferias alemanas. En su condición de lobby representa los intereses de las ferias alemanas frente al Gobierno y al Parlamento y también frente a la Comisión de la UE. En colaboración con los ministerios federales coordina las actividades alemanas en las ferias que se celebran en el extranjero. AUMA se ocupa del marketing para las ferias y apoya el marketing internacional de los organizadores alemanes de ferias, para elevar la internacionalidad de los certámenes feriales alemanes.

Servicios ■ En su **banco de datos** y en diversas publicaciones, AUMA informa sobre fechas, oferta así como cifras de expositores y visitantes de ferias y exposiciones en Alemania y en todo el mundo. De este modo facilita los preparativos feriales de las empresas que participan como expositores o visitantes. Se pueden consultar los datos de 5.000 certámenes, en cuatro idiomas: alemán, inglés, francés y español. La [Unión Europea](#) mantiene un link oficial en su página web recomendando el uso del banco de datos de AUMA.

[Ferias en Alemania](#) [Ferias en el mundo entero](#)

Medir la eficiencia ■ Con el [Medidor Rentabilidad Ferial](#) los expositores podrán calcular en línea la relación entre los costes y la utilidad de su participación en la feria.

Otras informaciones ■ de AUMA sobre participaciones en ferias, en Alemania y en el exterior, avisos para expositores y noticias actuales del sector se pueden consultar en la página web, en alemán e inglés.

German trade fair industry



[facts, functions, perspectives](#)
[\[continue\]](#)



Medir la eficiencia





Análisis de la Competencia



Su éxito está en la feria.

Asociación alemana del Sector de Ferias y Exposiciones

[Home](#) [Sitemap](#) [Contact](#) [Download](#) [Publications](#)

Suche

[deutsch](#) [english](#) [français](#)

Datos de Ferias

[alemania](#)

[▼ mundo entero](#)

[Addresses/Links](#)

[Key Figures](#)

[Marketing](#)

[Trade Fair Participation](#)

[Medidor de Rentabilidad](#)

[Trade Fair Library](#)

[Press](#)

[AUMA-Events](#)

[About us](#)

Ferias en el mundo entero | [recomendación para la búsqueda](#)

☐ Programa de Participaciones de Alemania en las ferias extranjeras



☐ Feria realizada por organizador aleman en el exterior



año

mes

título

organizador

ciudad

país

continentes

sectores industriales 01...99

palabras de búsqueda de sector



Análisis de la Competencia

[Home](#) [Sitemap](#) [Contact](#) [Download](#) [Publications](#)

Suche



[deutsch](#) [english](#) [français](#)

Datos de Ferias

[alemania](#)

▼ [mundo entero](#)

[Addresses/Links](#)

[Key Figures](#)

[Marketing](#)

[Trade Fair Participation](#)

[Medidor de Rentabilidad](#)

[Trade Fair Library](#)

[Press](#)

[AUMA-Events](#)

[About us](#)

Ferias en el mundo entero | [recomendación para la búsqueda](#)

☐ Programa de Participaciones de Alemania en las ferias extranjeras



☐ Feria realizada por organizador aleman en el exterior



año

2009
2010
2011
2012
2013

mes

enero
febrero
marzo
abril
mayo

título

organizador

ciudad

Aberdeen
Abi Dhabi
Abuja
Acapulco
Accra

país

Afganistán
Albania
Alemania
Angola
Arabia Saudí

continentes

Europa
África
Asia
Norteamérica
Latinoamérica

sectores industriales 01...99

8: Bancos, inversiones, bienes inmuebles
9: Técnicas y maquinaria de la construcción, terminación de interiores
10: Confección
11: Iluminación
12: Minería

palabras de búsqueda de sector

accesorios (34)
accionamiento (55)
aceros (35)
aeronáutica (53)
aeropuertos, construcción de (53)

☒ cronológica ☐ geográfica

ica

Buscar

Reset



Análisis de la Competencia



Su **éxito** está en la feria.

Asociación alemana del Sector de Ferias y Exposiciones

[Home](#) [Sitemap](#) [Contact](#) [Download](#) [Publications](#)

Suche

[deutsch](#) [english](#) [français](#)



Datos de Ferias

[alemania](#)

▼ [mundo entero](#)

[Addresses/Links](#)

[Key Figures](#)

[Marketing](#)

[Trade Fair Participation](#)

[Medidor de Rentabilidad](#)

[Trade Fair Library](#)

[Press](#)

[AUMA-Events](#)

[About us](#)

Ferias en el mundo entero | [recomendación para la búsqueda](#)

Criterios de búsqueda: 2010, 2011, Europa, 10: Confección

100 resultados

◀ [volver a búsqueda](#)

[confirmar elección](#) ▶

☐ elección de todas las fechas feriales (max. 20)



☐ 09.01.- 10.01.2010 [Fest- und Hochzeitsmesse](#)
Zürich (Suiza)

☐ 12.01.- 15.01.2010 [PITTI IMMAGINE UOMO](#)
Firencia (Italia)

☐ 15.01.- 17.01.2010 [Fest- und Hochzeitsmesse](#)
St. Gallen (Suiza)

☐ 16.01.- 17.01.2010 [Karlsruher Hochzeits- und Festtage - Dias de fiestas y de nupcias](#)
Karlsruhe (Alemania)

regional
spezial

☐ 21.01.- 23.01.2010 [International Istanbul Fashion Fair](#)
Estambul (Turquía)



Análisis de la Competencia



05.09.2009



☒ datos estadísticos

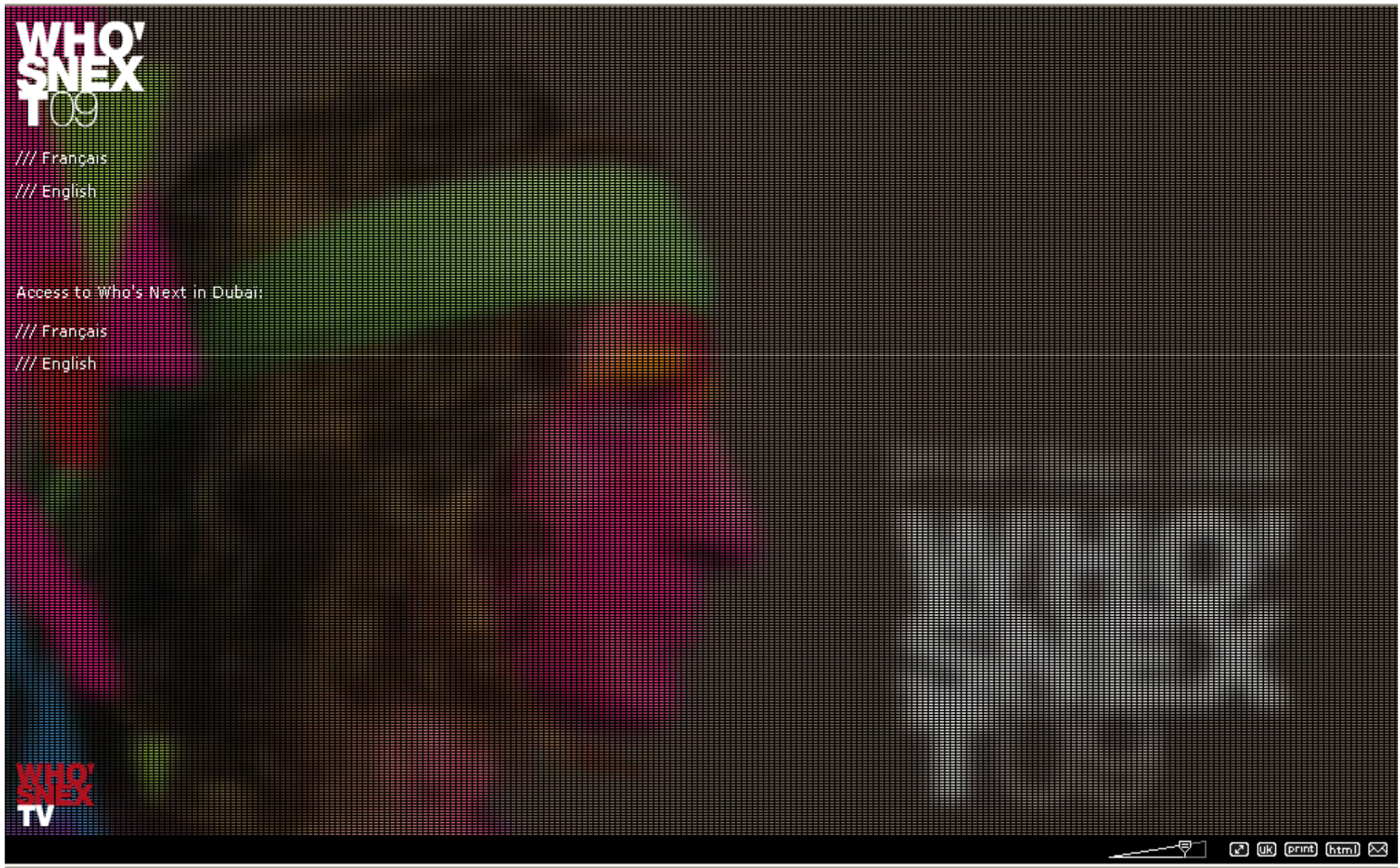
WHO'S NEXT

International Fashion Show

lugar	Paris, Francia Paris Porte de Versailles (VIPARIS)
fecha	24.01.2010 - 26.01.2010
frecuencia	dos veces anualmente
año de fundación	1994
organizador	Urban Show S.A. c/o Who's Next & Premiere Classe 27-29 rue Guenegaud 75006 Paris Fon: +33-1-401374-74 · Fax: +33-1-401374-84 equipo del proyecto info@whosnext.com www.whosnext.com
sector principal	Confección (sector 10), Piel, artículos de piel, calzado (sector 50)
segmento de la oferta	confección, accesorios de moda, calzados
horario/acceso	visitantes profesionales: todos los días 09:00-19:00 hora
actos o eventos paralelos	PREMIERE CLASSE



Análisis de la Competencia





Plan de Marketing

Plan de Acción de Mix - Marketing

4 P's del Mix de Marketing.

Producto

1. Producto y su entorno físico (empaquete)
2. Aspectos intangibles: Marca. diseños
3. Ventajas diferenciales

Plaza: Canales de distribución por utilizar:

1. Mayorista, minoristas, internet, entre otros
2. En que mercados: Regionales,
EE.UU. Europa, Asia
3. Posición relativa en el mercado
4. Condiciones de acceso al mercado

Precio

1. Fijación de Precios de Exportación

Promoción

1. Cómo hacer conocido nuestro producto.
2. Dar a conocer las ventajas que ofrece
3. Plan operativo de promoción: ferias, misiones comerciales, viajes de negocios



Muchas Gracias por su Atención

dparedes@promperu.gob.pe

www.promperu.gob.pe