

**CHARLA**

**“EXPORTACIONES. Una  
oportunidad de negocio”**

**09 de Mayo 2007**

**Organiza:**

**PROMPEX**

**Expositor:**

**Mag. Abog. Miguel A. Capuñay**

**Reátegui**

# Mag. Abog. Miguel A. Capuñay Reátegui

[macr@acareperu.com](mailto:macr@acareperu.com)

421-4530 91103406

- **Abogado por la UNMSM.**
- **Jurista en Derecho Internacional por la Universidad Estatal de Kiev, T.G. Shevchenko.**
- **Experto en Comercio Exterior por ADEX.**
- **Egresado de Maestría en Derecho de Empresa por la UPC – Lima.**
- **Docente en Comercio Internacional por la Universidad San Ignacio de Loyola, Ricardo Palma, Nacional del Callao.**
- **Ex Gerente de Capacitación de Juris Aduanas SRL.**
- **Gerente de ACARE PERU SAC. Consultoría e Intermediación en Negocios Internacionales**

# ¿POR QUE EXPORTAR?

1. Una fuente importante de ingresos para el país

Año 2006:

- Perú exportó US \$ 23,427.5 mill.
- Crecimiento de 35.6% respecto a 2005
- 6,145.1 millones US\$ más

2. Contribuye a la explotación de nuevos productos y riquezas demandadas en el exterior.

3. Posibilidad de aprovechar las preferencias arancelarias establecidas en el marco de los convenios comerciales.

# Exportaciones Peruanas Totales

(Millones de US\$ FOB)

<b>Sector</b>	<b>Dic-06</b>	<b>Variacion %</b>	<b>Ene-Dic 2006</b>	<b>Variacion %</b>
Tradicional	1961	24	18161	40
No tradicional	493	24	5266	23
<b>Total</b>	<b>2455</b>	<b>24</b>	<b>23427</b>	<b>36</b>

**Fuente: SUNAT**

**Elaboracion: PROMPEX**

<b>PAIS</b>	<b>ENE - DIC 2005</b>	<b>ENE - DIC 2006</b>	<b>VAR% 2006/ 2005</b>	<b>CONTRIB. % 2006</b>
<b>NAFTA</b>	6691.2	7447.6	11.3%	31.8%
<b>UNION EUROPEA</b>	2893.5	4497.9	55.4%	19.2%
<b>ASIA</b>	3267.5	4846.4	48.3%	20.7%
<b>CAN</b>	1097.1	1431.4	30.5%	6.1%
<b>MERCOSUR</b>	517.7	892.3	72.3%	3.8%
<b>OTROS MERCADOS</b>	1995.3	3168.4	58.8%	13.5%
<b>RESTO DE MERCADOS</b>	811.1	1146.3	41.3%	4.9%
<b>EXPORTACION TOTAL</b>	17273.4	23430.3	35.6%	100.0%
<b>TOTAL:</b>	17273.4	46860.6		

**ELABORACION: PROMPEX  
FUENTE: SUNAT**

4. Las empresas tienen la oportunidad de ampliar sus mercados en el exterior.
5. Es importante desarrollar operaciones de exportación para diversificar el riesgo de operar en un solo mercado.
6. Fortalecimiento de la imagen de la empresa y del país en general. 411 empresas nuevas.
7. En la medida que se dinamiza la exportación se requiere de una mayor cantidad de productos importados

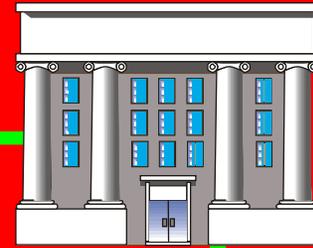
7. En toda operación de comercio internacional existe una integración de sujetos, factores y operaciones que conllevan a la obtención del producto y pago a favor del comprador y vendedor respectivamente.



BANCO



BANCO



8. La exportación no es un hecho casual. Se requiere un proceso planificado debidamente estructurado que minimice los riesgos.

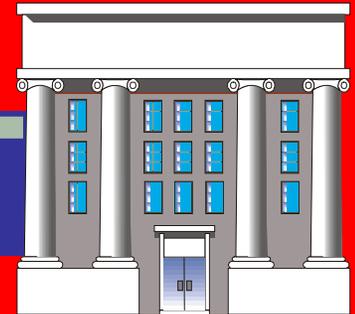
SEGUROS



CAMARA DE COMERCIO



EXPORTADOR



ADUANA

ALMAC



ADUANA

ALMAC

AGENTE DE ADUANA



SENASA



IMPORTADOR



**COMPRADOR**  
**Producto**



**VENDEDOR**

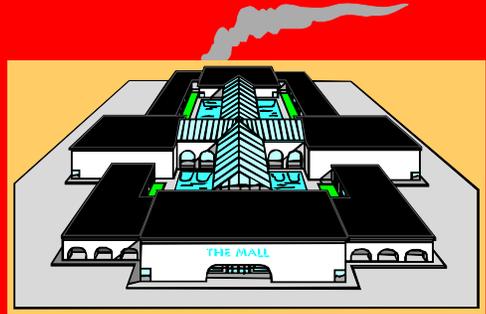
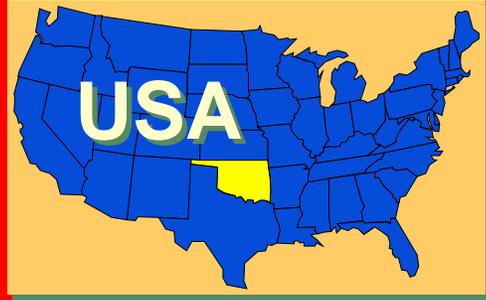
**Resultado de un buen negocio:**  
***TODOS FELICES Y CONTENTOS!***

# PARA EXPORTAR DEBEMOS DETERMINAR CLARAMENTE

*EMPRESA*

*MERCADO*

*PRODUCTO*



# EMPRESA EXPORTADORA

- **Constitución de la empresa según forma societaria elegida**
- **Elaboración de página web mínimo en dos idiomas**
- **Elaborar brochures, catalogos, muestras, fichas técnicas de los productos a exportar**
- **Evaluar posibilidad de asociarse a Gremios: Cámaras de Comercio, ADEX, SNI, PROMPEX**
- **Tomar contacto con Agregados Comerciales peruanos y extranjeros**

# **EMPRESA EXPORTADORA**

**La Empresa que desee incursionar en el mercado externo debe realizar un análisis interno de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para enfrentar el mercado nacional e internacional. Debe medir su...**

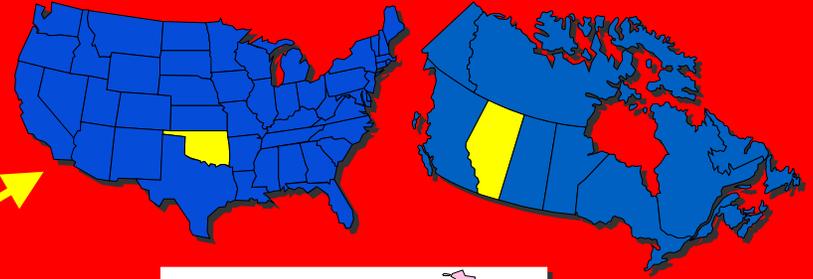
## **● CAPACIDAD EXPORTADORA**

- ❖ La evaluación de la capacidad exportadora de una empresa debe basarse en:**
- ❖ Capacidad Física – Oferta exportable**
- ❖ Capacidad Económica – Precios competitivos**
- ❖ Capacidad Financiera - Recursos**
- ❖ Capacidad Humana – Personal capacitado**
- ❖ Capacidad de Conciencia Exportadora**

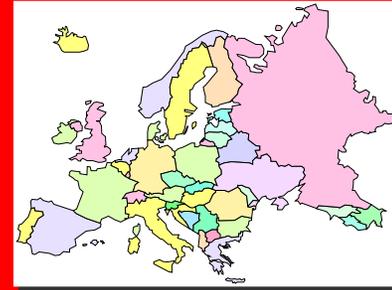
# ***“Hacia la conquista de nuevos mercados”***

**USA**

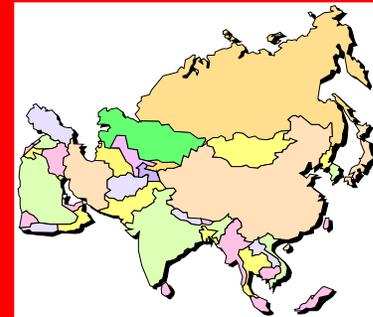
**CANADA**



**EUROPA**



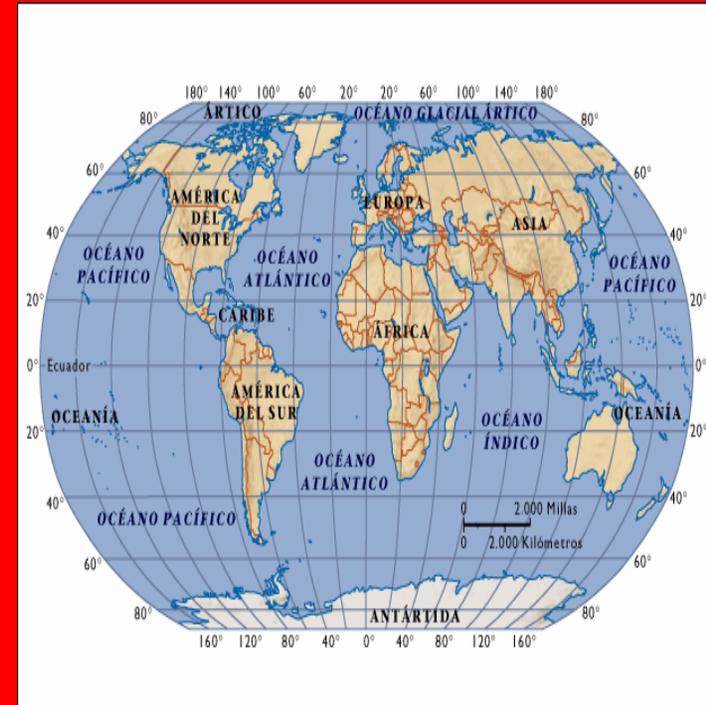
**ASIA**



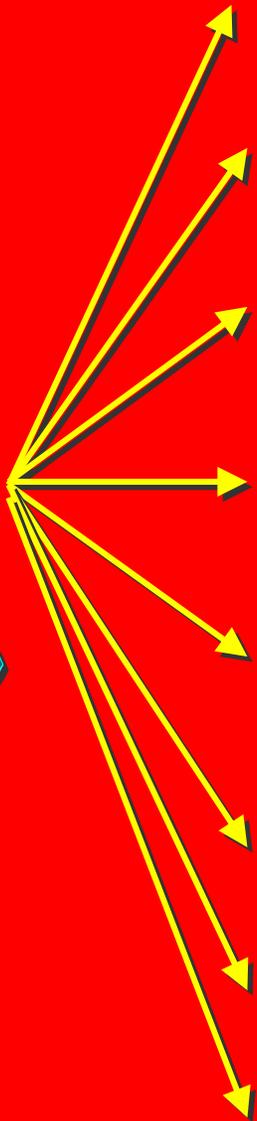
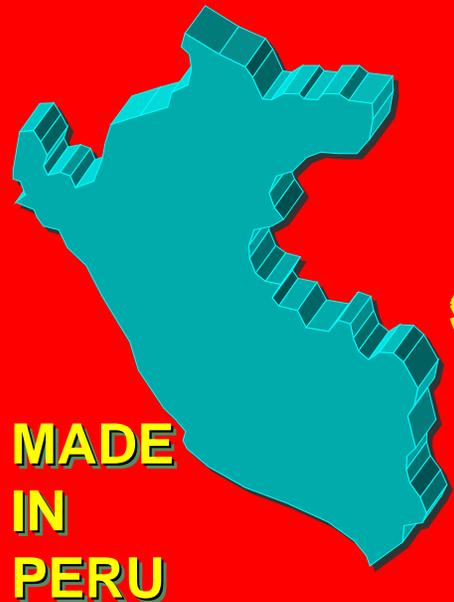
**COMUNIDAD  
ANDINA**

# En base a qué factores elegimos el Mercado Objetivo para nuestros productos?

- ✓ Para seleccionar el mercado objetivo, el exportador debe analizar una serie de factores, tanto cualitativos como cuantitativos, con el objetivo de evaluar la conveniencia de invertir esfuerzos y recursos para penetrar en ese mercado.



# INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



**ARANCELES**

**MECANISMOS NO  
ARANCELARIOS**

**TRATO ARANCELARIO  
PREFERENCIAL**

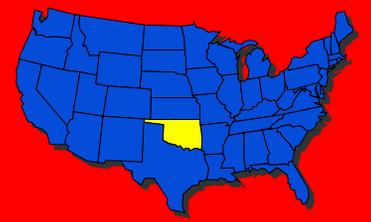
**ESTABILIDAD  
ECONÓMICA POLITICA**

**LOGISTICA INTERNL. Y  
DISTR. FISI. INTERNL.**

**CANALES DE  
COMERCIALIZACION  
INTERNACIONAL**

**COMPETENCIA INTERNA Y  
EXTERNA**

**USA**



**EUROPA**



# ¿QUÉ PRODUCTO(S) VAMOS A ELEGIR PARA EXPORTAR?

✓ Una vez analizado el entorno internacional hacia el cual tiene previsto expandir sus actividades, la empresa debe analizar sus propias capacidades para abordar los mercados externos. Solo a partir de ambos análisis, el plan de internacionalización puede orientarse a determinar las ventajas competitivas de la empresa y las oportunidades que se le ofrecen en el exterior.



# Determinación de los productos potencialmente exportables

- ✓ Verificar si el producto está restringido o prohibido de exportar
- ✓ Productos no siempre se ajustan a exigencias de consumidores.
- ✓ Adecuarlos a gustos, preferencias, tradición, cultura, religión y anatomía de consumidores.
- ✓ Aprovechar efecto *off-season*.
- ✓ Elaborar Ficha Técnica



# EXPORTACIONES RESTRINGIDAS

- Obras de Arte, Réplicas Libros más de 100 años: INC
- Químicos usados elaboración Cocaína y Pasta: MITINCI.
- Restos humanos: Ministerio de Salud.
- Especímenes de Flora y Fauna Silvestre: Ministerio de Agricultura.
- Armas, Municiones y repuestos no de guerra: DISCAMEC.
- Explosivos, Municiones uso civil: DISCAMEC.
- Cetáceos menores en cautiverio: Ministerio de Pesquería.
- Productos Restringidos en Convenios Internacionales.

# EXPORTACIONES PROHIBIDAS

- Animales vivos fauna silvestre, lobos marinos, vicuñas, chinchillas, guanacos: salvo provengan de Zoocriadero autorizado, fines de investigación o exhibición.
- Alpacas y llamas vivas que hayan obtenido premios.
- Semen de vicuña, guanaco y sus híbridos.
- Orquídeas de todas las especies silvestre: Salvo provengan de viveros o invernaderos autorizados.
- Pieles en bruto o sin aserrar, traviesas de cedro y caoba.
- Restos arqueológicos, objetos históricos y artísticos.

# Sector AGRO

▪ **Café**



▪ **Páprika**



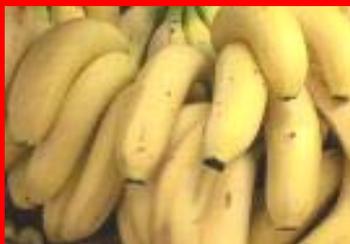
▪ **Alcachofa**



▪ **Quinua**



▪ **Bananas**



▪ **Mandarina**



▪ **Uvas**



▪ **Paltas**



# Sector TEXTIL

- T-shirt de algodón



- Camisas



- Prendas de alpaca



- Ropa para bebé



# Sector ARTESANÍA y JOYERÍA

- Cerámicas



- Joyería  
Catacaos



- Manufacturas  
de madera.



- Cuero repujado



- Cerámica de Chulucanas



# FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

- **Nombre y Código: Propio de la mercancía**
- **Descripción Genérica: Código Arancelario**
- **Características: Físico-Químicas**
- **Envase y Embalaje: Material, Dimensiones, Peso, Costo**
- **Calidad: Límites Máx. / Mín. de las características  
Requisitos de Almacenaje y Transporte.**
- **Producción/Fabricación: Tiempo. Pedido Máx. / Mín.  
Estacionalidad. Condiciones de la Cadena**
- **Costos: Producto a granel. Costo del envase,  
empaquete y embalaje usual y el de adaptación al  
mercado**
- **Observaciones y Competidores**

# FUENTES DE INFORMACIÓN PARA CONTACTAR A CLIENTES

## PÚBLICAS

**PROMPEX**  
[www.prompex.gob.pe](http://www.prompex.gob.pe)

**SUNAT**  
[www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

**AGREGADURIAS  
COMERCIALES PERUANAS  
EN EL EXTERIOR**  
[www.rree.gob.pe](http://www.rree.gob.pe)

**AGREGADURIAS  
COMERCIALES  
EXTRANJERAS EN PERÚ**

## PRIVADAS

**CÁMARAS DE  
COMERCIO BILATERALES  
y REGIONALES**

**A.D.E.X., S.N.I., COMEX  
PERU**

**CONSULTORÍAS  
PRIVADAS**

**CONTACTOS EN EL  
EXTERIOR**

**DIARIOS**

**INTERNET**

# FUENTES DE INFORMACIÓN PARA INTELIGENCIA COMERCIAL

## PÚBLICAS

### PROMPEX

PROCOM

PROMPEXSTAT

DIRECTORIO DE COMPRADORES

TRADE MAP,  
PRODUCT MAP

### SUNAT

Ingreso a DUAS de otros  
exportadores

AGREGADURIAS

COMERCIALES PERUANAS EN EL  
EXTERIOR

## PRIVADAS

### A.D.E.X

Adexdatatrade, Perfiles de  
mercados

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA  
Oportunidades comerciales en el  
exterior

### INTERNET

CONTACTOS EN EL EXTERIOR

DIARIOS, REVISTAS  
ESPECIALIZADAS