



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Cómo seleccionar el mercado de exportación

## **PLAN DE INTRODUCCION AL MERCADO INTERNACIONAL**

Doctorando Luis Enrique Méndez  
Presidente de la Cámara Peruana de Comercio Exterior

Lima, marzo de 2011

# Talleres de marketing internacional

- Cómo seleccionar el mercado de exportación
- Estrategias de ingreso a los mercados internacionales
- Cómo elaborar un Plan de Marketing Internacional (1ra. Parte)
- Cómo elaborar un Plan de Marketing Internacional (2da. Parte)
- Cómo elaborar un plan de introducción al mercado internacional (3ra parte)
- Casos de planes de internacionalización empresarial

<http://media.peru.info/ADOC/1PlandeIntroduccionaMercadoInternacional.pdf>



## Marketing estratégico

Planificar el futuro de nuestra empresa, basándonos en las respuestas que ofrezcamos a las demandas del mercado. Las empresas de éxito han desarrollado en un momento de su vida capacidades superiores en sus procesos de gestión básicos.





## Pymes

Pequeña y Microempresa hasta 20 trabajadores y ventas anuales hasta 1'000,000 dólares.

En su mayoría empresas familiares

¿En su mayoría informales?



# ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ENTRAR EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES



# ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS PARA ENTRAR EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES



# Desarrollo estratégico empresarial

## Modelo crecimiento nacional

1. Crear ventaja competitiva
2. Sostenerla
3. Economías de aprendizaje
4. Economías de escala
5. Economías de alcance
6. Economías financieras

## Modelo crecimiento internacional

1. Acopiador (Exworks)
2. Importador (FOB)
3. Distribuidor (DDP)
4. Joint venture (Canal mixto)
5. Licencia (Canal mixto)
6. Franquicia (Canal directo)
7. Adquisición (Producción)
8. Inversión directa (internac.)

# UN EJEMPLO SOBRE EL REPARTO DE BENEFICIOS

Análisis de Precios de la Competencia: El escandallo hacia atrás



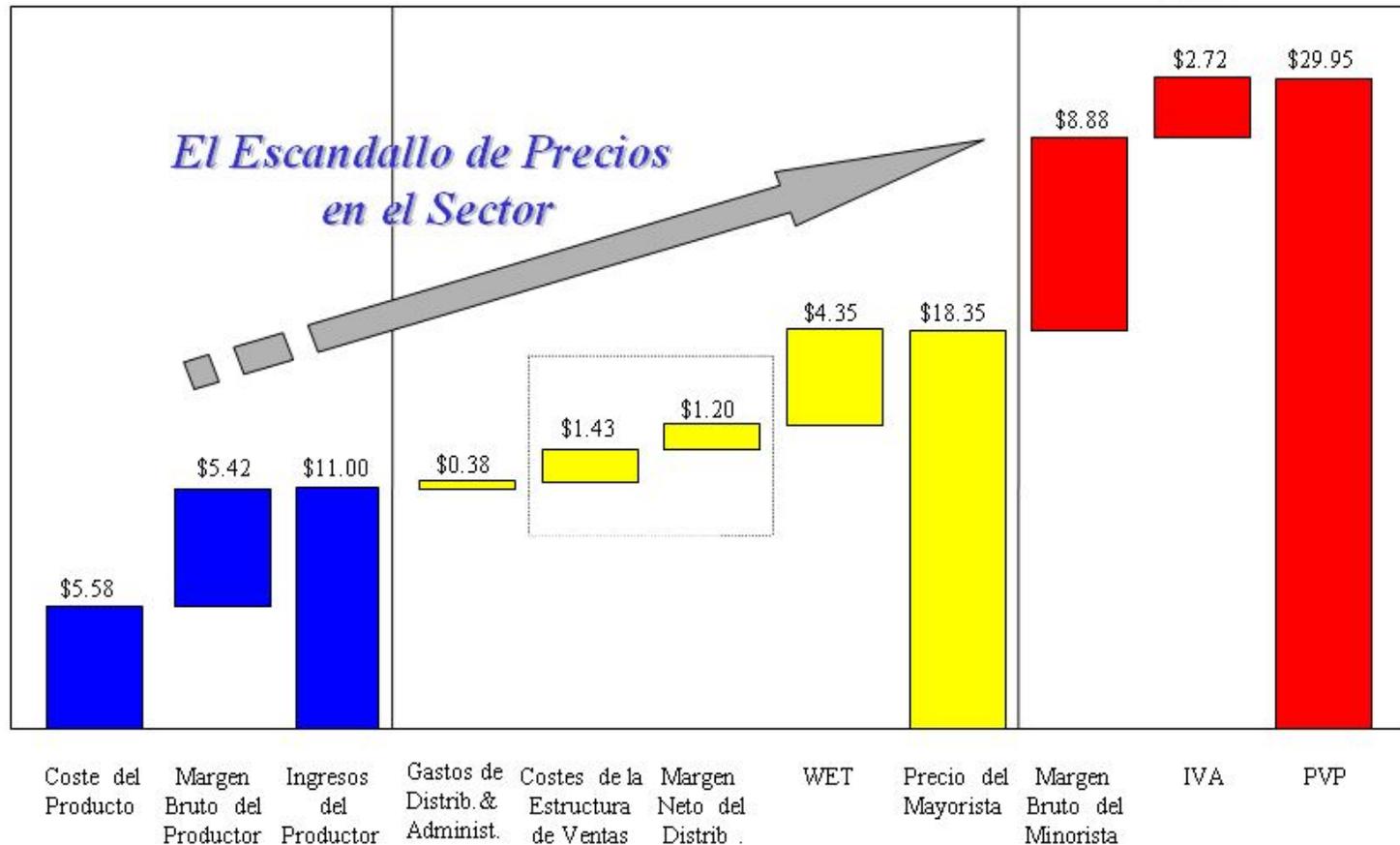
Precio CIF PVP  
Escandallo de precios hacia atrás – Análisis Competitivo



**PRODUCTOR**

**DISTRIBUIDOR**

**MINORISTA**  
Super/ Hiper /Ultramarcos /  
Horeca



Coste del  
Producto

Margen  
Bruto del  
Productor

Ingresos  
del  
Productor

Gastos de  
Distrib. &  
Administ.

Costes de la  
Estructura  
de Ventas

Margen  
Neto del  
Distrib.

WET

Precio del  
Mayorista

Margen  
Bruto del  
Minorista

IVA

PVP

# Desarrollo estratégico de marketing

1. Crear una marca
2. Crear franquicias
3. Tener un modelo de internacionalización
4. Aprender tendencias: benchmarking

# Marcas latinoamericanas

## CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Como se ha mencionado anteriormente la presentación más común del producto retail es en frascos de vidrio.

El producto nacional utiliza generalmente envases de vidrio genéricos, especialmente las pequeñas y medianas empresas, por lo que no se puede ver un envase muy diferenciado.

### Productos Nacionales

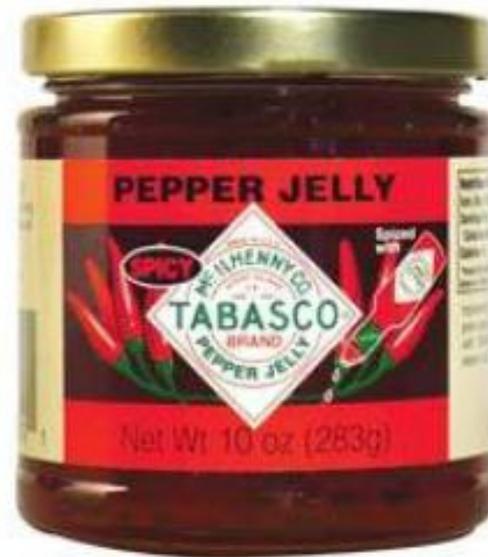


# Marcas extranjeras

## Productos Importados



Envase de plástico

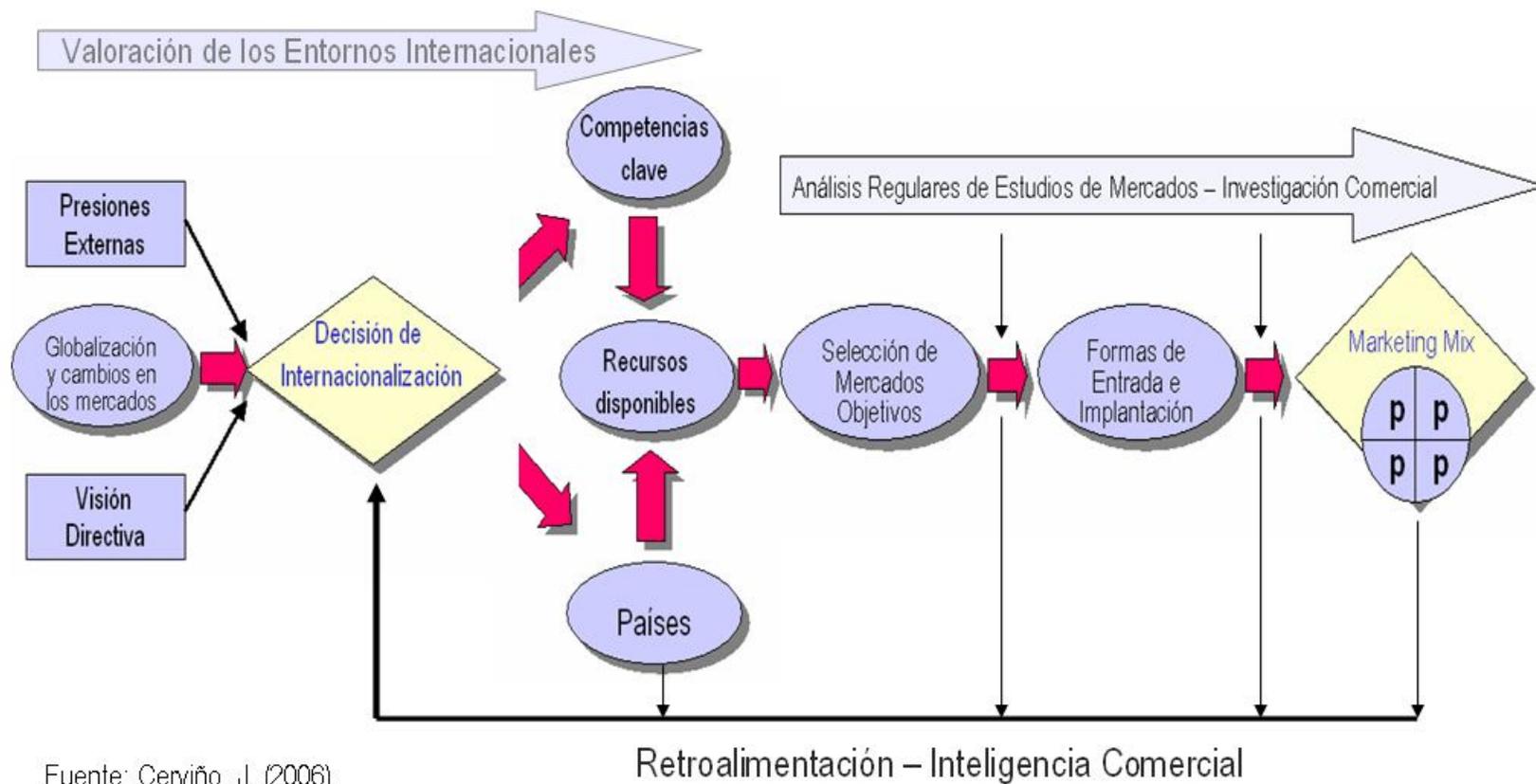


Jalea de ají



# DECISIONES DEL PROGRAMA DE MARKETING INTERNACIONAL

## PROCESO DE DECISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN



Fuente: Cerviño, J. (2006)

# Metodología

1. Identificar el producto exportable
2. Seleccionar el mercado objetivo
3. Seleccionar la estrategia de ingreso
4. Identificar países exportadores competidores
5. Extraer estudios de mercado de estos países
6. Analizar los entornos internacionales
7. Adaptar los estudios de mercado
8. Elaborar el plan de marketing

# **CASO: ROPA INTERIOR FEMENINA**

# Metodología

1. Identificar el producto exportable
2. Seleccionar el mercado objetivo
3. Seleccionar la estrategia de ingreso
4. Identificar países exportadores competidores
5. Extraer estudios de mercado de estos países
6. Analizar los entornos internacionales
7. Adaptar los estudios de mercado
8. Elaborar el plan de marketing

# SELECCIÓN DEL PRODUCTO EXPORTABLE



**Selección de la línea o productos estrella**



**Evaluación de las características del producto**



**Capacidad de producción**

# LA EMPRESA

La empresa Intima Ltda., debido al éxito en sus ventas en el mercado nacional durante los 3 últimos años, decide buscar nuevos mercados fuera del país, como la mejor alternativa para continuar creciendo y hacerse más competitiva.

# LOS PRODUCTOS

**La empresa se dedica a la producción de “Ropa Interior Femenina”. Las líneas más vendidas son:**

- **Línea “Romance”**
- **Línea “Pasión”**
- **Línea “Activa”**

# Línea “Romance”

- Mujeres entre 35 y 50 años
- Algodón 100%



# Línea “Pasión”

- **Mujeres entre 25 y 40 años**
- **Microfibra táctil con encajes**



# Línea “Activa”

- Mujeres entre 15 y 35 años
- Lycra 100%



# Información del producto

Muchas mujeres están insatisfechas con la ropa interior que usan porque no se ajusta a las medidas de su cuerpo. 7 de cada 10 mujeres usan el brasier equivocado. Y es que la elección de un brasier requiere el conocimiento no sólo de la talla correcta, sino de la COPA adecuada



*"Si me sirve de busto,  
me sobra de espalda"*

*"Yo no me acomodo  
con ningún brasier"*

*"Yo uso talla 34, pero me queda muy  
justa, y la 36 es demasiado grande"*

**Copas** abcd

# CLASIFICACION ARANCELARIA

- Debo determinar cual es la Posición Arancelaria **62.12.10.00.00** para lo cual uso **el modulo del siicex.gob.pe o sunat.gob.pe**
- Es importante señalar que la clasificación apropiada se obtiene de un clasificador especializado o a través de una consulta a Sunat o a las entidades autorizadas de emitir certificados de origen
- Perú exporta cerca de 5000 de los 50,000 productos de flora y fauna. Nuevas partidas

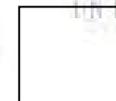
# Metodología

1. Identificar el producto exportable
2. **Seleccionar el mercado objetivo**
3. Seleccionar la estrategia de ingreso
4. Identificar países exportadores competidores
5. Extraer estudios de mercado de estos países
6. Analizar los entornos internacionales
7. Adaptar los estudios de mercado
8. Elaborar el plan de marketing

# SELECCIONAR EL MERCADO OBJETIVO

## PUNTOS CLAVE EN ANALISIS

1. Oportunidades según la demanda
2. Importaciones y competencia
3. Disponibilidad de transporte
4. Tratamiento preferencial
5. Información detallada y/o cualitativa



# SELECCION DE MERCADOS

## OPORTUNIDADES SEGÚN LA DEMANDA MUNDIAL

**Identificar mercados que:**

- **Presenten volúmenes de compras elevados.**
- **Estén creciendo y se prevea que lo sigan haciendo.**
- **Presenten condiciones favorables en términos de acceso al mercado.**

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 1:

- Qué países demandan más el producto que exporto
- Qué países son más adecuados por el tamaño de mi empresa
- Existen oportunidades dentro de mi región

Para esto consulta TRADEMAP, CAN-BRUJULA EMPRESARIAL, ALADI, TARIC EXPORT HELPDESK y USITC



# Trade Map

Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas

Producto: 621210 - sostenes Grupo de productos: Ninguno  
 Mundo  País: Todos Grupo de países: Ninguno  
 Socio: Todos Grupo de socios: Ninguno  
 otros criterios: Importaciones Series de tiempo por país Datos anuales Valores  
 Dólar EUA

## Lista de los importadores para el producto seleccionado

Producto : 621210 sostenes

Unidad : Dólar EUA miles

Tabla Gráfico Mapa

Exportar hacia Período (número de columnas): 5 por página número de líneas por página: Por defecto (25 por página)

SH8	Importadores	valor importada en 2005	valor importada en 2006	valor importada en 2007	valor importada en 2008	valor importada en 2009
	Mundo	6.568.861	7.173.405	7.829.596	9.420.443	
+	<a href="#">Estados Unidos de América</a>	1.704.789	1.938.598	1.860.181	1.868.418	1.689.516
+	<a href="#">Hong Kong (RAEC)</a>	619.707	720.758	734.312	813.452	715.398
+	<a href="#">Alemania</a>	478.191	492.393	529.652	574.610	584.253
+	<a href="#">Francia</a>	535.875	576.158	644.519	669.349	561.934
+	<a href="#">Reino Unido</a>	551.612	552.879	616.660	623.449	532.189
+	<a href="#">Japón</a>	442.947	426.515	430.365	465.275	457.062
+	<a href="#">Italia</a>	227.798	265.615	351.653	348.035	322.836
+	<a href="#">Austria</a>	182.992	184.485	209.330	232.673	202.873

otros criterios Importaciones Series de tiempo por país Datos anuales Valores  
 Dólar EUA

### Lista de los importadores para el producto seleccionado

Producto : 621210 sostenes

Unidad : Dólar EUA miles

Tabla Gráfico Mapa

 Exportar hacia     Período (número de columnas): 5 por página número de líneas por página: Por defecto (25 por página)

SH8	Importadores	valor importada en 2005	valor importada en 2006	valor importada en 2007	valor importada en 2008	valor importada en 2009
	Mundo	6.568.861	7.173.405	7.829.596	9.420.443	
+	<a href="#">Estados Unidos de América</a> 	1.704.789	1.938.598	1.860.181	1.868.418	1.689.516
+	<a href="#">Hong Kong (RAEC)</a> 	619.707	720.758	734.312	813.452	715.398
+	<a href="#">Alemania</a> 	478.191	492.393	529.652	574.610	584.253
+	<a href="#">Francia</a> 	535.875	576.158	644.519	669.349	561.934
+	<a href="#">Reino Unido</a> 	551.612	552.879	616.660	623.449	532.189
+	<a href="#">Japón</a> 	442.947	426.515	430.365	465.275	457.062
+	<a href="#">Italia</a> 	227.798	265.615	351.653	348.035	322.836
+	<a href="#">Austria</a> 	182.992	184.485	209.330	232.673	202.873
+	<a href="#">Bélgica</a> 	140.136	140.123	173.432	199.601	177.404
+	<a href="#">Canadá</a> 	134.438	153.602	177.726	170.129	162.235
+	<a href="#">Australia</a> 	94.949	98.282	92.217	112.781	111.301
+	<a href="#">Suiza</a> 	76.337	77.313	91.083	95.710	93.097
+	<a href="#">Dinamarca</a> 	67.045	78.182	92.761	94.851	71.814
+	<a href="#">Turquía</a> 	15.991	28.016	62.450	72.073	65.903
+	<a href="#">Federación de Rusia</a> 	16.325	24.640	63.790	74.940	60.836
+	<a href="#">Suecia</a> 	56.056	59.337	67.089	64.780	60.118
+	<a href="#">Tailandia</a> 	54.225	67.222	55.444	58.584	54.074

# SELECCION DE MERCADOS

	ARGENTINA	COSTA RICA	HONDURAS	NICARAGUA	PANAMA
<b>VARIABLE</b>					
Importaciones de brasieres 1998	6,782,000.00	41,406,325.00	525,590.00	913,092.00	2,975,664.00
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	Colombia (51,5%)	EE.UU (74.3%)	Panamá (42%)	Panamá (85.4%)	EE.UU (17.6%)

- Los 2 mercados más interesantes por valor importado son Argentina y Costa Rica
- Costa Rica esta abastecido principalmente por EE.UU
- Argentina esta abastecida por otras empresas colombianas.

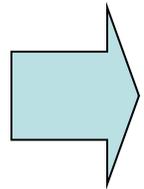
# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 1:

- **Son estos los únicos mercados con oportunidades para mi producto?**

**Qué puedo hacer para identificarlos?**

**Buscar en el módulo de operatividad aduanera y regímenes definitivos en**



**“Aduanet” los países a los que actualmente se está exportando el producto:**

**Declaraciones de Exportación Definitiva**

- [Exportador](#)
- [Agente de ADUANA](#)
- [Aduana](#)
- [Partida Arancelaria](#)
- [País de Destino](#)
- [Información Detallada](#)

*Principal*

**EXPORTACION DEFINITIVA POR PARTIDA**

FECHA DE  01/05/2010 - 31/05/2010 dd/mm/aaaa

PARTIDA

CLASIFICADO

ORDEN:

**RESULTADO DE CONSULTA**

1 a 6 de

PAISDEST	TOTAL FOB US\$	OCURRENCIAS	PESO NETO Kg	PESO BRUTO Kg
<a href="#">US</a> UNITED STATES	4,180.00	2	128.24	130.68
<a href="#">CL</a> CHILE	2,359.80	3	254.73	256.86
<a href="#">BR</a> BRAZIL	910.80	1	11.58	11.74
<a href="#">AW</a> ARUBA	64.68	1	2.23	2.28
<a href="#">ES</a> SPAIN	33.00	1	.78	.95
<a href="#">CR</a> COSTA RICA	27.12	1	.99	1.00

<http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informgest/ExpoDef.htm>

# SELECCION DE MERCADOS

## Conclusiones

### Paso 1:

	ARGENTINA	<del>COSTA RICA</del>	<del>VENEZUELA</del>	EE.UU	CHILE
<b>VARIABLE</b>					
Importaciones de brasieres 1998	6,782,000.00	41,406,325.00	9.193.433,00	1.040.823.000,00	14.439.833,00
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	Colombia (51,5%)	<del>EE.UU (74.3%)</del>	<del>Colombia (70%)</del>	México (23%)	Colombia (31%)

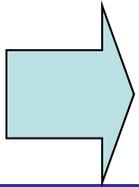
**Los 3 mercados más interesantes hasta el momento son:**

- **Estados Unidos:** Por valor y baja concentración del principal proveedor
- **Chile:** Por valor y conocimiento actual del producto colombiano
- **Argentina:** Igual que Chile

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 1:

- Una prima que se fue de inmigrante a Canadá, me dijo: “Aquí la ropa interior que se consigue es muy cara y no es de la misma calidad que la que compraba en Perú...”
- Quiero saber qué tanto está comprando Canadá de mi producto y quiénes le están vendiendo?
- Para esto se consultan las importaciones de Canadá en el módulo de [siicex.gob.pe](http://siicex.gob.pe):



# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 1:

**Canadá está importando cada año más brasieres y de diversos proveedores, entre ellos EE.UU**

PAÍS: CANADA

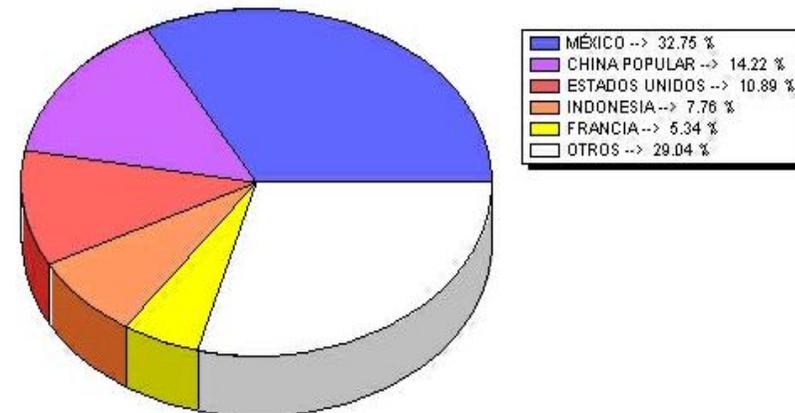
### ● POSICIÓN Y DESCRIPCIÓN DE CANADA

**621210 SOSTENES Y SUS PARTES, INCLUSO DE PUNTO**

Año	Peso Neto (Kg)	Valor (US\$)
1997	0.00	50,353,255.00
1998	0.00	61,835,575.00
1999	0.00	71,760,344.00

### ● ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES (Participación)

**6212100000 SOSTENES Y SUS PARTES, INCLUSO DE PUNTO**  
TOTAL ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES AÑO 1999 71,760,344



# SELECCION DE MERCADOS

## Conclusiones

### Paso 1

	ARGENTINA	EE.UU	CHILE	CANADA
<b>VARIABLE</b>				
Importaciones de brasieres 1998	6,782,000.00	1.040.823.000,00	14.439.833,00	71,760,344.00
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	Colombia (51,5%)	México (23%)	Colombia (31%)	México (32.5%)

Son 4 los mercados más interesantes hasta el momento.

# SELECCION DE MERCADOS

## PUNTOS CLAVE EN ANALISIS

1. Oportunidades según la demanda
2. **Importaciones y competencia**
3. Disponibilidad de transporte
4. Tratamiento preferencial
5. Información detallada y/o cualitativa



# SELECCION DE MERCADOS

## IMPORTACIONES Y COMPETENCIA

 **Análisis del valor importado por cada país**

 **Proveedores actuales (Países de procedencia)**

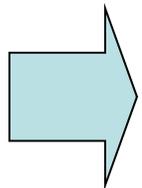
 **Concentración del mercado (Existen proveedores dominantes o no)**

 **Cantidad, precios implícitos, etc.**

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 2:

- Quiero saber qué tanto importan mi producto esos países y cuáles serían mis eventuales competidores?



Para esto busca en el módulo de **TRADEMAP**



# 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](#)

Producto:  Grupo de productos:

Mundo  País:  Grupo de países:

Socio:  Grupo de socios:

otros criterios:

## Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América en 2008

Producto : 621210 sostenes

Las importaciones de Estados Unidos de América representan 19,83% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales

- [Tabla](#)
- [Gráfico](#)
- [Mapa](#)

Exportar hacia

número de líneas por página:

		Indicadores comerciales										
Comercio bilateral	Exportadores	Valor importada en 2008, miles de USD	Saldo comercial en 2008 en miles de USD	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América, %	Cantidad importada en 2008	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2004-2008, %, p.a.	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2004-2008, %, p.a.	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2007-2008, %, p.a.	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales, %
	Mundo	1.868.418	-1.814.302	100	30.041	Toneladas	62.196	3	-6	0		100
+	<a href="#">China</a>	828.419	-828.379	44,3	13.320	Toneladas	62.194	17	-1	15	1	35,3
+	<a href="#">Tailandia</a>	206.768	-206.530	11,1	3.324	Toneladas	62.205	9	0	21	4	3,3
+	<a href="#">Indonesia</a>	191.445	-191.393	10,2	3.078	Toneladas	62.198	4	-7	-20	5	3
+	<a href="#">Honduras</a>	111.191	-111.116	6	1.788	Toneladas	62.187	-11	-16	-16	13	1,4

Comercio bilateral	Exportadores	Indicadores comerciales										
		Valor importada en 2008, miles de USD	Saldo comercial en 2008 en miles de USD	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América, %	Cantidad importada en 2008	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2004-2008, %, p.a.	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2004-2008, %, p.a.	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2007-2008, %, p.a.	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales, %
	Mundo	1.868.418	-1.814.302	100	30.041	Toneladas	62.196	3	-6	0		100
+	<a href="#">China</a>	828.419	-828.379	44,3	13.320	Toneladas	62.194	17	-1	15	1	35,3
+	<a href="#">Tailandia</a>	206.768	-206.530	11,1	3.324	Toneladas	62.205	9	0	21	4	3,3
+	<a href="#">Indonesia</a>	191.445	-191.393	10,2	3.078	Toneladas	62.198	4	-7	-20	5	3
+	<a href="#">Honduras</a>	111.191	-111.116	6	1.788	Toneladas	62.187	-11	-16	-16	13	1,4
+	<a href="#">Sri Lanka</a>	106.260	-106.256	5,7	1.708	Toneladas	62.213	0	7	5	7	2,8
+	<a href="#">República Dominicana</a>	85.947	-85.539	4,6	1.382	Toneladas	62.190	-15	-21	-21	19	1
+	<a href="#">Bangladesh</a>	52.784	-52.784	2,8	849	Toneladas	62.172	29	3	8	20	1
+	<a href="#">Filipinas</a>	42.194	-42.118	2,3	678	Toneladas	62.233	-13	-21	-20	21	1
+	<a href="#">El Salvador</a>	36.878	-36.803	2	593	Toneladas	62.189	4	2	7	33	0,4
+	<a href="#">México</a>	36.420	-32.524	1,9	586	Toneladas	62.150	-27	-26	-42	27	0,6
+	<a href="#">India</a>	33.975	-33.919	1,8	546	Toneladas	62.225	4	11	-26	34	0,3
+	<a href="#">Francia</a>	22.820	-20.510	1,2	367	Toneladas	62.180	30	29	-24	3	4,3
+	<a href="#">Israel</a>	12.942	-12.694	0,7	208	Toneladas	62.221	-13	-15	7	61	0,1
+	<a href="#">Malasia</a>	12.206	-12.191	0,7	196	Toneladas	62.276	24	15	-4	26	0,6
+	<a href="#">Costa Rica</a>	11.958	-11.704	0,6	192	Toneladas	62.281	4	10	54	51	0,1
+	<a href="#">Viet Nam</a>	8.807	-8.807	0,5	142	Toneladas	62.021	67	32	117	15	1,2
+	<a href="#">Canadá</a>	8.096	14.741	0,4	130	Toneladas	62.277	-15	-13	18	47	0,1
+	<a href="#">Colombia</a>	6.080	-5.094	0,3	98	Toneladas	62.041	-16	-22	-32	18	1,1
+	<a href="#">Túnez</a>	6.073	-6.073	0,3	98	Toneladas	61.969	29	45	15	12	1,5
+	<a href="#">Italia</a>	5.769	-5.544	0,3	93	Toneladas	62.032	-9	16	-11	10	2,2
+	<a href="#">Turquía</a>	5.716	5.675	0,3	92	Toneladas	62.120	17	17	0	22	0,0



# 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](#)

 Producto 

 Grupo de productos 
 Mundo  País 

 Grupo de países 

 Socio 

 Grupo de socios 

otros criterios








## Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Perú

Producto : 621210 sostenes

Unidad: Dólar EUA miles

[Tabla](#)
[Gráfico](#)
[Mapa](#)

Exportar hacia



Período (número de columnas):

número de líneas por página:

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Perú			Estados Unidos de América importa desde el mundo		
		Valor en 2007	Valor en 2008	Valor en 2009	Valor en 2007	Valor en 2008	Valor en 2009
6212109010	BRASSIERES, NOT CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF COTTON, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	249	31	128	189.731	187.017	16
6212109020	BRASSIERES, NOT CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF MAN-MADE FIBERS, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	2	8	21	1.311.670	1.344.754	1.21
6212105010	BRASSIERES, CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF COTTON, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	8	9	15	23.079	15.480	1
6212105020	BRASSIERES, CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF MAN-MADE FIBERS, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	2	1	1	332.703	317.822	29
6212105030	BRASSIERES, CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, WHETHER OR NOT KNITTED OR	0	0	0	449	319	



# 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](#)

Producto	..... 621210 - sostenes	Grupo de productos	Ninguno
<input type="radio"/> Mundo <input checked="" type="radio"/> País	Estados Unidos de América	Grupo de países	Ninguno
Socio	Colombia	Grupo de socios	Ninguno
otros criterios	Importaciones	Series de tiempo	por producto
	Dólar EUA	Productos similares a 10 dígitos	Datos anuales
			Valores

## Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Colombia

Producto : 621210 sostenes

Unidad: Dólar EUA miles

[Tabla](#)
[Gráfico](#)
[Mapa](#)

Exportar hacia

Período (número de columnas): 3 por página número de líneas por página:

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Colombia			Estados Unidos de América importa desde el mundo		
		Valor en 2007	Valor en 2008	Valor en 2009 ▼	Valor en 2007	Valor en 2008	Valor en 2009 ▼
6212109020	BRASSIERES, NOT CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF MAN-MADE FIBERS, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	4.233	2.302	2.655	1.311.670	1.344.754	1.311.670
6212105020	BRASSIERES, CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF MAN-MADE FIBERS, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	4.416	3.646	2.079	332.703	317.822	332.703
6212105010	BRASSIERES, CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF COTTON, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	105	97	72	23.079	15.480	23.079
6212109010	BRASSIERES, NOT CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, OF COTTON, WHETHER OR NOT KNITTED OR CROCHETED	113	23	11	189.731	187.017	189.731
6212105030	BRASSIERES, CONTAINING LACE OR NET OR EMBROIDERY, WHETHER OR NOT KNITTED OR	4	12	7	449	319	449

# SELECCION DE MERCADOS

## Conclusiones

### Paso 2

	ARGENTINA	EE.UU	CHILE	CANADA
<b>VARIABLE</b>				
Importaciones de brasieres 1998	6,782,000.00	1.040.823.000,00	14.439.833,00	71,760,344.00
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	Colombia (51,5%)	México (23%)	Colombia (31%)	México (32.5%)

Son 4 los mercados más interesantes hasta el momento.

# SELECCION DE MERCADOS

## PUNTOS CLAVE EN ANALISIS

1. Oportunidades según la demanda
2. Importaciones y competencia
3. Disponibilidad de transporte
4. Tratamiento preferencial
5. Información detallada y/o cualitativa



# SELECCION DE MERCADOS

## DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE

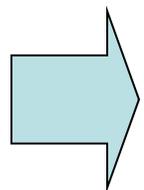
**Análisis de las posibilidades de transporte para sus productos hacia los países de interés:**

- **Medios**
- **Rutas**
- **Frecuencias**
- **Tiempo de tránsito**
- **Transportadores**
- **Valor de los fletes**

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 3:

- **Habrà transporte desde Perú hacia esos 4 países?**
- **Cómo será en cada caso?**



**Para esto busca en los agentes de carga y operadores logísticos información sobre vías y costes:**

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 3:

	ARGENTINA	EE.UU	CHILE	CANADA
<b>VARIABLE</b>				
Importaciones de brasieres 1998	6,782,000.00	1.040.823.000,00	14.439.833,00	71,760,344.00
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	Colombia (51,5%)	México (23%)	Colombia (31%)	México (32.5%)
Disponibilidad de transporte	Regular	Excelente	Bueno	Regular

Vale la pena analizar otros aspectos cualitativos para tomar una decisión.

# SELECCION DE MERCADOS

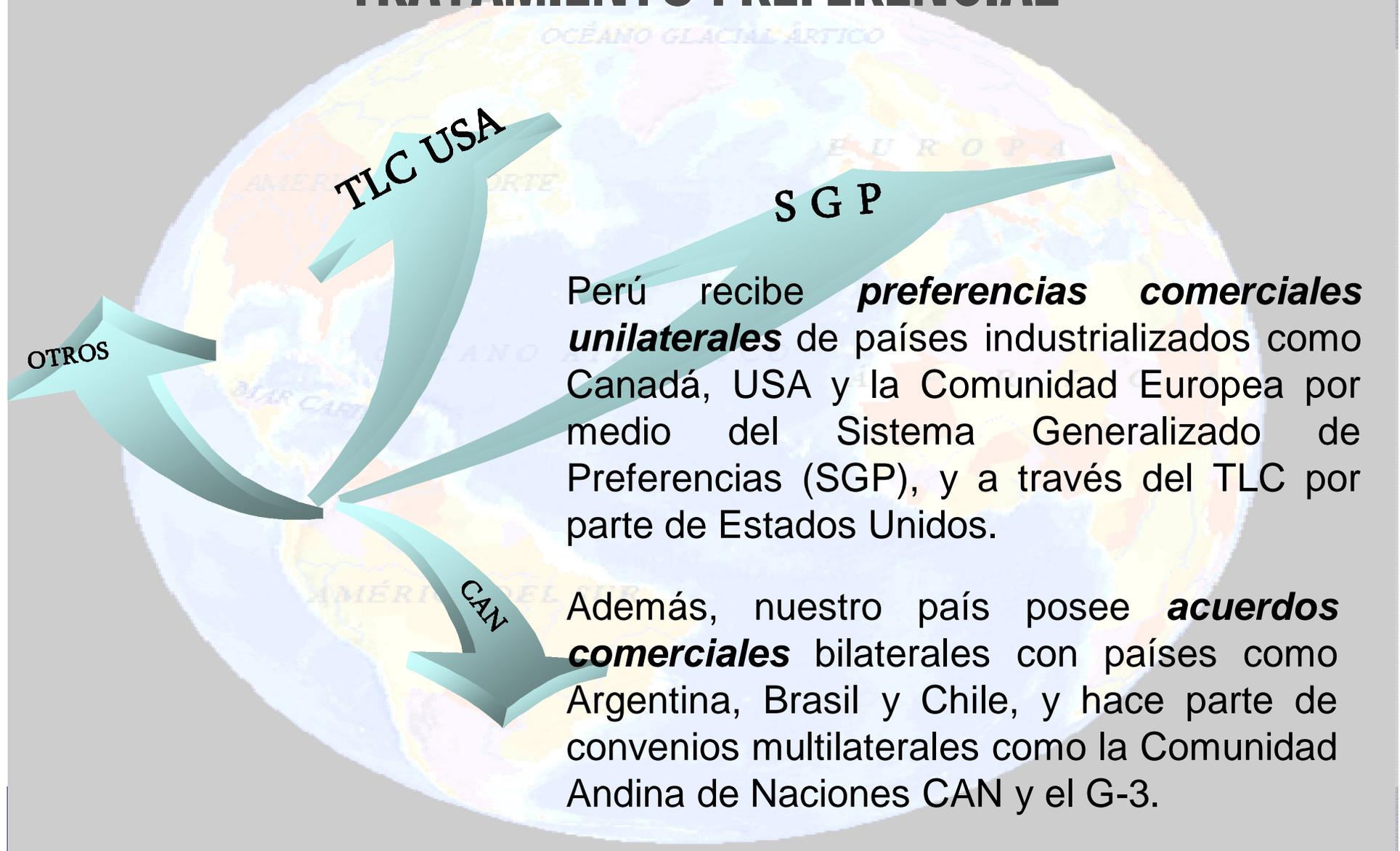
## PUNTOS CLAVE EN ANALISIS

1. Oportunidades según la demanda
2. Importaciones y competencia
3. Disponibilidad de transporte
4. **Tratamiento preferencial**
5. Información detallada y/o cualitativa



# SELECCION DE MERCADOS

## TRATAMIENTO PREFERENCIAL



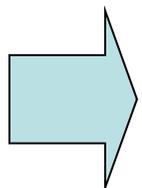
Perú recibe **preferencias comerciales unilaterales** de países industrializados como Canadá, USA y la Comunidad Europea por medio del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), y a través del TLC por parte de Estados Unidos.

Además, nuestro país posee **acuerdos comerciales bilaterales** con países como Argentina, Brasil y Chile, y hace parte de convenios multilaterales como la Comunidad Andina de Naciones CAN y el G-3.

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 4:

- Qué arancel paga mi producto en esos países y cuál pagan mis competidores?
- Existen Acuerdos Comerciales ó Preferencias, que beneficien el ingreso de mi producto a cada uno de los países?



Para esto busca en el módulo del **MACMAP**, la información de *Acceso al mercado*:

Market Access Map - Quick Tariff Search - Results - Windows Internet Explorer

http://www.macmap.org/Quick.Search.ResultsExpH56.aspx

Market Access Map - Quick Tariff Search - Results

**Market Access Map**  
making tariffs and market access barriers transparent

Quick Links: Home Go

International Trade Centre

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 **2009** using Harmonised System Nomenclature **Rev. 07**, importer **United States of America** applies the following tariffs to imports of:

(62121030) Brassieres, containing lace, r ,

being a product within the HS-6 product group **(621210) Brassieres and parts thereof, of textile materials**. You may change the product in the above list at the National tariff level and click **Show Table** to display the refreshed table with the selected NTLC level product. To find out which exporting countries receive these rates, click on any of the trade regimes listed in the first column.

Records per page Default (10 per page)

**Tariff(s)**  
(To view the Tariff Rate Quota(s), please click here)

Trade regime	Aggregated applied ad valorem tariff
Preferential tariff for Australia	4.30%
Preferential tariff for Singapore	0.00%
Preferential tariff for Bahrain	0.00%
Preferential tariff for CAFTA countries	0.00%
Preferential tariff for Oman	0.00%
Preferential tariff for Peru	0.00%

Diapositiva 53 de 290 "2\_Diseño predeterminado" Inglés (Estados Unidos) 49%

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 4:

	ARGENTINA	EE.UU	CHILE	CANADA
<b>VARIABLE</b>				
Importaciones de brasieres 1998	6,782,000	1.040.823.000	14.439.833	71,760,344
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	Colombia (51,5%)	México (23%)	Colombia (31%)	México (32.5%)
Disponibilidad de transporte	Regular	Excelente	Bueno	Regular
Arancel General	23,0%	17,3%	9%	20,5%
Arancel para Colombia	4,6%	17,3%	0%	20,5%

Vale la pena analizar **MÁS** aspectos cualitativos para tomar una decisión.

# SELECCION DE MERCADOS

## PUNTOS CLAVE EN ANALISIS

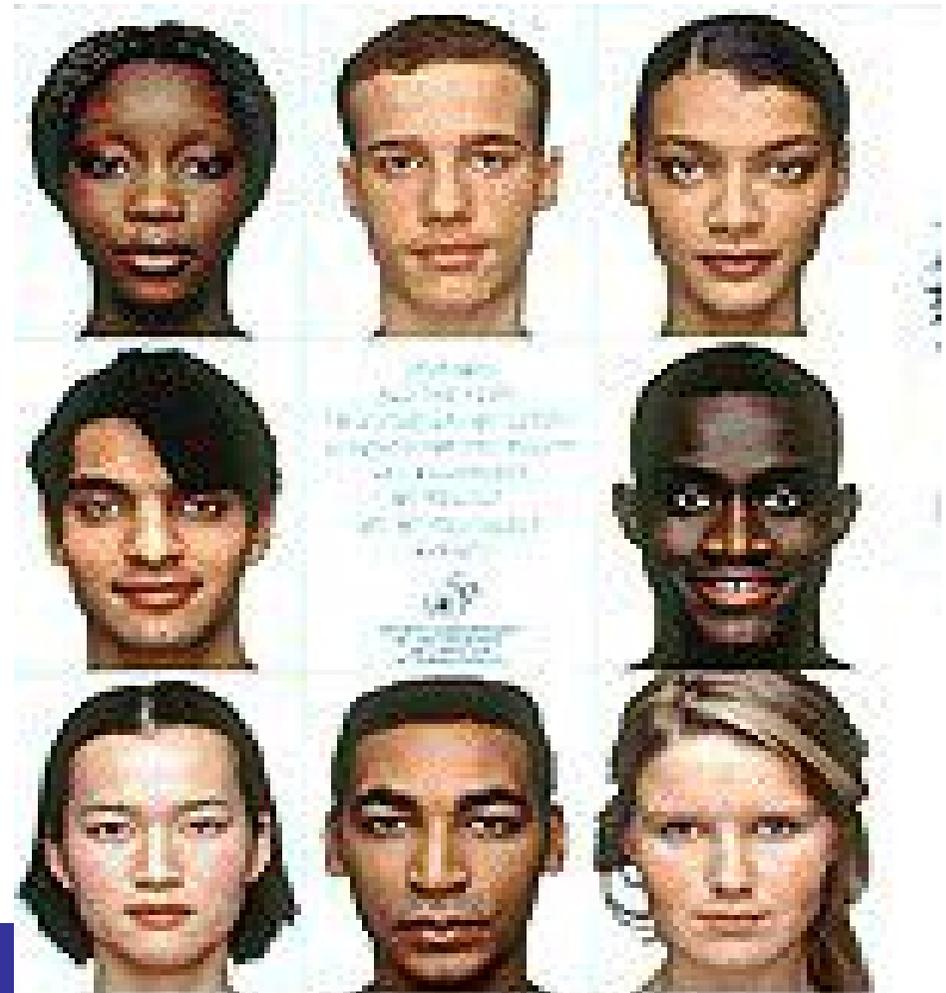
1. Oportunidades según la demanda
2. Importaciones y competencia
3. Disponibilidad de transporte
4. Tratamiento preferencial
5. Información detallada y/o cualitativa



# SELECCION DE MERCADOS

## AFINIDAD CULTURAL Y COMERCIAL

- ! Idiomas
- ! Costumbres
- ! Religión
- ! Formas de Negocios



# SELECCION DE MERCADOS

## RESEÑA GEOGRAFICA, ECONOMICA Y POLITICA

! **Geografía**

! **Situación económica**

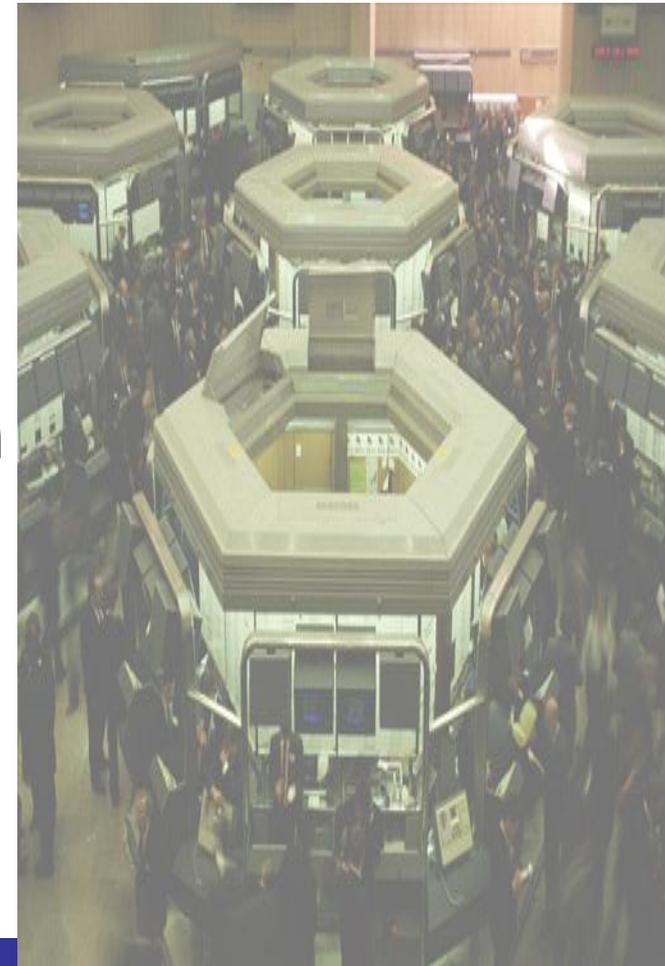
! **Situación Política**



# SELECCION DE MERCADOS

## MERCADO DEL PRODUCTO

- ! **Consumo**
- ! **Canales de Comercialización**
- ! **Precios**
- ! **Tendencias, etc.**

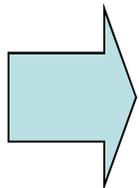


# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 5:

- **Mi producto no es de consumo masivo, va dirigido a un segmento de clientes con buen poder adquisitivo. Cuál será el ingreso promedio de la población en cada mercado?**

Para esto busca **estudios de mercado** en el módulo de perfiles por país del **Siicex, Icex, Prochile, Proexport, Bancomext**, otras cámaras de comercio y otras universidades,



# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 5:

	ARGENTINA	EE.UU	CHILE	CANADA
<b>VARIABLE</b>				
Importaciones de brasieres 1998	6,782,000	1.040.823.000	14.439.833	71,760,344
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	Colombia (51,5%)	México (23%)	Colombia (31%)	México (32.5%)
Disponibilidad de transporte	Regular	Excelente	Bueno	Regular
Arancel General	23,0%	17,3%	9%	20,5%
Arancel para Colombia	4,6%	17,3%	0%	20,5%
Ingreso de la población	7.898	33.943	4.493	21.145

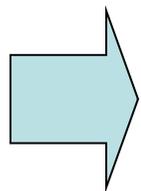
**Descarto Argentina por:**

- Menor valor importado
- Transporte regular
- Menores preferencias arancelarias en comparación con Chile

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 5:

- Quiero conocer detalles del mercado de la ropa interior femenina en los 3 países. Qué hago?



Entra a las **Cámaras de Comercio** y consulta los perfiles de mercado disponibles

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 5:

- **En Estados Unidos hay 50 millones de mujeres en el segmento entre 20 y 44 años y 5.5 millones están ubicadas en Los Angeles.**
- **Estados Unidos consume aproximadamente US\$6.419 millones de dólares en ropa interior femenina.**
- **Las importaciones en EE.UU, representan el 54% del consumo estadounidense de ropa interior femenina.**

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 5 (cont.):

- **La composición de las ventas en EE.UU, es la siguiente:**
  - Almacenes por departamento 18.6 %
  - Almacenes de cadena 16.1%
  - Almacenes especializados 23.9%
  - Almacenes de descuento 20.0%
  - Correo Directo 6.9%
  - Off-price 6.3%
  - Factory Outlets 3.6%
  - Los demás 4.7%

# SELECCION DE MERCADOS

## Paso 5:

	EE.UU	CHILE	CANADA
<b>VARIABLE</b>			
Importaciones de brasieres 1998	1.040.823.000	14.439.833	71,760,344
Participación % del proveedor #1 de las importaciones	México (23%)	Colombia (31%)	México (32.5%)
Disponibilidad de transporte	Excelente	Bueno	Regular
Arancel General	17,3%	9%	20,5%
Arancel para Colombia	17,3%	0%	20,5%
Ingreso de la población	33.943	4.493	21.145
Información del mercado revisada	SI	SI	SI
	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

La información analizada me sirve para formular un “Plan de Exportaciones” hacia EE.UU, en primer lugar y contemplar la posibilidad en el mediano plazo de incursionar en Canadá y Chile.

# SELECCION DE MERCADOS

## PUNTOS CLAVE EN ANALISIS

1. Oportunidades según la demanda
2. Importaciones y competencia
3. Disponibilidad de transporte
4. Tratamiento preferencial
5. Información detallada y/o cualitativa

