



Aprendiendo a exportar paso a paso

Carmen Ascama Huarcaya

Departamento de Asesoría Empresarial y Capacitación

sae@promperu.gob.pe

www.promperu.gob.pe

Seminario Miércoles del Exportador - PROMPERU

11 de septiembre de 2019

Lima, Perú



OBJETIVOS





Tabla de contenido

Exportando paso a paso

Así, todos podemos hacerlo

1

RUC

Formalización de tu empresa

Antes que nada, debes estar formalizado como persona natural o jurídica. Tu empresa tiene que estar reconocida legalmente y contar con número de RUC. Asimismo, debes estar habilitado para emitir boletas de venta o facturas comerciales. Este procedimiento se realiza en la SUNAT.

Estudio del mercado

Tienes que realizar un análisis del mercado internacional para determinar la demanda potencial y las oportunidades de negocios. Para ello, debes consultar con fuentes de información, tales como estadísticas y bibliografía especializada, así como asistir a actividades de capacitación. Toda esta información está disponible para ti en el portal SIICEX: www.siicex.gob.pe.

2



3



Perfil de tu producto

Debes efectuar un análisis sobre las características de tu producto para determinar si es exportable.

- ¿Responde a las necesidades, gustos y preferencias, modas y tendencias de consumo en el exterior?
- ¿Se diferencia en algo con respecto a los productos de la competencia?
- ¿Se ajusta a los requerimientos de cantidad, calidad, etiquetado y protección del medioambiente?

En caso de no contar aún con un producto, te sugerimos considerar la etapa de búsqueda y selección de proveedores locales y la adaptación del producto a los requerimientos del mercado internacional.

4



Promoción de tu producto

Para que tu mercancía pueda ser conocida en el mercado internacional es necesario utilizar herramientas de promoción comercial, como las ferias internacionales, que no solo permiten exhibir tu producto sino también establecer contacto con potenciales compradores, así como evaluar a la competencia.

También existen otras formas de contactar clientes, por ejemplo, a través de la participación en ruedas de negocios, misiones empresariales o incluso con una promoción directa, haciendo uso de las tecnologías de la información. Así, internet se convierte en una herramienta alternativa que te permite reducir costos y tener una aproximación virtual a tus compradores.

5



Contacto comercial

Una vez establecido el contacto con el comprador potencial y enviado la información sobre tu empresa y tus productos (cotización, catálogos, ficha técnica, muestras), debes desarrollar un contrato de compra-venta internacional.

Si el monto exportado es mayor a US\$ 5 000, tienes que iniciar el trámite operativo con un agente de aduanas. Para montos menores, cuentas con el servicio Exporta Fácil, que te explicaremos más adelante.

6



Trámites de aduana

Como exportador, debes enviar a tu agencia de aduanas o agencia de carga los documentos comerciales de embarque exigidos por el importador. En base a ellos, la agencia de aduanas realiza los trámites ante la SUNAT, solicitando la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM), documento oficial para regularizar la salida legal de tus productos. En caso de que el despacho sea inferior a US\$ 5 000, tú mismo puedes realizar el trámite de exportación ante la SUNAT.

7



Embarque al exterior

En la etapa final, la agencia de aduanas solicita a la agencia de carga la numeración del documento de embarque para el traslado de tu producto a la nave.

Luego, la agencia de aduanas te entrega los documentos de embarque para que los remitas a tu banco y a tu importador, vía courier. Finalmente, si cuentas con una carta de crédito en la que se establecen las condiciones de entrega del producto (lugar, precio, forma de pago, entre otros), tu banco envía los documentos al banco emisor y, si este los encuentra conformes, procede a hacer la transferencia del pago a tu cuenta.

¡MUY IMPORTANTE!

Siempre coordina con el comprador las condiciones de acceso en su país, de tal manera que tus productos lleguen fácilmente a su destino. Como en cualquier importación, los compradores deberán cumplir con las exigencias arancelarias, las normas y las reglamentaciones de comercio de su país.



¿QUÉ ES UNA EXPORTACIÓN?

“Es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno”

Base legal:

Ley General de Aduanas - Decreto Legislativo N° 1053

Reglamento de la Ley General de Aduanas (DS N° 010-2009-EF)





¿QUIÉN ES EL EXPORTADOR?

- El exportador es la persona natural o jurídica inscrita en el Registro Único de Contribuyente (RUC)





¿PUEDO EXPORTAR COMO PERSONA NATURAL SIN CONTAR CON EL RUC?

Como persona natural, de forma ocasional se puede realizar importaciones o exportaciones de mercancías siempre y cuando no estés obligado a inscribirte en el RUC y efectúes:

- Máximo tres (03) importaciones o exportaciones anuales, cuyo valor por operación no exceda de mil dólares americanos (US\$ 1,000), ó
- Por única vez en un año calendario, cuyo valor exceda los mil dólares americanos (US\$ 1,000) y que no supere los tres mil dólares americanos (US\$ 3,000).



Paso 1: Formalización de tu empresa

Antes de empezar a exportar es necesario estar formalizado como persona natural (con negocio) o como persona jurídica. La empresa debe estar reconocida legalmente ante la SUNAT y contar con el **RUC**. La empresa también debe estar habilitada para emitir **boletas de venta y/o facturas comerciales**.



- *Es recomendable que se especifique en la ficha RUC de la SUNAT, en el acápite de actividad de Comercio Exterior: “**Exportador-Importador-Comercializador**”.*
- *Gracias a Exporta Fácil, también se puede exportar bajo el **Régimen Único Simplificado** emitiendo Boletas de Venta.*



¿Qué factores debe evaluar la empresa para poder exportar?

- Contar con un Plan Estratégico de exportaciones
- Contar con una infraestructura adecuada
- Contar con un nivel de producción constante y sostenido
- Contar con un personal adecuado
- Manejar el aspecto financiero

“Lo mas recomendable es que todas y cada una de las empresas que participan en los negocios de exportación se capaciten en entender la estructura y el proceso global del comercio internacional, los principios operativos internacionales, las partes de las que se compone una exportación y los documentos que se emplean”

LA CLAVE DEL COMERCIO





¿Dónde encuentro información sobre empresa y formalización?



www.produce.gob.pe/landing/cde/index.html



www.cofide.com.pe



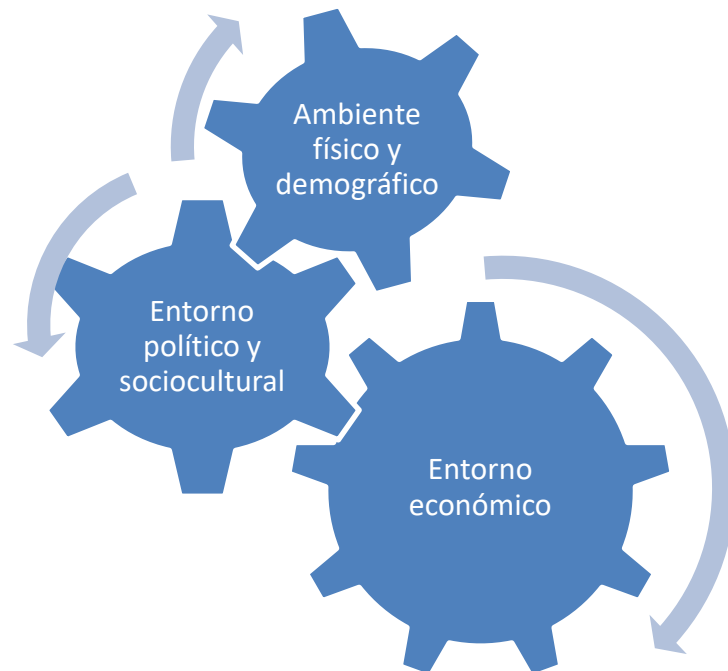
www.sunat.gob.pe





Paso II: Estudio de mercado

El empresario debe realizar un análisis del mercado internacional para determinar la demanda potencial y oportunidades de negocio. ¿Qué información básica debe tener un estudio y/o perfil de mercado?



- Tamaño, crecimiento y densidad de la población y su distribución
- Variaciones climatológicas
- Distribución política
- Sistemas de transporte y comunicaciones



- Sistemas de gobierno y evolución de factores políticos
- Prioridades y planes de desarrollo gubernamentales
- Política de comercio exterior
- Patrones culturales, hábitos y costumbres



- Indicadores macroeconómicos
- Política cambiaria
- Estructura y evolución del mercado interno, su volumen y su aumento

2



Estudio del mercado



- Definición del segmento objetivo, cuantificación y potencial de crecimiento
- Segmentación según poder de compra
- Hábitos de consumo y sus tendencias
- Motivos de compra y usos del producto



- Modos, medios y costos de transporte internacional
- Operadores de servicios de transporte internacional, itinerarios, tiempo de tránsito y rutas



ESTUDIO COMERCIAL

- Importaciones (volumen, valor, procedencia, tendencia)
- Factores que influyen en la demanda y consumo
- Sistemas de precios, pagos y márgenes comerciales
- Canales de distribución comercial, políticas de promoción y publicidad existentes, etc.



- Normas y procedimientos aduaneros (importación)
- Reglamentación comercial
- registros, licencias, permisos, certificados previos a la importación
- Acuerdos comerciales vigentes y por suscribirse con el país exportador y terceros
- Prácticas arancelarias y no arancelarias existentes
- Derechos de aduanas y otros tributos, impuestos internos, etc.
- Reglamentaciones sanitarias, de seguridad y normas de etiquetado, etc.



TOMA
NOTA

•Es necesario consultar fuentes de información: estadísticas y bibliográfica especializada y también asistir a actividades de capacitación.

¿Cómo seleccionar mercados potenciales para exportar?

- Es importante conocer la **partida arancelaria** del producto a fin de hacer búsquedas **estadísticas** de países destino de las exportaciones.
- Se recomienda empezar por los países que son socios comerciales
- Búsqueda de información:
 - Estadística
 - Criterios cualitativos
 - Experiencias de exportaciones u organizaciones especializadas



¿POR QUÉ TENER MIRAS CON UN PAÍS CON EL QUE TENGAMOS UN TLC?

1. Acceso a mercados
2. Acceso a mercados-textiles
3. Procedimientos Aduaneros.
4. Obs. Técnicos al Comercio.
5. Reglas de Origen.
6. Agricultura.
7. Sanitarios y Fitosanitarios.
8. Servicios Transfronterizos.
9. Servicios Financieros.
10. Telecomunicaciones.
11. Comercio electrónico.
12. Inversiones.
13. Compras Gubernamentales
14. Propiedad Intelectual.
15. Medio Ambiente.
16. Laboral.
17. Políticas de Competencia.
18. Defensa Comercial.
19. Solución de Controversias.
20. Asuntos Institucionales
21. Fortalecimiento de Capacidades



¿Dónde encuentro información sobre estudios y guías de mercado?

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – SIICEX

<http://www.siicex.gob.pe/>

Procolombia

<http://www.procolombia.co/>

Pro Ecuador

<http://www.proecuador.gob.ec/>

ProChile

<http://www.prochile.gob.cl/>

ICEX España

<http://www.icex.es/icex/es/>



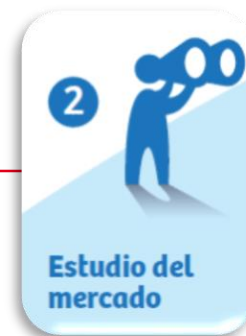
2



Estudio del mercado

Herramientas de Inteligencia de Mercados





¿Cómo mantenerme informado?

 **ALÓ EXPORTADOR**
604-5601 / 604-5602 / 604-5603

sae@promperu.gob.pe

sae1@promperu.gob.pe

Los módulos del Servicio de Atención al Exportador funcionan en sus nuevas instalaciones, sito en:
Av. Jorge Basadre 610, San Isidro. El horario de atención es de lunes a viernes de 9 a 13 horas y 14 a 18 horas.

El Servicio de Atención al Exportador brinda información y asesoría sobre procedimientos, requisitos y trámites de exportación.

 TOMA
NOTA

PROMPERU emite boletines semanales de inteligencia de mercados en los que se encuentran los nuevos lanzamientos, tendencias, guías de mercado, estudios por sectores, perfiles de productos, etc.



Paso III: Perfil de tu producto

- ✓ *¿Responde a las necesidades, gustos y preferencias, modas y tendencias del mercado al que apuntamos?*
- ✓ *¿Se diferencia en algo con respecto a los productos de la competencia?*
- ✓ *¿Se ajusta a los requerimientos de cantidad, calidad, etiquetado y protección del medioambiente?*
- ✓ *¿Todos los productos peruanos ingresan a los mercados internacionales?*

Regulaciones

http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=709.69200

La partida arancelaria

Es el código que define en el arancel de aduanas una mercancía determinada o bajo el que se agrupa una categoría de mercancías afines entre sí.

Lo apropiado y legal es decir “subpartida nacional”.

DIGITOS					DENOMINACION
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	
1° 2°					Capítulo
1° 2°	3° 4°				Partida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°			Subpartida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°		Subpartida NANDINA
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	Subpartida nacional

Descargue el arancel de aduanas

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-04normasoc.htm>

SECCIÓN: XI

MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS

CAPÍTULO: 61

Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto

Partida del sistema armonizado → 61.09

«T-shirts» y camisetas, de punto.

Subpartida del sistema armonizado → 6109.10

- De algodón:

- - "T-shirt" para hombres o mujeres:

6109.10.00.31

- - - De tejido teñido de un solo color uniforme, incluidos los blanqueados

6109.10.00.32

- - - De tejido con hilados de distintos colores, con motivos de rayas

6109.10.00.39

- - - Los demás

- - "T-shirt" para niños o niñas:

6109.10.00.41

- - - De tejido teñido de un solo color uniforme, incluidos los blanqueados

6109.10.00.42

- - - De tejido con hilados de distintos colores, con motivos de rayas

6109.10.00.49

- - - Los demás

6109.90

- De las demás materias textiles:

Subpartida nacional → 6109.90.10.00

- - De fibras acrílicas o modacrílicas → Partida específica

6109.90.90.00

- - Las demás → Partida genérica o bolsa

S

3



Perfil de tu producto

¿Qué debo conocer para adaptar el producto al mercado?

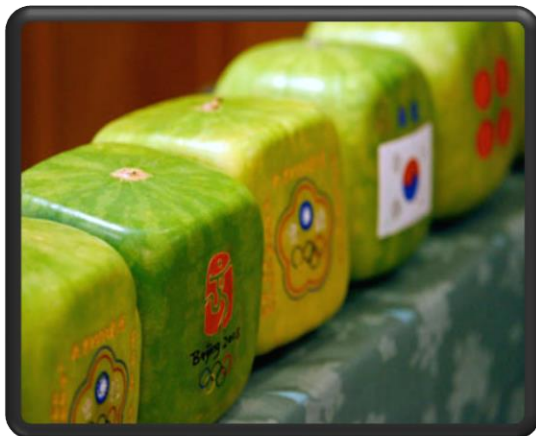
- Clima competitivo
- Relación precio-calidad
- Marcas propias
- Conciencia consumidora
- Productos orgánicos
- Código de ética
- Medios de difusión



3



Perfil de tu producto



3



Perfil de tu
producto

- **Barreras arancelarias**

Acuerdos vigentes

- Bloques económicos: CAN, OMC, MERCOSUR, APEC, EFTA, UE
- Bilaterales: Estados Unidos, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Costa Rica, Cuba, Japón, Alianza del Pacífico, México, Panamá, Singapur, Tailandia, Venezuela y Honduras

Acuerdos por entrar en vigencia

- Guatemala; Brasil, Australia, Acuerdo de Asociación Transpacífico - TPP, Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico - CTPP

Acuerdos en negociación

- El Salvador, La India, Turquía, Programa DOHA, Acuerdo de Comercio de Servicios-TISA.

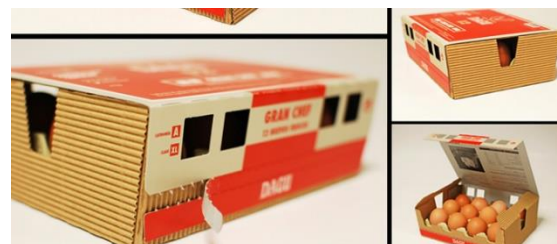
3



Perfil de tu
producto

- Barreras no arancelarias

- ❖ Cuotas, Antidumping,
- ❖ Derechos Compensatorios
- ❖ Inocuidad
- ❖ Seguridad
- ❖ Medio Ambiente
- ❖ Aspectos Sociales
- ❖ Inspección en aduanas
- ❖ Embalaje de madera
- ❖ Límites máximos de residuos plaguicidas (LMR)
- ❖ No exceder niveles de metales pesados
- ❖ Otras normativas





¿Dónde encuentro información sobre productos de exportación?

SIICEX

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000

Biocomercio

<http://www.biocomercioperu.org/>

Mincetur

<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/>

Minag

<http://www.minag.gob.pe/portal/>

Produce

<http://www.produce.gob.pe/>

Boletines de Inteligencia Comercial – SIICEX

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=725.72400





Información – Fichas Negociaciones

Respuesta a preguntas frecuentes y orientación básica sobre el proceso de negociación con principales mercados

- Próximas fichas: **Estados Unidos de América, México, Panamá, Bolivia, Reino Unido, Italia, Turquía, Israel, China, Corea del Sur, Indonesia, España y Portugal**
- En Boletín de Inteligencia de Mercados, en sección Infografías y en próximo número de la revista Exportando.pe



Información General de Chile

Inflación:
Se estimó una tasa de 3.5% para 2016. En 2015 el Índice de Precios al Consumidor fue de 4.4%.
Fuente: Banco Central de Chile y BMM Research (Departamento de Estudios Económicos)

Tipo de Cambio:
Para 2016, los pronósticos señalan que un dólar costará en promedio 700 pesos chilenos (1 USD=700 CLP).
Fuente: Banco Central de Chile y BMM Research (Departamento de Estudios Económicos)

PBI Chile:
Según los pronósticos, para 2016 el crecimiento estará en 2.5% y 2%. En 2015 este fue de 2.2%, en 2014 de 1.7% (indicador de 4.2% respecto a 2013), 5.3% en 2012 y 4.9% en 2011.
Fuente: Banco Central de Chile y Fide (Fondo Monetario Internacional)

Puertos Informacionales:
Chile cuenta con diez puertos o zonas portuarias, entre terminales públicas y privadas.

- Atico
- Iquique Antofagasta
- Magallanes
- Coquimbo
- San Antonio
- Talcahuano (San Vicente)
- Puerto Montt
- Puerto Arenas.

Fuente: Superintendencia de Puertos y Transportes

Aeropuertos Informacionales:

- Isla de Pascua (Mala Ven)
- Arica (Chacabuco)
- Iquique (Diego Arce)
- Antofagasta (Caro Moreno)
- Santiago de Chile (Arturo Merino Benítez)
- Puerto Montt (El Tepual)
- Punta Arenas (Presidente Carlos Ibáñez del Campo)

Fuente: Dirección General de Aeronáutica Civil, Asociación Chilena de Líneas Aéreas (CALA) y Superintendencia

Perfil General del Consumidor Chileno

El Banco Santander realizó un estudio de la composición AC Nielsen sobre el comportamiento del consumidor y del mercado chileno.

- El 47% de los chilenos se guía al comprar por el precio del producto.
- Casi el 70% de su población posee tarjeta de crédito.
- Incide en la decisión de compra variables como el factor precio, la calidad, buena atención, durabilidad, tecnología, servicio post venta y disponibilidad del servicio, ya no solo adquieren productos básicos.
- Existe casi igual población masculina como femenina (49% y 50%).
- La edad promedio del comprador chileno es de 32 años.
- Solo existe un 10% de población rural y un 90% tiene deserción escolar.

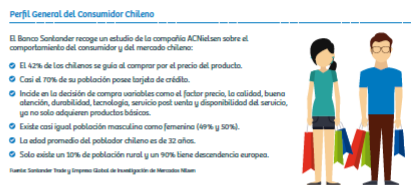
Fuente: Santander Trade y Ipsos Global e Investigación de Mercados Milan

Cuidados en el Proceso de Negociación

- El contacto o acercamiento no debe ser directo sino a través de intermediarios, para ello el contacto previo con cámaras de comercio y asociaciones de productores permite un mejor primer acercamiento con el sector empresarial chileno.
- En la primera reunión, lo más deseable es que se presente a los niveles directivos, debe girar en torno a temas muy generales sobre la actividad empresarial de ambas empresas. La puntualidad es una variable muy apreciada por el empresario de este país. La toma de decisiones está muy jerarquizada.
- La primera visita debe realignar el mismo nivel directivo, aunque las negociaciones se realicen con ejecutivos de nivel medio. Hay que establecer los citas con dos semanas de anticipación.
- Una vez en el país recomendar el día y la hora. Se recomienda mantener una actitud cordial y relajada con los secretarios, ya que tienen un rol muy importante en la toma de decisiones con los directivos.
- El empresario chileno negocia en un ritmo lento para seguir; ellos no buscan acuerdos globales, por el contrario, negocian punto por punto. Además no se deben presionar con tácticas agresivas, para obtener acuerdos.

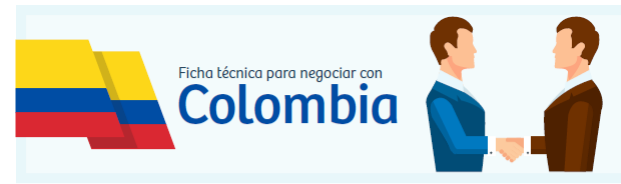
Normas de Protocolo

- El apretón de manos es el mejor modo de iniciar un saludo, también al entregar o recibir un paquete, siendo adecuado el firme de Señor/Saños.
- Muy buenas formas de conversación para ellos son el fútbol, su historia y literatura, puede darse como parte de una cita o media mañana.
- El costumbre que ella culmine con un almuerzo, y no es parte de su silenciosa recibir obsequios en las relaciones de negocios.
- No es propicio salir en medio de reuniones en los meses de enero a febrero que son épocas de vacaciones.
- Se recomienda ser cauto al usar palabras o expresiones propias de nuestro país, ya que tienen un significado diferente y pueden ser interpretadas como un término impropio por nuestro contraparte chileno.



Estrategias de Negociación

- El empresario chileno no suele entrar en detalles en la primera reunión ya que se trata de dar a conocer y describir la actividad de las empresas que se reúnen, utilizando argumentos subjetivos. Es recomendable mostrar entusiasmo y hacer hincapié en lo buen aspecto.
- Por su naturaleza, el empresario chileno es franco y por ende trata con mucha formalidad una negociación, y toma el tiempo debido para negociar cada punto del acuerdo comercial.
- Dos elementos a considerar es que brindemos un muy buen servicio y cumplamos con los plazos de entrega comprometidos. Finalmente, valores como la honestidad y la integridad, que son parte de la sociedad chilena, juegan un papel importante a considerar en la negociación con pares chilenos.



Perfil General del Consumidor Colombiano

El consumidor colombiano se encuentra en proceso de evolución y cambio.

En la conducta del consumidor colombiano prima:

- Precios versus calidad.
- Más analítico pero también consumista.
- Se informa antes de comprar.
- Se es fiel con las marcas.
- Es consumidor global pero simultáneamente local. Mucho dependiendo del producto.
- Sigue pidiendo rebaja pero analiza también la calidad. En centros Comerciales su participación promedio es del 46%, salvo Bogotá (con 70%).

Fuente: Heaton (F&W Publisher) y Mercator

Información General de Colombia

Inflación:
Se estimó una tasa de 6% para el 2016. En el 2015 el Índice de Precios al Consumidor fue de 5.65%.
Fuente: Banco de la República Banco Central de Colombia, BMM Research (Departamento de Estudios Económicos)

Tipo de Cambio:
Para el 2016 los pronósticos señalan que se llegará a un promedio de \$3.500 por peso colombiano por dólar. Se recomienda revisar la tasa vigente en portafolios especializados.
Fuente: Banco de la República Banco Central de Colombia, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria

PBI Colombia:
Según los pronósticos para el 2016 sería de 2.4%. Otros cifras de años anteriores son: 2014 llegó al 5.23% (indicador de 6.7% respecto al 2013), 5.92% en 2012 y 12.44% en el 2011.
Fuente: Banco de la República Banco Central de Colombia, BMM Research (Departamento de Estudios Económicos)

Puertos Informacionales:
Colombia cuenta con diez puertos o zonas portuarias, entre terminales públicas y privadas.

- Buenaventura
- Cartagena
- Barranquilla
- Santa Marta
- La Guajira
- Cúcuta
- Galapa (Maracaibo)
- Uribá
- San Andrés
- Turbo.

Fuente: Superintendencia de Puertos y Transportes

Aeropuertos Informacionales:

- El Dorado (Carlos Galán (Boigó))
- Ernesto Cortisso (Barranquilla)
- Rafael Núñez (Cartagena de Indias)
- José María Córdoba y Olga Henare (Medellín)
- Alfonso Bonilla Aragón (Cali)
- Palonegro (Bucaramanga)
- Matucana (Pereira)

Fuente: Aerolíneas COK de Colombia

Cuidados en el Proceso de Negociación

- En Colombia no existe la figura del Agente Comercial, los productos extranjeros son distribuidos por Distribuidores-Importadores.
- El empresario colombiano es una sociedad muy cerrada, es por ello que se recomienda de contactos personales para el éxito comercial con este país.
- Es necesario crear un ambiente de distinción y confianza, antes de hablar de negocios, ganarse la confianza del empresario es la clave de éxito.
- Los colombianos son muy susceptibles a los temas de evasión, es por ello que se recomienda hablar en voz baja y no actuar con ningún comportamiento brusco y cuidar las expresiones o utilizar.
- En este país se utiliza mucho los anglicismos en su lenguaje comercial, es por ello que no estaría mal visitar algunos catálogos en inglés, por el contrario, lo mejor es usar a la imagen de su empresa.
- Cuando se firma un contrato de compra, venta, distribución o representación, debe llevarse a una notaría para su registro de autenticación.
- El clima en Colombia es muy variado, se recomienda vestir en capas, considerando prendas para días (frio, húmedo y soleado). Bogotá (cima de sierra) se encuentran a 2600 metros, se aconseja llegar un día antes para aclimatarse e incluir una sombrero en el equipaje. Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga son calientes y se encuentran entre 0 y los 1000 metros, son de clima cálido.

Estrategias de Negociación

- En el etapa de negociación, se debe tratar de negociar directamente al más alto nivel, los empresarios colombianos consideran que tratan con personas y no con empresas. Las negociaciones son lentas e inmadura mucho interés por recibir ofertas.
- Después de una reunión, no abandone rápidamente la sala o despacho. Es buena hacer una pequeña "sobremesa" y charlar un rato con sus compañeros de reunión. Solo que tenga una buena excusa (o sea "disparador" de la reunión).
- Los empresarios colombianos tienen una forma de ser más formal y clásico en los negocios. Les da gana contar sus más modernos y relajados en sus cotidianos y formas de negocio.
- Las tarjetas de visita se deben intercambiar después de las presentaciones.

Normas de Protocolo

- El apretón de manos es el mejor saludo para iniciar una negociación, no debe darse tan efusivo ni de manera tan apesadumada.
- El colombiano es muy abierto o diáspora sobre cualquier aspecto, incluso los temas de poder ser polémicos.
- No se debe utilizar los índices de los dedos, porque tiene un significado obscuro.
- En una cita de negocios, se recomienda que sean ellos los que inicien la conversación. No está bien visto servir varias raciones de una fuente y se debe dejar un poco de comida en el plato.
- La hora adecuada para un almuerzo de negocios es a las 12 horas. Al final de la reunión conviene tomar una taza de café colombiano.

Elaboración: Departamento de Inteligencia de Mercados

Infografía: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page=896.72400#anclafecha
Boletín: <http://www.siicex.gob.pe/inteligenciademercados>



Paso IV: Promoción de tu producto

¿Cómo difundir internacionalmente la oferta de un producto?

- Participación en ferias especializadas y misiones comerciales, así como ruedas de negocios.
- **Promperú** cuenta con el calendario de actividades en el que se puede visualizar todas las ferias especializadas en las que participa.
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=954.72400
- **Perú Trade Now** comunidades de negocios que facilitan las operaciones comerciales entre las empresas.
<http://www.perutradenow.com/en/home>

4



Promoción de
tu producto

¿Dónde puedo encontrar más información acerca ferias internacionales?

 **Ferias**
Sencillamente ferias

portalferias.com

Ferias internacionales en Perú

PerúMODA 2015
15-17 ABRIL/LIMA PERÚ


expoalimentaria

26/28
Agosto
Lima - Perú



 **prom**
perú



¿Cuáles son los materiales promocionales básicos que deben desarrollarse para exportar?

- Tarjetas promocionales
- Materiales impresos
- Fichas técnicas
- Dirección electrónica
- Página web
- Muestras de los productos



4

Promoción de
tu productoTOMA
NOTA

Internet es una herramienta alternativa que te permite reducir costos y tener una aproximación virtual a tus compradores.

- Posicionamiento web
- Presencia en redes sociales
- Participa en blogs
- Interactúa con tus clientes
- Acércate a tus clientes

Google

Posiciona tu Empresa
en los primeros lugares

- ✓ Más Tráfico a tu Página web.
- ✓ Más Prospectos de Clientes.
- ✓ **Más Ventas.**
- ✓ ¿ Pero cómo se logra ?

¿ Pero cómo se logra ?

¿ Pero cómo se logra ?



Paso V: Contacto comercial

¿Qué debo tomar en cuenta una vez establecido el contacto con el potencial comprador?

- Lo ideal es una vez establecido el contacto, se haya enviado información sobre la empresa, cotización, catálogos, muestras, etc., se desarrolle un contrato de compra venta internacional.



Modelos de contratos de compra y venta

http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=828.82600#anclafecha



Algunas cláusulas a considerar

1. Nombre y dirección de las partes
2. Producto, normas y características
3. Cantidad
4. Embalaje, etiquetado y marcas
5. Valor total del contrato
6. Condiciones de entrega
7. Descuentos y comisiones
8. Impuestos, aranceles y tasas
9. Lugares
10. Períodos de entrega o de envío (plazos, vigencias. prórrogas)
11. Envío parcial - transbordo – agrupación del envío
12. Condiciones especiales de transporte



5



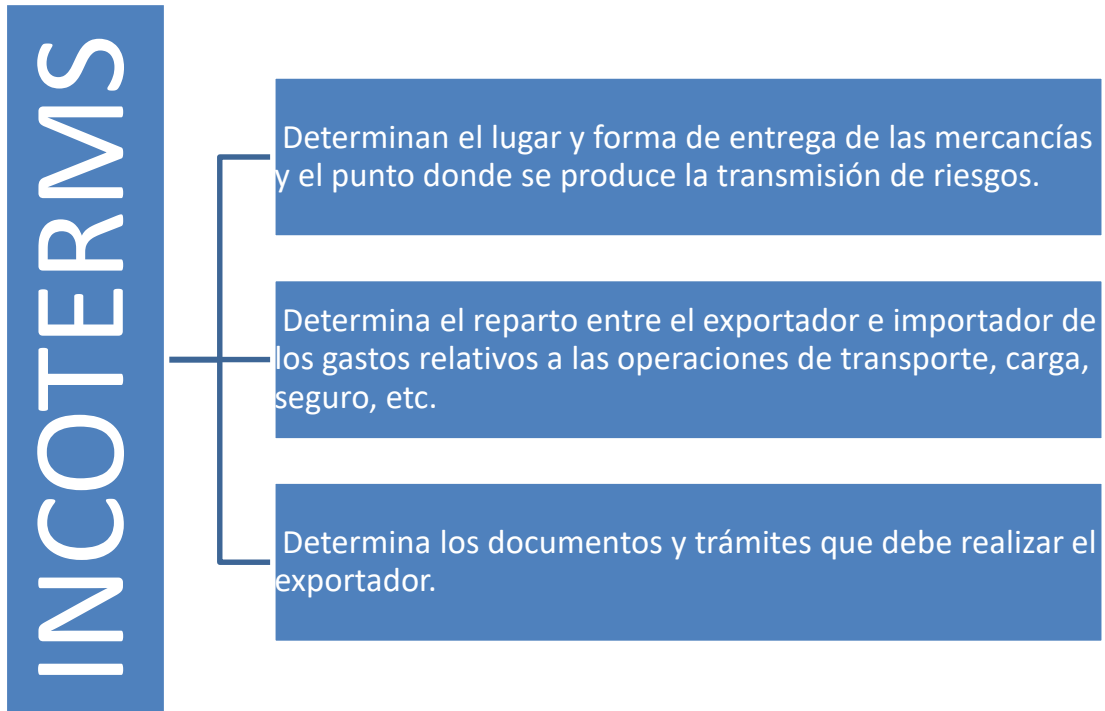
Contacto
comercial

13. Condiciones especiales de seguro.
14. Documentos.
15. Inspección.
16. Licencias y permisos.
17. Condiciones de pago.
18. Medios de pago.
19. Garantía.
20. Incumplimiento de contrato por causas de “fuerza mayor” (penalidades).
21. Retrasos de entrega o pagos.
22. Arbitraje y conciliación.
23. Idioma.
24. Jurisdicción
25. Firma de las partes.





- También es importante conocer los Términos Comerciales Internacionales que delimitan nuestras responsabilidades y costos a asumir.





FAS

- Transporte
- Aduana
- Al costado del Buque

FOB

- Franco a Bordo.

CFR

- Costo y Flete

CIF

- Costo, seguro y Flete

País Destino



EXW

- Puesto en Fabrica

**A
D
U
A
N
A**



FCA

- Entrega de la mercancía en el lugar acordado.



CPT

- Costo de transporte hasta el punto de entrega

CIP

- Costo de transporte y seguro

País Origen

DAP

- Entrega en el lugar acordado

DAT

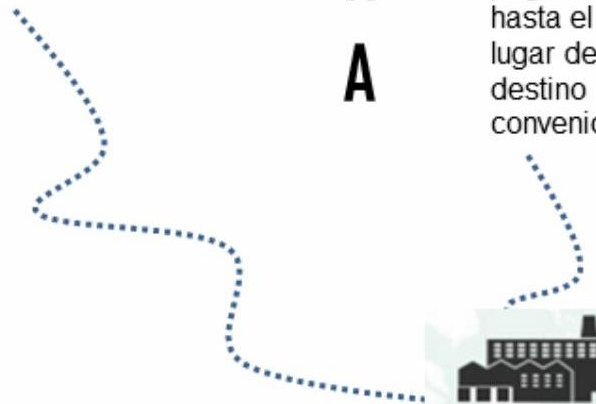
- Entrega en el terminal

**A
D
U
A
N
A**



DDP

- Entrega derechos pagados hasta el lugar de destino convenido.





- Establecer el medio de pago

Dependerá de:

1. El poder de negociación entre ambas partes.
2. El grado y tiempo de conocimiento entre el importador y el exportador.
3. El nivel de confianza entre las partes.
4. El tamaño y valor de la operación.
5. La frecuencia de las operaciones (mensuales, bimensuales, trimestrales, otros).
6. Exigencia de cada economía.



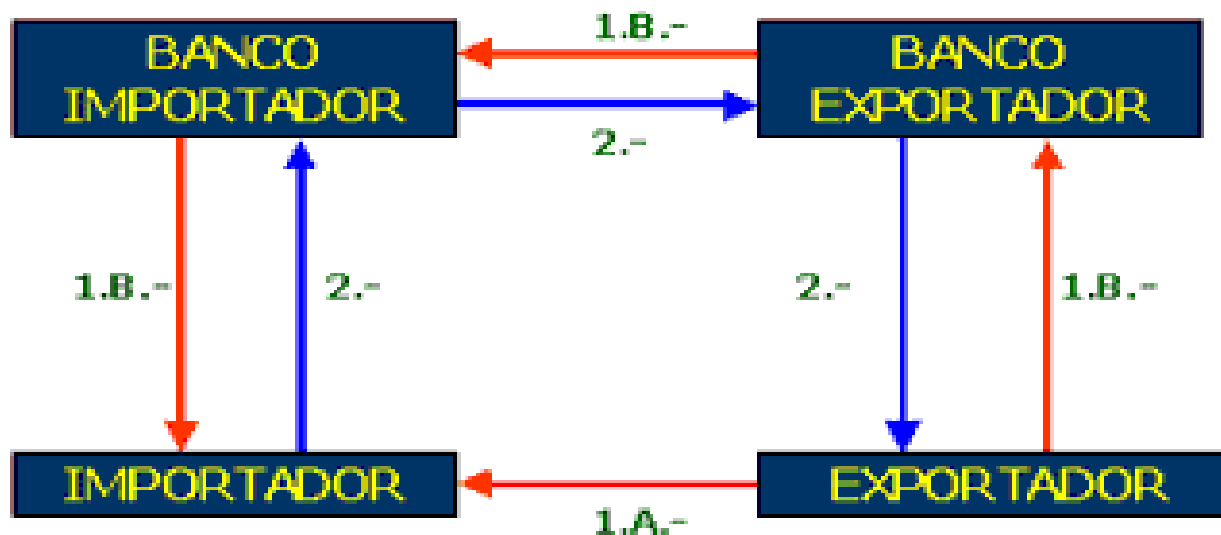
Promperú pone a tu disposición el Simulador Financiero para medios de pago, financiamientos y garantías.

<http://www.siicex.gob.pe/financiero/frmFinancieroSimulador.aspx>





Cobranza Documentaria



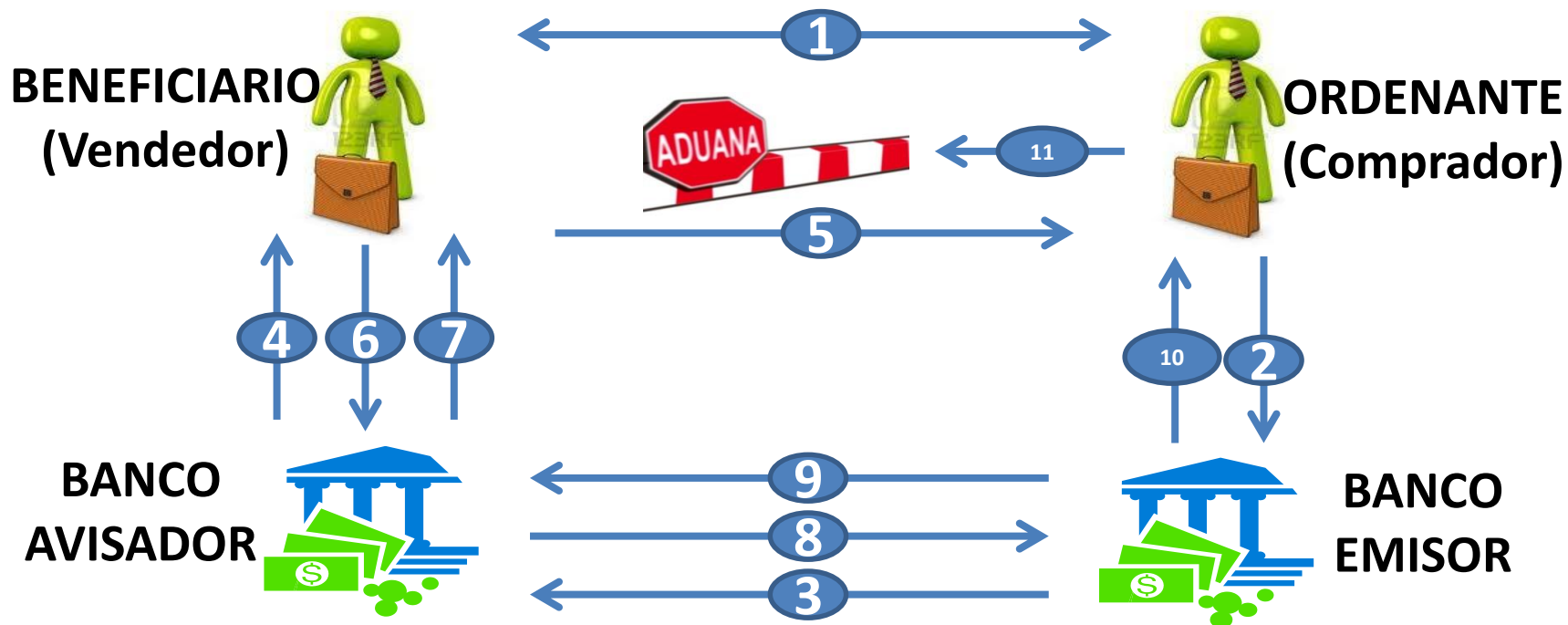
1.A.- Envío de la mercancía

1.B.- Envío de los documentos y de un efecto financiero

2.- Pago (venta al contado) o aceptación del efecto financiero (venta a plazo)



Carta de crédito o Crédito documentario



1. Contrato de compra venta internacional
2. Apertura de la carta de crédito a favor del exportador
3. Envío de la carta de crédito al banco del exportador
4. Notificación de la carta de crédito al exportador
5. Embarque de la mercancía
6. Entrega de los documentos de exportación
7. Pago al exportador (L/C a la vista)
8. Envío de los documentos al banco del importador
9. Reembolso entre bancos
10. Entrega de documentos al importador
11. Retiro de la mercancía en la aduana



Documentos de Seguro

Póliza de seguro individual

- Cubre un solo envío.
- Ampara un cargamento específico, vuelo, embarque, exportación, importación.
- Se emplea en aquellos casos en que los embarques son costosos o que el cargamento va a lugares diferentes o comprende productos y transportadores diversos.

Póliza de seguro global o flotante

- También conocida como Póliza Cubierta, ampara a todos los envíos sucesivos del asegurado.
- El contrato se hace generalmente por tiempo indefinido hasta que una de las partes comunique a la otra su caducidad.



Paso VI: Trámite de aduanas

Menor a US\$ 5,000

Se considera una exportación de menor cuantía.

El trámite aduanero se puede realizar directamente con la entidad aduanera.

Documento a presentar:
Declaración Simplificada de Exportación (DSE).

Mayor a US \$ 5,000

Se considera una exportación comercial.

Se requiere contratar los servicios de un agente de aduanas.

Documento a presentar:
Declaración Aduanera de Mercancías (DAM).

6



Trámites de aduana

PROCEDIMIENTO DE EXPORTACIÓN



Transmisión Elect / Numeración DUA de exportación provisional
Con Datos Provisionales

Transporte Interno país de origen

Ingreso de Mercancía a Zona Primaria

Asignación de Canal

RECONOCIMIENTO FÍSICO

REGULARIZACIÓN (30 Días)

- Transmisión complementaria de Datos de la DAM
- Presentación de Documentos



Salida al Exterior

Autorización: **EMBARQUE**



Carga y Estiba



Para acceder al servicio es necesario cumplir con 3 requisitos:

1. Contar con RUC y clave SOL.
2. El valor de la mercancía no debe superar los \$ 7,500.
3. Y el peso no debe ser mayor a 50kg por bulto .

¿Qué productos puedo exportar?

¿Puedo enviar muestras?

¿Qué documentación presento?



¿Qué debo conocer para el trámite operativo?

Es el arancel

Es el impuesto que paga el importador al introducir productos en un mercado. Estos impuestos se encuentran establecidos en el Arancel de Aduanas.

Pueden ser de tres tipos:

- Ad-Valorem (siendo éste el más utilizado)
- Específico
- Mixto

Base imponible: valor CIF aduanero determinado según el Acuerdo del Valor de la O.M.C.

Tasa impositiva para importaciones en Perú: tres (03) niveles: 0%, 6% y 11%.



Documentos comerciales

- Factura Comercial
- Lista de Empaque o “packing list”
- Certificados
 - ✓ Certificado de origen (ADEX, SNI, CCL y cámaras de comercio regionales) o Autocertificación
 - ✓ Certificado sanitario (DIGESA, DIGEMID)
 - ✓ Certificado Productos Hidrobiológicos (ITP)
 - ✓ Certificado fitosanitario / zoosanitario (SENASA)
 - ✓ Certificado CITES (SERFOR)
 - ✓ Otros Certificados

Modelos de documentos

http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=827.826



Documento de transporte

- Constituyen documentos de contrato entre exportador y transportista para traslado de productos desde origen a destino.
- Contrato de fletamento con el transportista, el cual tiene carácter de título de propiedad de la mercadería.
- Prueban contrato de transporte suscrito con el transportista y sus condiciones.
- Demuestran recepción de mercadería por transportista.
- Permiten retiro de mercadería.
- Son títulos valores que demuestran propiedad

6



Trámites de aduana



TFC20246899

Shipper's Name and Address ABC EXPORTER SMD BND KWANG 264, PADUNGAN ROAD, KUCHING MALAYSIA T:46465 F:12346 THE DIRECTOR		Not Negotiable HOUSE AIR WAYBILL Issued by: MY FREIGHT FORWARDING COMPANY LTD 35, DEMO FREIGHT BUILDING KUALA LUMPUR Malaysia T:+00000 F:+00000 	
Consignee's Name and Address AIZ IMPORTER GMBH RIEMER STRASSE 350, D - 81829 MUNICH GERMANY T:123987 F:654123 PURCHASING OFFICER		Copies 1, 2 and 3 of this Air waybill are originals and have the same validity It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted for damage) SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREBY BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA IMMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMING APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.	
Issuing Carrier's Agent Name and City MY FREIGHT FORWARDING COMPANY LTD MALAYSIA		Account Information	
Agent IATA Code Account No		Airport of Departure (Addr of First Carrier) and Requested Routing KUALA LUMPUR INTERNATIONAL	
To By First Carrier / Loading and Destination / to by to by FRA		Declared Value for Carriage N V D	
Airport of Destination FRANKFURT INTERNATIO		Declared Value for Customs N C V	
Handling information		Amount of Insurance NIL	
No. of Pieces RCP 13		Nature and Quantity of Goods (incl Dimension or Volume) Shipper's load, stow, and count FOOD STUFF 3.78	
Gross Weight 147		Total AS AGREED	
kg lb KQ		Rate Class / Commodity Item No. AS AGREED	
Other Charges AS AGREED		Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to applicable Dangerous Goods Regulations.	
MY FREIGHT FORWARDING COMPANY LTD Signature of Shipper or his agent		2 January 2010 KUALA LUMPUR INTERNATIONAL	
ORIGINAL 1 (FOR CARRIER)		Signature of Issuing Carrier or his agent	

WORLDWIDE CONTAINER LINE 012513		BILL OF LADING	
Shipper VIBROFLOORS SPAIN, S.L. RONDA DE SANT ANTONI M ^o CLARET, 28 A, 2 ^o D 17001 GIRONA GIRONA SPAIN T: 52220380 Fax: 97220380		Booking No. BCN202241	
Consignee (if "to the order" please so indicate) U.C.P. BACKUS Y JOHNSTON S.A.A. AV. NICOLAS AYLLON 3988 ATE - LIMA - PERU PERU		B/L No. BCN202241	
For Delivery please apply to: ANDINA FREIGHT S.A.C. AV. LA PAZ, NO 811 OFIC.104 MIRAFLORES - LIMA PERU Phone: 12420572 Fax: 12429974		Export Reference	
Weight Key THE SAME AS CONSIGNEE		Service Type FCL/FCL	
Place of Receipt BARCELONA		Port of Loading BARCELONA	
Name of Consignee ANNABELLE SCHULTE		Voyage No. 238W	
Port of Discharge CALLAO		Place of Delivery	
PARTICULARS FURNISHED BY MERCHANT			
Container No./Prefix by Blank CASRU 1918B11		No. of Packages 4 PACKAGES	
Description of Goods 1x20'Dry STC.: CONSTRUCTION MATERIAL		Gross Weight & Measurement 1298,00 KGS	
SEAL: HS477934		31 PACKAGES CONSTRUCTION MATERIAL + IMO CLASS 8 - UN 2735 - PACKING GROUP: III IMO CLASS 9 - UN 3082 - PACKING GROUP: III	
SEAL: 378281		22305,00 KGS	
FREIGHT PREPAID ON BOARD, 28.02.2012 TIBA INTERNACIONAL S.A. As Agents, ONLY		23600,00 KGS	
ORIGINAL			
Freight & Charges "AS AGREED"		Date of Issue of B/L 26/FEB/2012	
Place of Issue of B/L BARCELONA		Number of Original B/Ls 3/THREE	
Date of Issue of B/L 26/FEB/2012		Signed as Agent for the Carrier (Book/Bill of Container Lines Ltd) TIBA INTERNACIONAL S.A. As Agents, ONLY	



7



Embarque
al exterior

Paso VII: Embarque al exterior

Modalidades de transporte internacional



Terrestre



Aéreo



Acuático (marítimo, lacustre y fluvial)



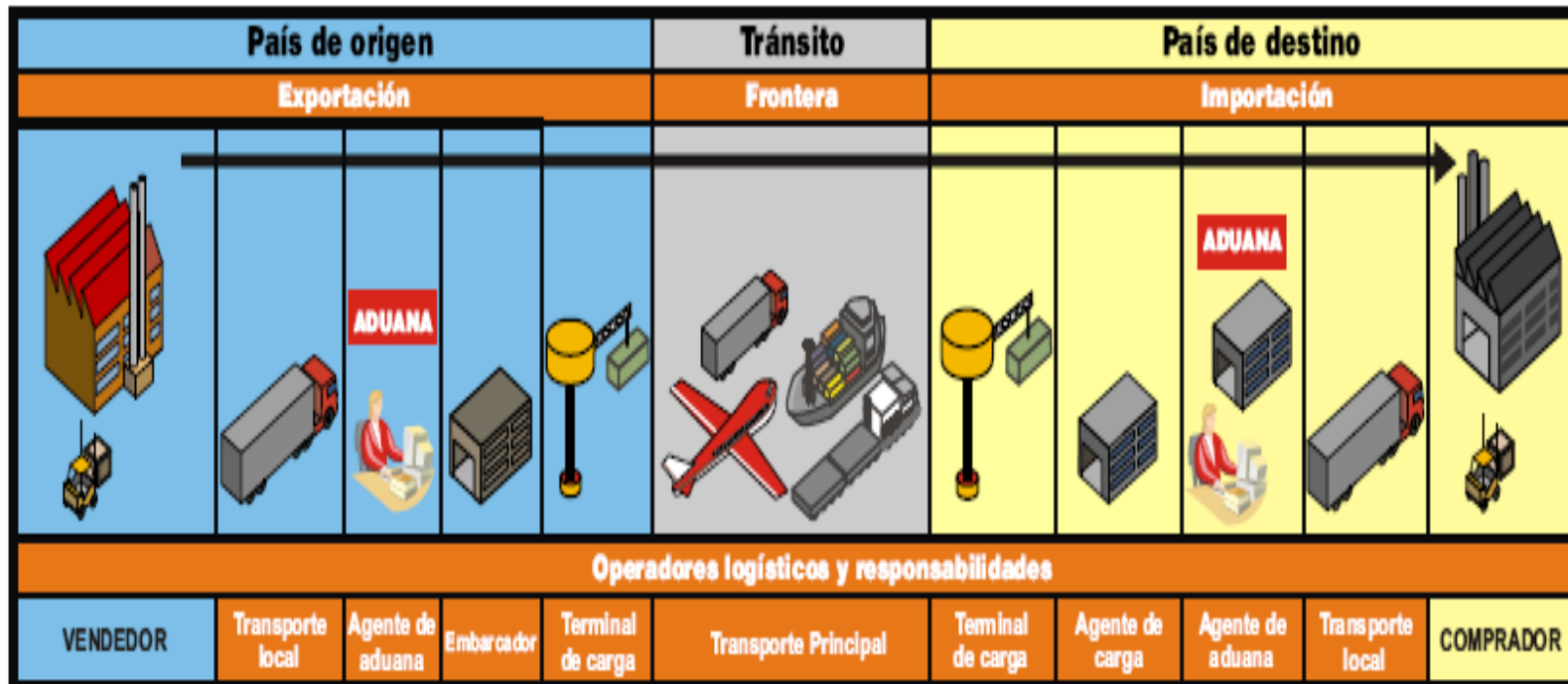
TOMA
NOTA

Promperú pone a tu disposición el Simulador de Rutas Marítimas para cálculo de fletes. <http://www.siicex.gob.pe/rutas/fmRutasSimulador.aspx>

prom
perú



El operador logístico

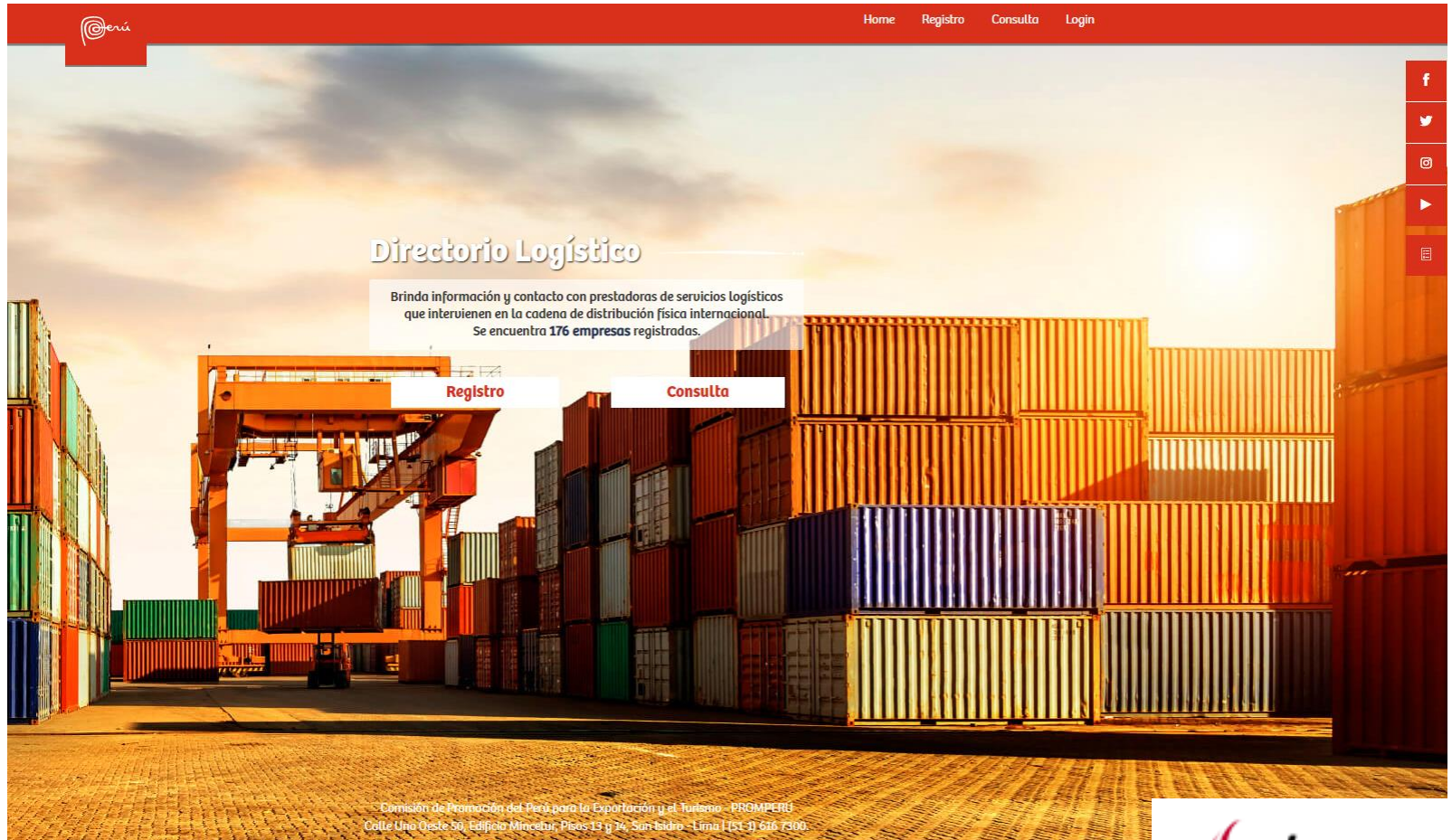


TOMA
NOTA

Promperú pone a tu disposición un directorio de operadores logísticos:

<http://directoriologistico.promperu.gob.pe/>

¿Dónde encontrar información de los operadores logísticos?



<http://directoriologistico.promperu.gob.pe/>



Exportando paso a paso

Así, todos
podemos hacerlo



1 Formalización de tu empresa

Antes que nada, debes estar formalizado como persona natural o jurídica. Tu empresa tiene que estar reconocida legalmente y contar con número de RUC. Asimismo, debes estar habilitado para emitir boletas de venta o facturas comerciales. Este procedimiento se realiza en la SUNAT.



2 Estudio del mercado

Tienes que realizar un análisis del mercado internacional para determinar la demanda potencial y las oportunidades de negocios. Para ello, debes consultar con fuentes de información, tales como estadísticas y bibliografía especializada, así como asistir a actividades de capacitación. Toda esta información está disponible para ti en el portal SIICEX: www.siicex.gob.pe.



3 Perfil de tu producto



4 Promoción de tu producto

Para que tu mercancía pueda ser conocida en el mercado internacional es necesario utilizar herramientas de promoción comercial, como las ferias



5 Contacto comercial

Una vez establecido el contacto con el comprador potencial y enviada la información sobre tu empresa y tus productos (cotización, catálogos, ficha técnica, muestras), debes desarrollar un contrato de compra-venta internacional.



6 Trámites de aduana

Como exportador, debes enviar a tu agencia de aduanas o agencia de carga los documentos comerciales de embarque exigidos por el importador. En base a ellos, la agencia de aduanas realiza los trámites ante la SUNAT, solicitando la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM), documento oficial para regularizar la salida legal de tus productos. En caso de que el despacho sea inferior a US\$ 5 000, tu mismo



7 Embarque al exterior

En la etapa final, la agencia de aduanas solicita a la agencia de carga la numeración del documento de embarque para el traslado de tu producto a la nave.

Luego, la agencia de aduanas te entrega los documentos de embarque para que los remitas a tu banco y a tu importador, vía courier. Finalmente, si cuentas con una carta de crédito en la que se establecen las condiciones de entrega del producto (lugar, precio, forma de pago, entre

¡MUY IMPORTANTE!

Siempre coordina con el comprador las condiciones de acceso en su país, de tal manera que tus productos lleguen fácilmente a su destino. Como en cualquier importación, los compradores deberán cumplir con las exigencias arancelarias, las normas y las reglamentaciones de comercio de su país.





Simulador de Exportaciones LATE

LATE



¡Ingresa a LATE
y exporta a nuevos
mercados!

Correo electrónico*

Contraseña*

Recordarme

Ingresar →

[Registrarse](#)

[Olvidaste tu contraseña](#)



<https://www.late.gob.pe/>



MUCHAS GRACIAS

Carmen Ascama Huarcaya
Departamento de Asesoría Empresarial y Capacitación
sae@promperu.gob.pe
www.promperu.gob.pe

11 de septiembre de 2019
Lima, Perú

