

Desarrollos Complementarios de Servicios para el Exportador





AGENDA



- 1. MARCO DE ACCION
- 2. CAPACITACION DE CAPACITADORES EN COMERCIO EXTERIOR
- 3. HERRAMIENTAS DE CALIDAD BUENAS PRACTICAS DE MERCADEO Y MANUFACTURAS
- 4. METODOLOGIA DE PLANES DE EXPORTACION
- 5. PORTAL DE COMERCIO SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACION DE COMERCIO EXTERIOR





Marco de Acción



Gestión de PROMPERÚ (según perfil del exportador)

INTERESADOS EN EXPORTAR

(Información y capacitación)

EXPORTADORES EN PROCESO

(Desarrollo de producto y de gestión)

EXPORTADORES ACTUALES

Oferta exportable "apta"

(Oferta exportable)

Desarrollo de le oferta exportable sostenible





ASESORÍA Y CAPACITACIÓN

INTELIGENCIA COMERCIAL

PROMOCIÓN COMERCIAL





CAPACITACIÓN DE CAPACITADORES EN COMERCIO EXTERIOR



PROYECTO



N°	Actividades			
1	Elaboración del Manual del Programa			
2	Elaborar un sistema de evaluación del PCC, y validarlo con PROMPERU			
3	Preparar (infraestructura y materiales) necesarios para la ejecución del taller piloto en Lima			
4	Desarrollar y evaluar el taller piloto en Lima			
5	Reporte de Ejecución y Evaluación del Piloto			
6	Reajuste del taller piloto del Programa de Capacitación a Capacitadores, para los Talleres en las regiones			
7	Desarrollar y evaluar los talleres descentralizados de capacitación			
8	Desarrollo del Taller Multiregional			
9	Entrega de Certificados a los participantes del programa de capacitación a Capacitadores en Comercio Exterior			
10	Reporte de Ejecución del Programa de Capacitación Integral			
11	Entrega del informe final			





CONTENIDO



- 1. Manual para capacitación en comercio exterior
- 2. Presentaciones PPT
- 3. Material de Apoyo
- 4. Lecturas

	Tema	Duración (Horas)
MÓDULO 1	1. El comercio Internacional	2
	2. Integración Económica	2
	3. Promoción de Exportaciones	3
	4. Contratos de Exportación	2
	 Documentación y Medios de Pago Internacionales 	2
	6. Transporte Internacional y Seguros	2
	7. Operatividad Aduanera de Comercio Exterior	3
MÓDULO 2	8. La planificación de la investigación del mercado de exportación	2
	 El proceso de la investigación del mercado de exportación 	2
	 Herramientas para la investigación de los mercados de exportación 	4
	11. Selección de los mercados de exportación	4
	12. Perfil de mercado de exportación	4
	13. Estudio de mercado de exportación	4
	 14. El Informe de la investigación del mercado de exportación. 	2
MÓDULO 3	15. Importancia de la elaboración de un plan de exportación	2
	16. Análisis competitivo del sector y la empresa	2
	17. Evaluación de la capacidad exportadora	4
	18. El mercado y los objetivos de exportación	4
	 Plan de mercadeo y estrategias de exportación 	4
	20. Gestión del financiamiento de exportaciones	4
	21. Redacción del plan de exportación	2 (pv
<u> </u>		$-P_{\star}$



RESULTADOS





300 docentes universitarios capacitados (multiplicadores) en 10 Regiones beneficiadas y material para réplicas







HERRAMIENTAS DE CALIDAD BUENAS PRACTICAS DE MERCADEO Y MANUFACTURAS

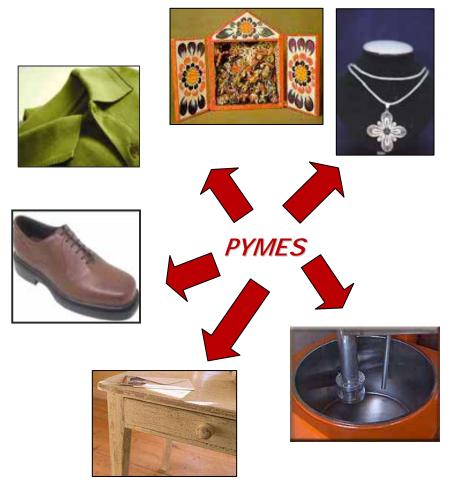


¿A quiénes está dirigido?



PYMES de los sectores:

- Textil Y Confecciones
- Cuero, Calzado y Accesorios
- Muebles y Madera
- Manufacturas Diversas
- Joyería y Artesanía







METODOLOGÍA



- Capacitaciones grupales.
- Visitas de seguimiento y asesoría en el puesto de trabajo.
- Evaluaciones de avance en la implementación.
- Evaluación Final.



FASE I "El primer paso para la calidad": 2.5 meses.

FASE II: Implementación de las BPMM: 5 meses.







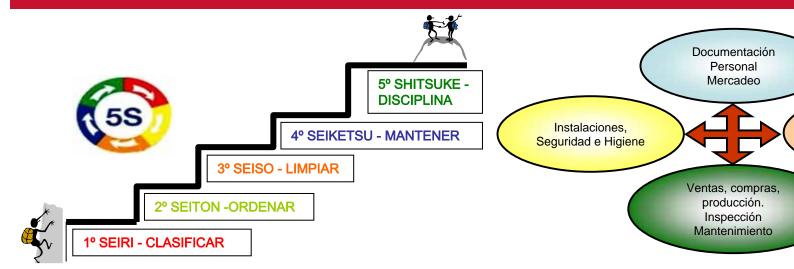


CONTENIDO BPMM



Auditorías Internas

Análisis y Mejora



MÓDULO	Tema	Hrs.
Sensibilización	 Presentación del Programa Introducción a la herramientas básicas de calidad: 5S 	2
I	 Clasificación y descarte 	3
II	Orden y Limpieza	3
III	Mantenimiento y Disciplina	3
Cierre	Presentación de resultados finales.Clausura.	3
	Total hrs.	14

SESION	ACTIVIDAD	TEMA	Hrs.
1	Seminario	Requisito 4.1 Organización	4
'	Taller	Requisito 4.1 Organización	3
2	Seminario	Requisito 4.3 Control de Documentos	4
	Taller	Requisito 4.3 Control de Documentos	3
3	Seminario	Req. 4.2 Instalaciones y Req. 4.4 Personal	4
3	Taller	Req. 4.2 Instalaciones y Req. 4.4 Personal	3
4	Seminario	Req. 4.6 Planificación Parte 1	4
7	Taller	Req. 4.6 Planificación Parte 1	3
5	Seminario	Req. 4.6 Planificación Parte 2	4
3	Taller	Req. 4.6 Planificación Parte 2	3
6	Seminario	Req. 4.7 Inspección	4
	Taller	Req. 4.7 Inspección	3
7	Seminario	Req. 4.8 Mantenimiento y Req. 4.9 Higiene y Seguridad	4
l '	Taller	Req. 4.8 Mantenimiento y Req. 4.9 Higiene y Seguridad	3
8	Seminario	Req. 4.10 Auditoria y 4.11 Mejora	4
٥	Taller	Req. 4.10 Auditoria y 4.11 Mejora	3
		Hrs. Seminario	32
		Hrs. Taller	24
		Total de hrs.	56





BENEFICIOS



INTERNOS

- Establecimiento de una política y objetivos de calidad.
- Estandarización de los procesos.
- Establecimiento de indicadores que sirven para monitorear la eficacia de la gestión.
- Reducción de costos.
- Mejoramiento de los canales de comunicación interna
- Compromiso del personal con la calidad y la mejora continua.
- Mejora de las competencias del personal a través de los programas de capacitación.

EXTERNOS

- Incremento de la satisfacción al cliente
- Base sólida para un crecimiento sostenido al momento de exportar en un mercado abierto, competitivo y globalizado.
- Una certificación de calidad es una gran ventaja competitiva







METODOLOGIA DE PLANES DE EXPORTACION





ANTECEDENTES



Existe un gran número de empresas que regularmente entran y salen del mercado internacional, debido a factores como: los altos costos de mercadeo, la incertidumbre de nuevos mercados y clientes y la percepción de riesgo de los potenciales compradores.

Concepto	2007	2006	2005	2004	2003
Exportadoras	1324	1522	1524	1450	1217
Exportadores en Proceso	617	750	906	596	441
Interesados en Exportar	2093	1639	1260	1287	1453
Total Pyme	4034	3911	3690	3333	3111

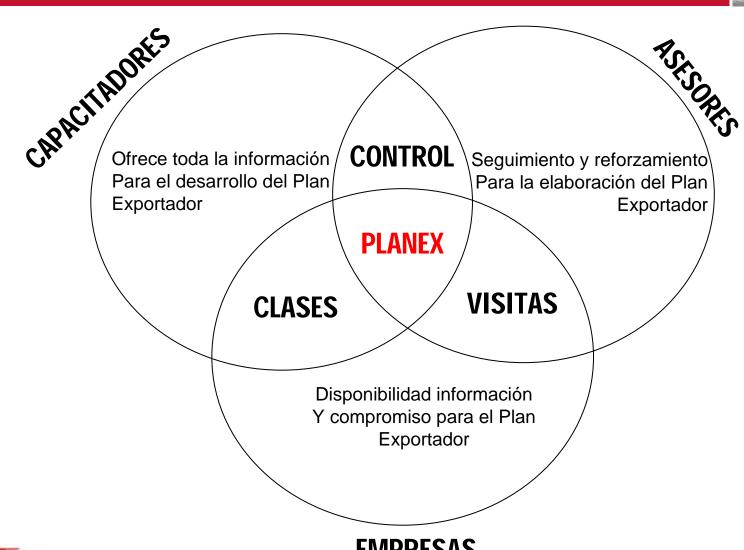
Fuente: Sunat / Elaboración SAE





METODOLOGÍA







CARACTERÍSTICAS



El programa Planex se realizara con la participación de las empresas evaluadas por PROMPERU.

Serán desarrollados por los Docentes Universitarios pertenecientes al Programa de Capacitando Capacitadores de Comercio Exterior, a nivel nacional.

Las visitas serán realizadas por consultores Junior quienes serás los estudiantes de las universidades a nivel nacional.

El desarrollo de la Elaboración del Plan de Negocio Exportador usara una herramienta, el Software Planex vía On Line donde la empresa podrá ingresar en cualquier lugar donde se encuentre.





SOLUCIÓN WEB





COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y TURISMO







Análisis del Potencial Exportador



Plan estratégico y organizacional



Análisis del Producto en el Mercado Objetivo y Plan de Marketing



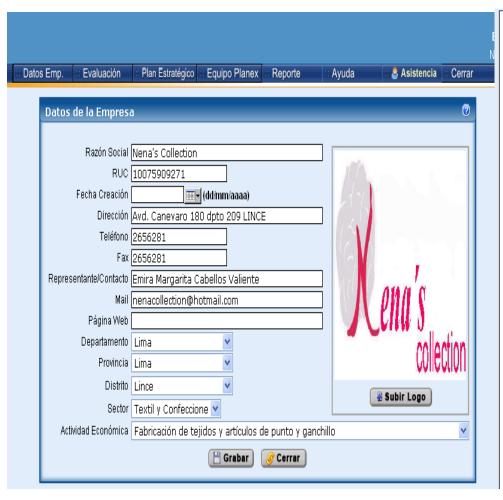
Análisis de la gestión Exportadora

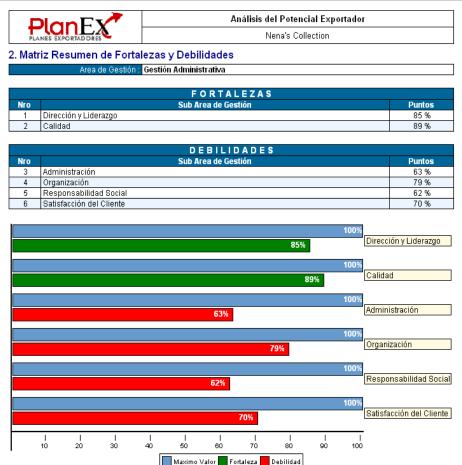


Analisis Financiero y Plan Financiero

Módulo 0 Análisis del Potencial Exportador











Módulo 1 Plan Estratégico y Organizacional



 El módulo 01 presenta la organización de la empresa considerando esta, el programa orienta la implementación a un dirección, estratégica, con las herramientas que esta implica, tal como la Visión, Misión y Valores de la Empresa

Plan Estratégico
isión Valores Misión
¿Qué es lo que yo veo como clave para el futuro de nuestra empresa?
Amplear nuestro mercado internacional
¿Qué características queremos resaltar?
la calidad del producto con responsabilidad social empresarial
¿Cuál veo como la mayor oportunidad de crecimiento para nuestra empresa?
una oportunidad seria la firma de nuevos tratados comerciales con diversos paises
¿Qué contribución única deberemos hacer en el futuro?
generando puestos de trabajo
¿Qué me emocionaría acerca de ser parte de esta empresa en el futuro?
la empresa sera reconocida por el trabajo realizado
¿Cómo queremos que nuestra empresa sea reconocida?
recomocida por la calidad y competitividad
Visión
Amplear nuestro mercado internacional, la calidad del producto con responsabilidad social empresarial, una oportunidad seria la firma de nuevos tratados comerciales con diversos países, generando puestos de trabajo, la empresa sera reconocida por el trabajo realizado, recomocida por la calidad y competitividad
[Grabar] Grabar

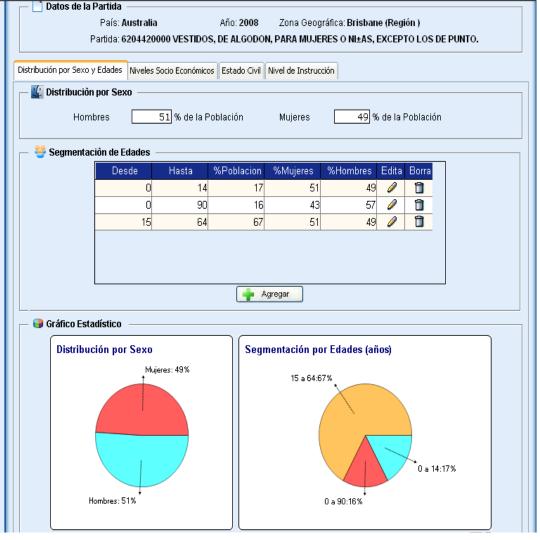




Módulo 2 Análisis del producto en el mercado objetivo y plan de marketing









Módulo 3 Análisis De La Gestión Exportadora



mentos del Precio de Exportación Producto de Referencia			
Partida: 6104430000 VESTIDOS, DE PUNTO, DE FI	BRAS SINTETICA	AS. PARA MUJERES O NI±AS.	
stos de Producción Gastos Operativos y Gastos de Expo	ortación Valor de '	'enta	
– 🧶 Materia Prima ————————————————————————————————————			
Costo de Materia Prima e Insumos Nacionales que son incorporados al Producto por Unidad	7.26	Costos FijosCostos	Variables
Costo de Materia Prima e Insumos Importados que son incorporados al	0.00	Número de Unidades por Lote a Exportar	2,000
Producto por Unidad	7	— 🔤 Costos de Producción por Un	idad ———
Sec. 50. Vr. 1985		Costo de Materia Prima	7.26
- 🍑 Mano de Obra		Costo de Mano de Obra	9,03
Costo de Mano de Obra Directa por Unidad	2.58	Gastos de Fabricación	2.01
Costo de Mano de Obra o Servicio Externo por Unidad	6.45	Total	18.30
Gastos de Fabricación		— 🙃 Costos de Producción Total	iş-
	1.61	Costo de Materia Prima	14,520.00
Materia Prima Indirecta	1.61	Costo de Mano de Obra	18,060.00
Mano de Obra Indirecta	0.00	Asignación Porcentual al Producto del Gasto de 50%	2,010.00
Otros Gastos de Fabricación	0.40	Fabricación	2,010.00
Gastos de Fabricación	2.01	Total	34,590.00







Módulo 4 Análisis Financiero Y Plan Financiero





Plan Financiero

representacones jessica fashion e.i.r.l

1. Supuestos

Datos del Plan Financiero					
Descripción:	Primer Plan Financiero				
Año Base:	2008				

Análisis de Sensibilidad						
Sube Precio:	5 %	Baja Precio:	5 %			
% Aumento de Ventas:	5 %	% Disminución de Ventas:	5 %			
Costo de Oportunidad						
Tasa de Des	cuento:	18 %				

Datos Supuestos Iniciales							
Premisa	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	
Tasa Impositiva de Imp. a la Renta (%)	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	
Ingresos Financieros	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
Otros Ingresos	.00	.00	.00	.00	.00	.00	



Plan Financiero

representacones jessica fashion e.i.r.l

2. Presupuestos de Inversión

Supuestos	Valor
Intangible	
Estudio de Pre Factibilidad	0.00
Minuta, Asesoría Legal, Registros	0.00
Licencia de Funcionamiento	0.00
Activos Fijos a Comprar	
Maquinaria y Equipo Operativo	7,500.00
Mobiliario	0.00
Computadoras	0.00
Sistema de lluminación	0.00
Acondicionamiento	0.00
Capital de Trabajo	
Insumos Directos	13,700.00

4. Presupuestos

4.1 PROYECCION DE VENTAS

Producto 6104430000 VESTIDOS, DE PUNTO, DE FIBRAS SINTETICAS, PARA MUJERES O NI±AS.

Año	Variación Ventas	Variación Costos
2009	5%	1 %
2010	6%	2 %
2011	8%	3 %
2012	10 %	5%
2013	12 %	5%







Resultados Esperados



- Visión, misión y objetivos de la empresa claramente definidos.
- Desarrollar los criterios para la selección del mercado meta.
- Identificar a los principales competidores en el mercado objetivo analizando sus principales desarrollos.
- Formular un Plan Exportador que permita incrementar la competitividad de la empresa y penetrar con éxito en nuevos mercados internacionales.





PORTAL DE COMERCIO SISTEMA INTEGRADO DE INFORMACION DE COMERCIO EXTERIOR

www.siicex.gob.pe



el problema en las Mipymes...

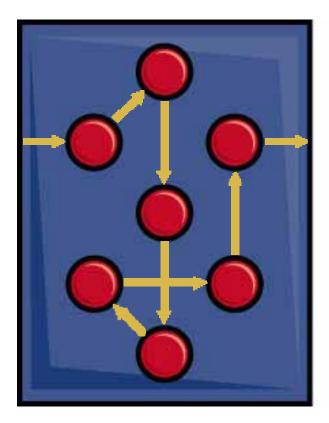
WEB Sites vs. Portales

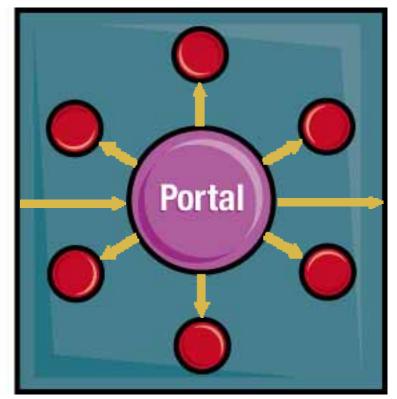
WEB Sites independientes (Navegar y Buscar)

Portal

Ud. hace todo el trabajo...

El Portal trabaja por Ud...









NUESTRA VISION





"Un único punto de contacto para proporcionar información"

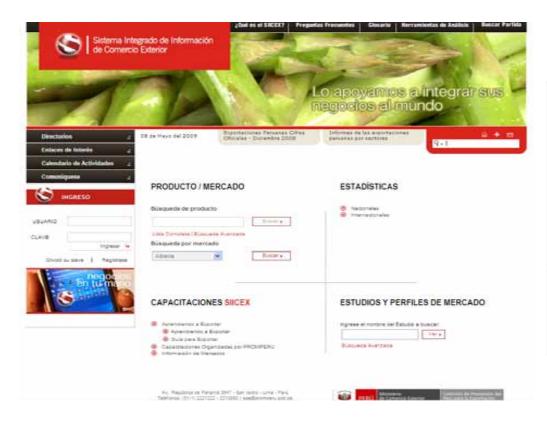




Sistema de Información Comercial



www.siicex.gob.pe



Contenidos	Cantidad
Cursos de capacitación en línea	92
Estudios de mercado	2,937
Guías de mercado	64
Fichas de producto	209
Fichas producto-mercados	105
Compradores extranjeros, Estadísticas Nacionales e Internacionales, entre otros.	

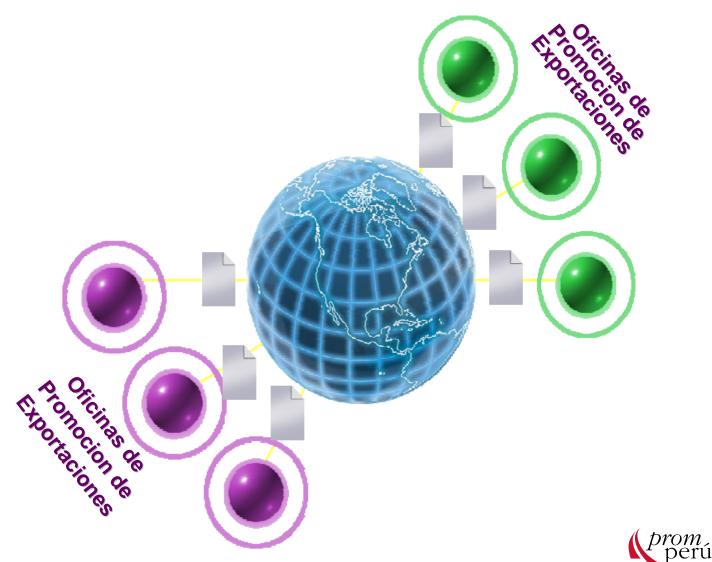




Nuestra Propuesta...

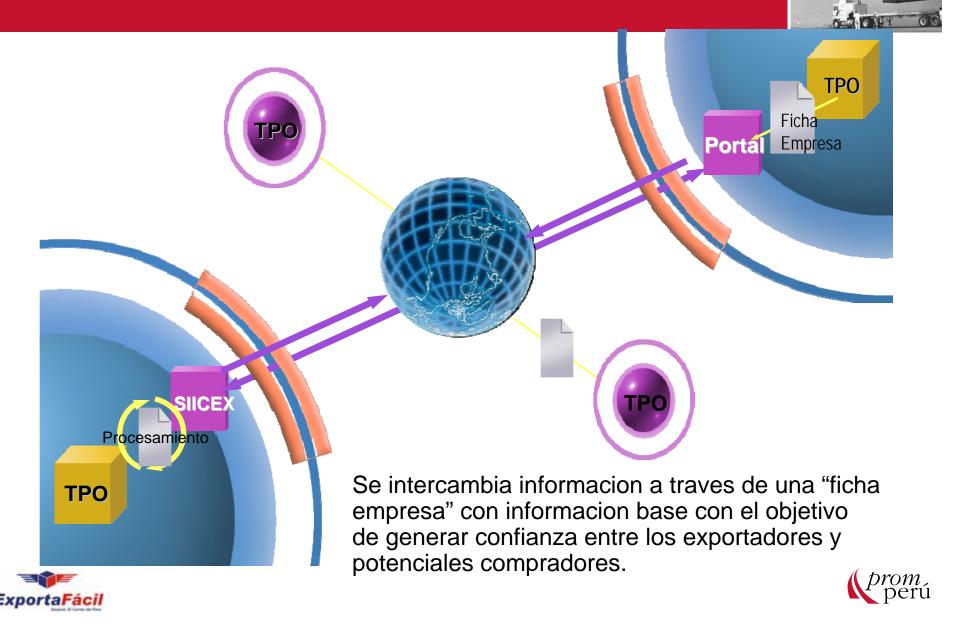


Regiona





Sistema integrado de comercio exterior Sudamericano



MUCHAS GRACIAS Juan Luis Kuyeng PROMPERU

jkuyeng@promperu.gob.pe Tel. (511) 222-1222 Ext. 403

