



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**Facultad de Ciencias Jurídicas
Escuela de Estudios Internacionales**

**“Plan de comercialización de Muebles de Madera y Muebles Tapizados al
mercado Peruano”, subpartidas arancelarias: 9401.61.00; 9403.60.00 y
9403.50.00**

Licenciatura en Estudios Internacionales. Mención en Comercio Exterior

Campoverde Pacheco Adriana Elizabeth

Econ. María Gabriela Fajardo Monroy

Cuenca-Ecuador

2015

Dedicatoria y Agradecimientos.

El siguiente trabajo está dedicado en primer lugar a Jesús, por haberme guiado y permitirme llegar hasta aquí. A mi esposo, mi amigo y compañero por sus consejos en todo momento. A mi familia, especialmente a mi madre, por haber creído en mí acompañándome con sus palabras y amor. A mi padre, por su constancia y aliento en todos estos años y por ser mi modelo a seguir. A mis hermanas Paola, María Augusta y Camila, gracias por toda la fuerza, ejemplos de superación y soporte diario. Gracias a todos por sus consejos, apoyo y lucha conjunta.

Índice de Contenidos

Dedicatoria y Agradecimientos.....	ii
Índice de contenidos.....	iii
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Introducción.....	vii
Capítulo 1: Análisis del producto.....	1
1.1. <i>¿Por qué exportar muebles de madera?</i>	1
1.1.1. Delimitación de los productos y sus partidas arancelarias.....	2
1.1.2. Análisis de los productores de muebles de madera.....	3
1.1.3. Precios estándar de muebles de madera a nivel nacional.....	6
1.1.4. Producción y Comercialización interna de muebles de madera.....	8
1.2. <i>Capacidad y conocimiento para la exportación del producto</i>	11
1.2.1. <i>Análisis FODA</i>	11
1.2.1.1. Fortalezas.....	11
1.2.1.2. Oportunidades.....	11
1.2.1.3. Debilidades.....	12
1.2.1.4. Amenazas.....	12
Capítulo 2: Análisis del mercado.....	13
2.1. <i>Análisis de la competencia y su participación en el mercado</i> ...	13
2.1.1. Productores peruanos de muebles.....	13
2.1.2. Exportaciones del Ecuador y sus principales destinos.....	15
2.1.3. Canales de distribución para el producto.....	20
2.1.4. Comercialización de muebles de madera ecuatorianos en Perú.....	23
2.1.5. Precios generales del producto en Perú.....	25
2.1.6. Competencia en el mercado Peruano.....	27

2.2.	Análisis del consumidor.....	29
2.2.1.	Importaciones mundiales de muebles de madera a Perú.....	29
2.2.1.1.	Características de la demanda.....	29
Capítulo 3: Procedimientos de logística y trámites de exportación.....		33
3.1.	Regulaciones arancelarias y regulaciones no arancelarias en el mercado meta.....	33
3.1.1.	Impuesto y otros derechos en el mercado meta.....	33
3.2.	<i>Reglamentaciones sanitarias y de seguridad.....</i>	35
3.2.1.	Control Sanitario para los productos de madera.....	35
3.2.2.	Principios generales y requerimientos en Perú.....	39
3.3.	<i>Requisitos que se debe cumplir para la exportación de Ecuador y la nacionalización en Perú.....</i>	44
3.3.1.	Procedimientos y requisitos para exportar desde Ecuador.	44
3.3.2.	Documentos Requeridos para la Exportación.....	45
3.3.3.	Requisitos para exportar.....	46
3.3.4.	Proceso de Nacionalización en Perú.....	50
3.3.5.	Costos de Nacionalización.....	53
Conclusiones.....		57
Recomendaciones.....		59
Bibliografía.....		60

Resumen.

El tema de monografía "Plan de comercialización de Muebles de Madera y Muebles Tapizados al mercado Peruano", subpartidas arancelarias: 9401.61.00; 9403.60.00 y 9403.50.00" está enfocado a proveer información fundamental para la exportación a Perú de muebles de madera y muebles tapizados, y a su vez establecer estrategias para la comercialización de los mismos en el vecino país.

El estudio tiene como objetivo principal el análisis del mercado peruano buscando la mejor forma para el ingreso al mercado y la aceptación del producto, además de establecer la capacidad exportadora de muebles de los productores de nuestro país, y analizar si este destino es o no conveniente, así como determinar las posibles barreras que se puedan presentar en el proceso de exportación.

La información para el presente trabajo estará apoyada en el esclarecimiento de conceptos básicos y claves para el entendimiento y justificación de este estudio, además de su importancia en el sector exportador ecuatoriano, la información se tomara de estadísticas del Banco Central del Ecuador y de las instituciones dedicadas a promover las exportaciones del país.

Abstract

The following monograph about the “Marketing Plan for wood furniture to the Peruvian market tariff headings: 9401.61.00; 9403.60.00 and 9403.50.00” is focused on providing fundamental information to export wooden furniture to Peru, and to develop strategies to commercialized them in the neighboring country.

The study's main objective is the analysis of the Peruvian market looking for the best way to enter the market and acceptance of the product, in addition to establish the export capacity of furniture producers in our country and analyze if this target is whether or not appropriate, finally identify potential barriers that may arise in the export process.

The information for this study will be supported in the clarification of basic and key concepts to understand and justify this study, besides to its importance in the Ecuadorian export sector, the information should be taken from statistics of the Central Bank of Ecuador and institutions dedicated to promoting the country's exports.

Introducción

Gracias al continuo desarrollo de la economía mundial las empresas se ven obligadas a buscar nuevas alternativas para su crecimiento y desarrollo, y es por ello que buscan la manera de incursionar en el mercado internacional, pero para ello es necesario preparación, para que esta nueva alternativa sea un éxito y es ahí cuando surgen las dudas de ¿Qué producto exportar? ¿Está mi empresa preparada para este proceso? ¿Cómo funciona una exportación?

Según estadísticas de los últimos 4 años las importaciones de muebles de madera al mercado peruano han incrementado de manera significativa, siendo esto favorable para nuestro objetivo, ya que los muebles ecuatorianos específicamente son de alta calidad y han tenido gran aceptación nacional, pudiendo ser comercializados internacionalmente, además, que al ser parte tanto Perú como Ecuador de la Comunidad Andina de Naciones se puede aplicar beneficios arancelarios, todo ello ha motivado a establecer un Plan de Comercialización para estos productos en Perú.

El sector maderero es uno de los sectores con mayor potencial de desarrollo y crecimiento económico del Ecuador, los artesanos ecuatorianos son bastante cotizados internamente como en el mercado internacional, se exportan muebles de madera muy bien elaborados y los principales destinos son EEUU, Colombia, México, Panamá entre otros.

Hay que tomar en cuenta que a pesar de que Perú cuenta con un incremento sostenido en la producción de muebles de madera es también un gran importador de estos productos gracias a la gran demanda que tiene internamente, siendo un mercado muy apto para la exportación de muebles ecuatorianos.

Capítulo 1: Análisis del Producto

1.1. ¿Por qué exportar muebles de madera?

Dentro de este capítulo se presentaran temas generales para poder entender y definir el producto que se quiere exportar al mercado Peruano, para de esta manera conocer la importancia que ha ido ganando al pasar de los años en la economía de nuestro país, así como un análisis a fondo del producto, sus características, costos a nivel nacional y métodos de producción.

Según un informe publicado por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) indica que, Ecuador gracias a la gran diversidad maderera y a sus costumbres artesanales, ha podido sobresalir en el mercado internacional de muebles, alcanzando en el 2009 un crecimiento aproximado del 11% anual en el volumen de exportaciones. En los últimos años los mercados de Estados Unidos, Venezuela, México y Panamá han sobresalido en la relación comercial con el Ecuador en lo que respecta a muebles.¹

Como información adicional, la provincia del Azuay es especialmente reconocida en la producción de muebles de madera ya que aproximadamente el 65% de la producción se encuentra en esta provincia, según la Asociación Ecuatoriana de Industriales de la Madera (AIMA). Además, se encuentran más de una decena de empresas madereras grandes, y aproximadamente 200 empresas pequeñas, que están dedicadas a la elaboración principalmente de muebles para sala, comedor, dormitorio y oficina.²

Ecuador al ser miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN)³ al igual que Perú goza de beneficios comerciales, en el caso de muebles de

¹ http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_de_muebles_2009.pdf, Perfiles de Producto, Perfiles de Muebles – CORPEI Octubre 2009, pág. 11 - 12; Fecha de consulta: 02/11/2013.

² http://www.elmercurio.com.ec/308371-muebles-ecuatorianos-con-gran-potencial-de-exportacion/#.UoE_RydGi9B, Muebles Ecuatorianos con gran potencial de exportación, Fecha de consulta: 02/11/2013.

³ Zona de Libre Comercio creada según el Acuerdo de Cartagena suscrito en 1969 que pretendía establecer una unión aduanera establecida por Perú, Colombia, Ecuador, Bolivia y Venezuela.

madera con una liberación total del pago de arancel; sin embargo, para ser beneficiado Ecuador debe cumplir con criterios de normas de origen para el ingreso a este vecino país; el objetivo de dichas normas es el de beneficiar y dar un tratamiento arancelario especial a los productos obtenidos en la mayoría del costo en los países miembros.

Los criterios generales para beneficiarse de estas preferencias son⁴:

- Las mercancías deben ser producidas íntegramente en el territorio nacional de los países miembros.
- Elaboradas en su totalidad con materiales originarios del territorio de los Países Miembros.
- Que tengan transformación importante o sustancial como el cambio de clasificación de la nomenclatura arancelaria.

1.1.1. Delimitación de los productos y sus partidas arancelarias

Para analizar los datos nacionales sobre los muebles de madera, se utilizará como referencia las siguientes sub-partidas arancelarias:

Partida Descripción: 9401.61.00 - - Con Relleno

9403.60.00 – Los demás muebles de madera

9403.50.00 – Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios

Se puede considerar que Ecuador es un país competitivo a nivel internacional, destacándose por la diversidad de su cultura y sobre todo por su práctica artesanal, la cual se puede visualizar en la industria de muebles de madera que ha mostrado un incremento de sus ventas en el mercado internacional en los últimos años.

Como se puede visualizar en el cuadro 1.1 las exportaciones muestran una tendencia creciente a excepción del año 2013, y las partidas arancelarias delimitadas para muebles de madera se encuentran incluidas en las exportaciones no tradicionales, hay que tomar en cuenta que en junio de ese año el gobierno ecuatoriano anunció la renuncia al tratado

⁴ <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=93&tipo=TE>; Decisión 417 CAN; Fecha de consulta: 02/08/2014.

preferencial de las exportaciones en virtud de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga (ATPDEA), las exportaciones a Estados Unidos en el 2012 representaban el 44,7% del total de las mismas.⁵

CUADRO 1.1

EXPORTACIONES ECUATORIANAS 2009 – 2013

	2009		2010		2011		2012		2013	
	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB
EXPORTACION TOTAL	27'348.361	13'863.058	26'628.010	17'489.928	27'311.034	22'322.353	27'921.305	23'769.567	24'264.250	20'752.540
PETROLERAS	18'517.067	6'964.638	18'950.192	9'673.228	18'767.729	12'944.868	19'637.613	13'791.957	16'860.488	11'494.832
NO PETROLERAS										
TRADICIONALES	6'132.427	3'436.025	5'567.825	3'705.706	6'165.836	4'528.931	5'714.561	4'397.412	5'239.175	4'397.463
NO TRADICIONALES	2'698.867	3'462.395	2'109.993	4'110.994	2'377.469	4'848.554	2'569.131	5'580.198	2'164.587	4'860.245

Fuente: Banco Central del Ecuador
 Unidades: Miles Dólares
 Elaborado por: Autor

1.1.2. Análisis de los productores de muebles de madera

El mercado de muebles en el Ecuador ha evolucionado de acuerdo a las tendencias internacionales, en la actualidad los muebles ecuatorianos son reconocidos internacionalmente por su calidad, la competencia se rige a varios factores que varían de acuerdo al productor y la variedad de los productos a ofertar.

Según un estudio publicado por la revista Architectural Digest (AD) entre los factores que influyen en la toma de decisión se encuentran:

- Modernidad: en cuanto a tendencias internacionales que mezclen nuevas texturas, materiales y colores.
- Inventiva: nuevos diseños no solo en lo moderno sino también en lo clásico.
- Responsabilidad Social: últimamente ha incrementado el número de personas que se preocupan del proceso de transformación en cuanto a los materiales utilizados y buscan que sean "amigables con el medio ambiente".

⁵ <http://www.lacamara.org/ccg/2013%20Junio%20BE%20CCG%20Ecuador%20sin%20Acuerdos%20Comerciales%20y%20sin%20ATPDEA.pdf>, Cámara de Comercio de Guayaquil Boletín Económico, Junio 2013 pag 1; fecha consulta: 04/11/2013

Según la revista Ekos (2013)⁶ dentro del país existen varias empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de muebles de madera para el hogar algunas se destacan por su presencia a nivel de todo el país y en algunos casos su presencia internacional, además de sus diseños innovadores:

- COLINEAL CORP CIA LTDA
- AH DISEÑO CIA. LTDA.
- FADEL S.A.
- LA CARPINTERIA CIA. LMTDA.
- MUEBLES CARRUSEL CIA. LMTDA.
- VITEFAMA
- ECUAMUEBLE
- MADEFORM
- MATISSE

A continuación una breve reseña de las empresas que sobresalen en el mercado:

- **COLINEAL CORP CIA LTDA:** Colineal es empresa Cuencana y es una de las empresas líderes en la comercialización de muebles de madera, que cuenta aproximadamente con 38 años en el mercado nacional y se ha expandido al mercado internacional con tiendas propias en Perú y Panamá, y exportaciones a países como Colombia, EEUU, El Salvador, Rusia entre otros.
La producción de la empresa ha ido en aumento y al momento de producen más de 400 tipos de muebles tales como dormitorios, comedores, salas y accesorios, cabe mencionar que posee la más alta tecnología en maquinaria ofreciendo una capacidad de producción mensual de cerca de 3.000 muebles de madera, 1.000 salas y 5.000 sillas tapizadas. Actualmente las exportaciones abarcan el 25% del total de la producción.

⁶ http://issuu.com/ekosnegocios/docs/baja_232_d15bfe6a5c9cef

- **AH DISEÑO CIA LTDA:** Adriana Hoyos una empresa familiar que se encuentra en el mercado alrededor de 25 años y que es reconocida por estar siempre a la vanguardia y que de igual forma ha llegado a mercados internacionales. Su planta está ubicada en Quito donde se fabrican muebles de madera y tapizados, su compromiso es el de producir muebles de calidad superior para el mercado global.

Actualmente, la marca está consolidada internacionalmente en países como EEUU, Dubái, Guatemala, Jamaica, Panamá y Puerto Rico.
- **FADEL S.A.:** Fadel es una empresa quiteña que ha logrado reconocimiento en países como Francia, EEUU, Cuba, Panamá entre otros, tiene 45 años en el mercado local. Los muebles de madera de Fadel alcanzan un alto estándar de calidad, producen mobiliario de estilo clásico y contemporáneo que se adapta a las necesidades del consumidor actual.
- **VITEFAMA:** Una empresa ubicada en Cuenca con 27 años de trayectoria se ha caracterizado por ofrecer líneas clásicas y modernas, en comedores, salas, y dormitorios. Se encuentra consolidado a nivel nacional y está en busca de mercados internacionales, al momento todavía no ha incursionado en los mismos pero su producción ha ido en aumento pudiendo satisfacer a clientes externos.
- **MADEFORM:** Otra empresa Cuencana consolidada en el mercado desde hace 28 años, la empresa ha logrado expandirse en las principales ciudades del país, la capacidad instalada de producción sobrepasa la demanda es por ello que buscan nuevos mercados, cuenta con tecnología de punta, y su misión es producir muebles de madera con diseños que se ajusten a las tendencias del mercado

- **ECUAMUEBLE:** Una empresa fundada a principios de 1981, inicialmente se dedicaba a la producción y venta de muebles metálicos, pero con el paso de los años ha diversificado sus productos, es otra empresa cuencana que ha ganado mercado a nivel nacional e internacional.

1.1.3. Precios estándar de muebles de madera a nivel nacional

Con el propósito de brindar un breve análisis sobre los precios de los muebles de madera en el Ecuador y poder de esta manera estimar sus niveles de comercialización en el mercado nacional, me basaré en precios promedio en el mercado local.

Las empresas más grandes y reconocidas nacionalmente son empresas familiares por lo que su forma de comercialización es directa, mediante puntos de ventas directa al público. A continuación un detalle de los precios de algunos muebles de madera:

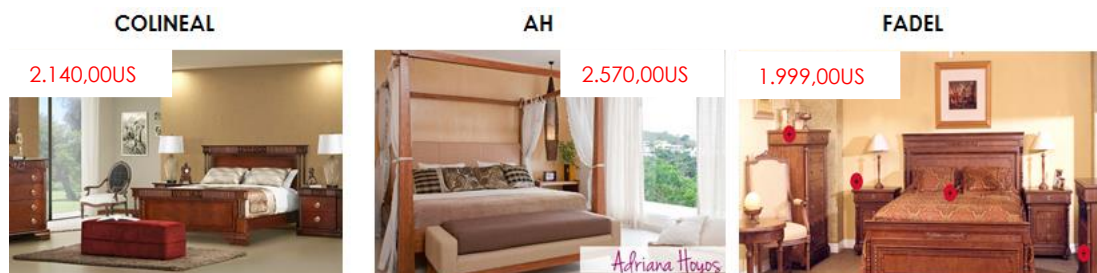
CUADRO 1.2

	PVP		
	COLINEAL	AH	FADEL
Jgo. Dormitorio 2 1/2 PL CLASICO + 2 VELADORES	\$ 2.140,00	\$ 2.570,00	\$ 1.999,00
Jgo. Dormitorio 2 1/2 PL CONTEMPORANEO + 2 VELADORES	\$ 1.680,00	\$ 1.860,00	\$ 1.499,00
Jgo. Comedor CLASICO + 8 SILLAS	\$ 3.970,00	\$ 4.220,00	\$ 3.499,00
Jgo. Comedor CONTEMPORANEO + 8 SILLAS	\$ 3.370,00	\$ 3.630,00	\$ 3.099,00
Jgo. Sala CLASICA	\$ 2.990,00	\$ 3.260,00	\$ 2.499,00
Jgo. Sala CONTEMPORANEA	\$ 2.770,00	\$ 3.200,00	\$ 2.530,00

Fuente: Tiendas de Exhibición
Elaborado por: Autor

CUADRO 1.3

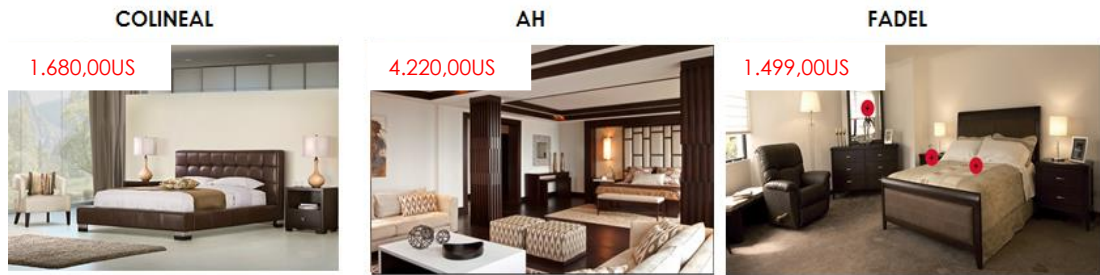
DORMITORIO CLASICO



Fuente: Tiendas de Exhibición
Elaborado por: Autor

CUADRO 1.4

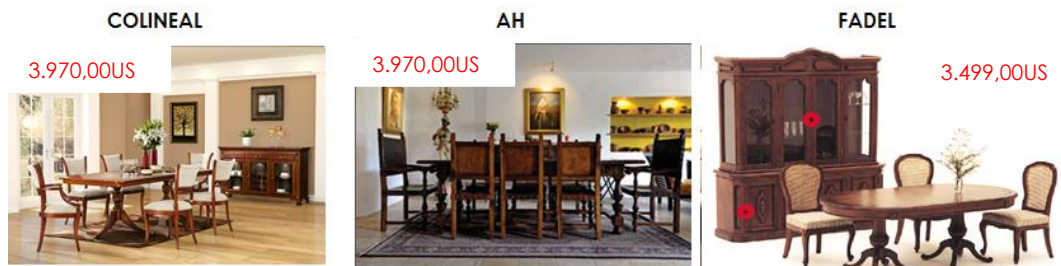
DORMITORIO CONTEMPORANEO



Fuente: Tiendas de Exhibición
Elaborado por: Autor

CUADRO 1.5

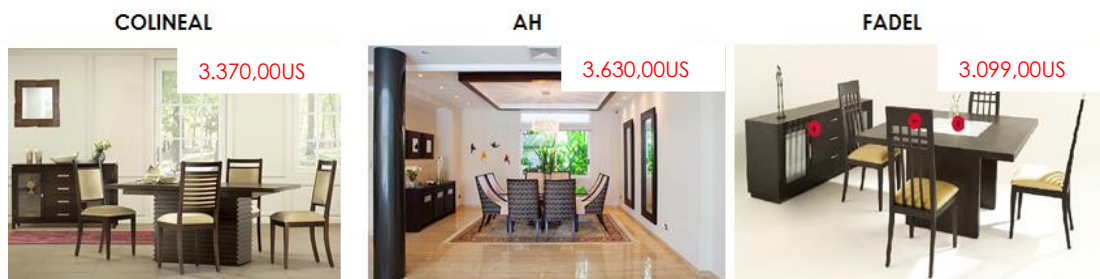
COMEDOR CLASICO



Fuente: Tiendas de Exhibición
Elaborado por: Autor

CUADRO 1.6

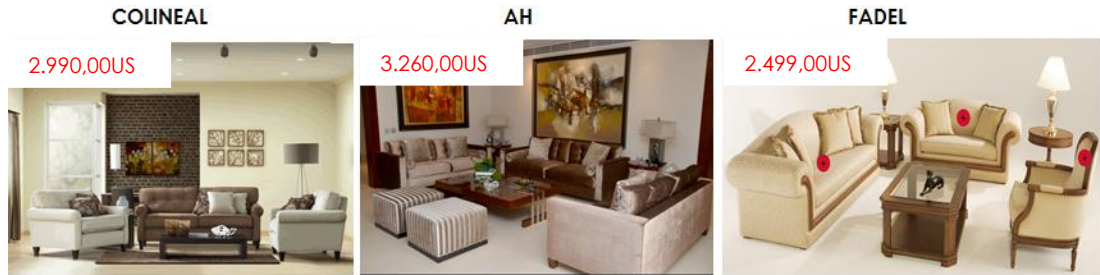
COMEDOR CONTEMPORANEO



Fuente: Tiendas de Exhibición
Elaborado por: Autor

CUADRO 1.7

SALA CLASICA



Fuente: Tiendas de Exhibición
Elaborado por: Autor

CUADRO 1.8

SALA CONTEMPORANEA



Fuente: Tiendas de Exhibición
Elaborado por: Autor

Los comerciantes son quienes decide el porcentaje de utilidad que ellos creyeren conveniente en sus productos, sin embargo tiene que ajustar sus precios a los del mercado y de su competencia.

1.1.4. Producción y Comercialización interna de muebles de madera.

Dentro del breve análisis que se está realizando en este capítulo de los muebles de madera, sus características y precios referenciales a nivel nacional, considero importante detallar la forma en la que su comercialización es llevada a cabo en la actualidad dentro de nuestro país, para de esta manera poder tener una perspectiva más clara de su distribución nacional.

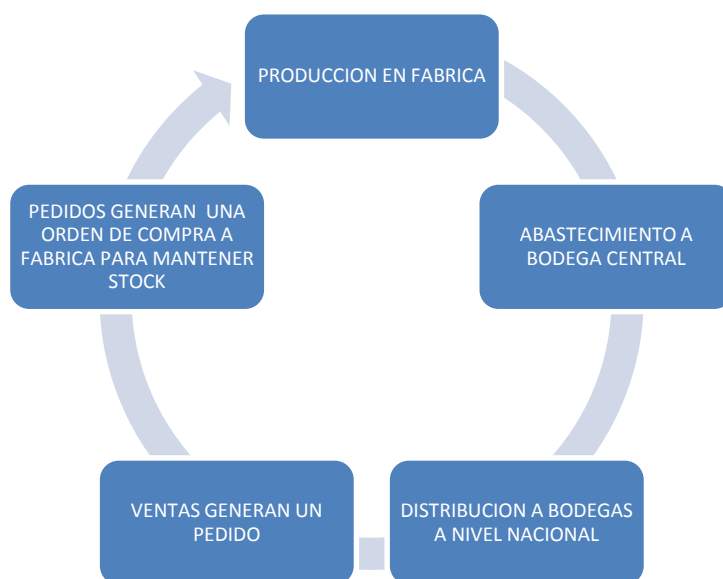
Un proyecto de exportación requiere una correcta distribución del producto dentro de un mercado ya conocido en este caso el mercado nacional que es muy similar al peruano, pues con estas bases el plan de comercialización se nos facilitará; pues si no se comercializa de manera eficaz dentro del país difícilmente se lo podrá hacer en el mercado internacional.

Además, como se visualizará más adelante, el saber cómo se realiza la distribución de muebles de madera dentro de nuestro país, nos ayudará a conocer las diferentes preferencias que existe en el Ecuador y Perú a la hora de la compra.

Las grandes fábricas productoras de muebles en Ecuador para la distribución nacional cuentan con sus propios locales no dependen de comerciantes externos, el servicio de entrega y montaje en caso de requerirlo es gratuito, además que brindan un servicio de post venta y garantías extendidas, es decir que se manejan a través de ventas directas.

El proceso logístico de las grandes empresas productoras de muebles en Ecuador se podría resumir en el siguiente cuadro:

CUADRO 1.9



Elaborado por: Autor

En una reunión mantenida con el Gerente de Operaciones de una de las empresas productoras de la ciudad de Cuenca (Colineal) indicó que el proceso productivo comienza con la conceptualización de los modelos por parte de los diseñadores, una vez aprobado el diseño por el departamento de mercadeo se ingresa una orden de compra de un lote piloto para analizar la reacción del consumidor, si el modelo es exitoso el modelo seguirá en el mercado de lo contrario será descontinuado.

Una vez que fabrica tiene el producto terminado, empieza el trabajo de logística, todos los muebles son almacenados en una bodega central o centro de distribución, los productos vienen debidamente etiquetados desde fábrica y en la bodega central se almacenaran de acuerdo al tipo de mueble.

La empresa cuenta con un sistema informático interconectado a nivel nacional, y una vez hecha la recepción el producto en la bodega central todas las tiendas tienen acceso al inventario real, y a su vez el personal de logística conoce las ventas a nivel nacional para poder hacer la distribución del producto a las bodegas de las diferentes ciudades.

Cada venta o pedido e incluso producto para stock es dirigido a un muelle de despacho para ser embarcado a cada ciudad en un camión sub-contrado; una vez realizada la recepción del producto en cada bodega, se coordina con el cliente la fecha de entrega en un camión de la empresa con personal capacitado para la instalación en caso de requerirlo sin ningún costo adicional.

También encontramos ventas a través de tiendas especializadas que se dedican a la venta de muebles específicos (rústicos, modernos) y finalmente encontramos empresas dedicadas a la distribución que generalmente comercializan productos de varios proveedores, estas dos que de igual forma cuentan con un servicio de entrega sin embargo, sus ofertas de garantías son más limitadas.

1.2. Capacidad y conocimiento para la exportación del producto.

1.2.1. Análisis FODA.

'El análisis FODA consiste en realizar una evolución de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas.'⁷

Según el concepto descrito el análisis FODA nos ayudará a determinar las fortalezas y debilidades en el estudio, lo cual nos permitirá conocer la situación real del proyecto y poder planificar una estrategia.

1.2.1.1. Fortalezas

- Industria productora de muebles en desarrollo.
- Variedad de muebles de excelente calidad.
- Las principales empresas productoras y exportadoras están establecidas en las principales ciudades del país (Quito – Cuenca), facilitando su logística y comercialización, la formación de nuevas empresas que han sido considerados en planes de desarrollo.
- Los productores se están enfocando en la calidad ambiental de su proceso productivo.

1.2.1.2. Oportunidades

- Los consumidores eligen la calidad sobre el precio.
- Exportar un producto terminado con arancel 0%.
- Se puede fomentar el aprovechamiento de residuos en el proceso de producción.
- Líneas de crédito ofrecidas por parte del gobierno (Corporación Financiera Nacional).

⁷ http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancón.pdf; Humberto Ponce Talancón, Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás.

1.2.1.3. Debilidades

- Poca disponibilidad de madera nacional
- Gobierno enfoca las ayudas a la exportación de productos primarios.

1.2.1.4. Amenazas

- Alto nivel de productos sustitutos, muebles de plástico o metal.
- Mayor participación de exportadores de Asia.
- Posibles barreras para la comercialización, debido a los modelos del producto

Capítulo 2: Análisis del mercado

2.1. Análisis de la competencia y su participación en el mercado

2.1.1. Productores Peruanos de muebles

Según el ministerio de Producción de Perú⁸, existen dos tipos de fabricantes de muebles de madera, en primer lugar está el fabricante moderno, orientado principalmente a la exportación, estos productores son altamente tecnificados y enfocan su producción a las tendencias del mercado internacional, por otro lado está el fabricante tradicional, que generalmente está conformado por familias dedicadas a la producción de muebles para el abastecimiento local del país.

El sector de muebles de madera en el país está básicamente establecido por una industria de tradición familiar y donde los modelos de muebles son básicamente artesanales, la industria es caracterizada por sus modelos netamente homogéneos. Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (MINCETUR) la oferta nacional está compuesta mayoritariamente por pequeñas y micro empresas que abarcan casi el 90% del mercado nacional, y el 10% restante fabrican muebles de madera dirigidos a un mercado interno más exigente y a la exportación; estos muebles son comercializados principalmente a través de tiendas especializadas, galerías comerciales o por pedido directo.⁹

Según datos del Ministerio de la Producción (cuadro 2.1), los muebles han registrado una tendencia al alza hasta mayo del 2014 en el cual ha mostrado un incremento de la producción de 2,9% en su volumen físico, que indican se debe al incremento de las construcciones y del crédito al consumo.

⁸ <http://www.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/boletines/2014/5/mype-industria.pdf>

⁹ http://www.mincetur.gob.pe/comercio/otros/penx/pdfs/Muebles_de_madera.pdf

CUADRO 2.1

ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

(Año base y ponderaciones 2007)

CIIU - RE V.4	DESCRIPCIÓN SECTOR - DIVISIÓN - GRUPO	ABRIL			MAYO			ENERO-MAYO			ANUAL (Promedio últimos 12 meses)		
		2013	2014 a/	2014/2013	2013	2014 a/	2014/2013	2013	2014a/	2014/2013	Jun12-May13	Jun13-May14	Variación %
26	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	30,3	43,6	11,0%	118,2	65,5	-44,6%	53,0	76,4	41,6%	102,2	116,1	13,6%
261	Fabricación de componentes y tableros electrónicos	30,3	43,6	11,0%	118,2	65,5	-44,6%	53,0	76,4	41,6%	102,2	116,1	13,6%
27	Fabricación de equipo eléctrico	153,9	79,2	-48,6%	127,5	84,9	-33,5%	113,9	87,3	-23,4%	102,6	102,8	0,3%
271	Fabricación de motores eléctricos, generadores, transformadores y distribución de la electricidad; y los aparatos	194,5	50,5	-74,0%	134,1	55,5	-58,6%	107,5	64,8	-39,7%	90,6	100,6	10,0%
272	Fabricación de baterías y acumuladores	115,2	108,4	-5,9%	108,9	94,9	-12,8%	100,0	96,7	-3,3%	100,6	98,4	-2,1%
273	Fabricación de cables y dispositivos de cableado	140,5	82,6	-41,2%	128,2	97,9	-23,7%	125,1	97,0	-23,1%	105,2	103,0	-3,0%
275	Fabricación de aparatos de uso doméstico	118,0	121,7	1,5%	127,3	120,4	-5,8%	108,9	113,3	4,0%	101,8	114,8	12,8%
28	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.	88,7	69,7	-20,4%	90,2	92,5	2,5%	87,4	85,0	-2,7%	96,4	79,9	-17,1%
281	Fabricación de maquinaria de uso general	134,2	67,5	-49,7%	90,0	100,7	11,8%	91,6	83,7	-8,6%	98,2	76,7	-21,9%
282	Fabricación de maquinaria de uso especial	72,6	71,3	-1,8%	90,3	86,4	-4,2%	84,2	86,0	2,1%	85,1	82,3	-3,5%
29	Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques	101,2	85,0	-15,9%	120,0	99,9	-16,7%	107,9	99,7	-7,6%	100,4	101,1	0,6%
291	Fabricación de vehículos automotores	114,7	102,9	-10,3%	205,9	85,3	-58,6%	163,5	150,0	-2,2%	132,4	159,6	20,6%
292	Fabricación de carrocerías para vehículos automotores; fabricación de remolques y semirremolques	117,5	73,3	-37,6%	108,1	107,8	-0,2%	110,8	90,7	-18,1%	91,4	86,5	-5,2%
293	Fabricación de partes y accesorios para motores de vehículos	91,3	83,7	-8,3%	98,0	101,6	3,7%	90,0	84,5	-6,1%	80,9	88,4	8,9%
30	Fabricación de otros tipos de equipo de transporte	110,5	70,1	-36,6%	88,4	86,5	-2,2%	91,3	75,1	-17,8%	110,1	97,5	-11,5%
301	Construcción de buques y otras embarcaciones	115,9	5,1	-95,6%	45,0	45,2	0,4%	61,3	31,0	-49,3%	120,6	58,8	-51,3%
308	Fabricación de equipos de transporte n.c.p.	108,7	90,9	-16,4%	102,3	98,7	-2,9%	101,0	89,2	-11,7%	105,7	109,9	3,9%
31	Fabricación de muebles	108,7	108,3	-0,4%	118,1	102,3	-14,1%	109,4	110,1	0,7%	107,5	110,7	2,9%
310	Fabricación de muebles	108,7	108,3	-0,4%	118,1	102,3	-14,1%	109,4	110,1	0,7%	107,5	110,7	2,9%
32	Otras industrias manufactureras	100,5	118,5	17,9%	104,7	105,5	0,7%	123,8	117,09868	-5,4%	111,8	121,8	9,0%
321	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos	105,1	149,9	42,6%	116,5	119,6	2,6%	130,1	121,73158	-12,5%	117,3	123,8	5,6%
325	Otras industrias manufactureras n.c.p.	97,6	98,3	0,7%	97,1	96,5	-0,7%	113,8	114,11462	0,2%	108,2	120,6	11,4%
33	Reparación e instalación de la maquinaria y equipo	124,2075	50,0191	-59,7%	119,7522	122,3088	2,1%	133,6	102,59712	-23,2%	115,7	130,1	12,5%
331	Reparación de productos elaborados de metal, maquinaria y equipo	124,2075	50,0191	-59,7%	119,7522	122,3088	2,1%	133,6	102,59712	-23,2%	115,7	130,1	12,5%

FUENTE: Ministerio de la Producción al 01/AGOSTO/2014

La situación actual de las empresas productoras de muebles es de poca competitividad según el Ministerio de Industrias, ya que ha ido perdiendo posicionamiento frente a los productos importados, esto debido al lento desarrollo de producto con valor agregado que generen un mayor precio a los muebles, así como la inexistencia de nuevos diseños. Por otro lado el reducido tamaño de las empresas no les permite desarrollar productos que puedan competir con el mercado extranjero.

Los muebles según el Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú (INEI) son considerados como productos suntuarios y proporcionan al consumidor un status y una referencia de comodidad y elegancia. Los muebles están principalmente dirigidos a las amas de casa quienes deciden sobre la necesidad y finalmente sobre la compra de estos productos, todo ello estará diferenciado por la edad, genero, ubicación de la vivienda, nivel socio-económico, etc.

La estructura de ofertas de muebles en Perú está conformado principalmente por pequeñas empresas con un desarrollo tecnológico

insipiente y las pocas empresas que si tienen estas variables están enfocados a un segmento tipo A o de ingresos altos y medio altos. Estas empresas identifican o clasifican a sus clientes con productos que les ofrecen mayor valor agregado y el concepto de que es una inversión a largo plazo y realiza su estatus.

2.1.2. Exportaciones del Ecuador y sus principales destinos

Analizando las exportaciones totales desde el año 2010 del sector de muebles de madera descritas en la tabla 2.1 en el año 2013 Ecuador ha exportado \$ 5.907,54 FOB (miles), mostrando un decrecimiento con respecto al año 2012, sin embargo en los últimos 5 años analizados ha habido un crecimiento promedio de 3,67% esto debido al incremento significativo de las exportaciones en el año 2012, año en el que se impusieron cupos y restricciones a las importaciones de ciertos productos con exigencias de normas de calidad y aranceles especiales; con el fin de incentivar la producción nacional y las exportaciones con valor agregado, para así cubrir el déficit de la balanza comercial del país.

Tabla 2.1

EXPORTACIONES ECUATORIANAS AL MUNDO – MUEBLES DE MADERA¹⁰ (Miles de dólares y Toneladas)

PARTIDA		2010		2011		2012		2013		2014 – ABR	
		TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON	FOB
9401.61.00	CON RELLENO	240,22	1.875,21	225,90	1.533,39	146,92	1.875,68	137,25	1.953,82	47,80	634,06
9403.60.00	LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA	443,99	2.568,07	422,92	2.682,11	514,18	3.773,96	312,30	3.010,00	110,92	874,27
9403.50.00	MUEBLES DE MADERA DE LOS UTILIZADOS EN DORMITORIOS	180,32	1.120,91	171,26	918,86	122,05	1.060,63	122,99	943,72	68,44	350,11
		864,53	5.564,19	820,08	5.134,36	783,15	6.710,27	572,54	5.907,54	227,16	1.858,44
	CRECIMIENTO			-7,72		30,69		-11,96			
	CRECIMIENTO PROMEDIO										3,67

Fuente: Banco Central del Ecuador
Unidad: Miles Dólares
Elaborado por: Autor

¹⁰ http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp; Consulta totales por Nandina; Banco Central del Ecuador, Abril 2014. Fecha consulta: 18/05/2014.

Nandina 9403.60 “Demás muebles de madera” es el principal producto exportado con una participación total del 50,95% en el año 2013, realizando un análisis anual en el año 2011 muestra un crecimiento del 4,44%, y en el año 2012 del 40,71%, sin embargo en el año posterior hay un decrecimiento del 11,96%.

TABLA 2.2

**EXPORTACIONES 2013
Nandina 9403.60**

PAIS	TONELADAS	FOB	% FOB
ESTADOS UNIDOS	41,48	615,21	20,44
PANAMA	71,85	560,91	18,64
CHILE	19,08	335,67	11,16
VENEZUELA	15,81	272,29	9,05
MARTINICA	44,53	244,73	8,14
FRANCIA	38,01	176,38	5,86
PERU	25,24	162,06	5,39
COLOMBIA	8,45	160,8	5,35
VIRGENES, ISLAS (NORTEAMERICANAS)	20,5	97,21	3,23
REPUBLICA DOMINICANA	3,32	84,73	2,82
URUGUAY	3,78	81,99	2,73
OTROS	20,36	218,11	7,31
	312	3.010,09	100

Fuente: Banco Central del Ecuador
Unidades: Miles Dólares
Elaborado por: Autor

CUADRO 2.2



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Autor

Nandina 9401.61 "Con relleno" con una participación del 33,07% en el 2013, realizando en análisis anual en el 2011 presento un decrecimiento del 18,22%, recuperándose en los años siguientes con un 22,32% y 4,17% en el 2012 y 2013 respectivamente que corresponden a 1.853 FOB (miles) representados en el cuadro 2.3 y en la tabla 2.3, donde podemos visualizar también que el principal destino de las exportaciones correspondientes a esta partida es Estados Unidos con un 35,22% de participación del total, vemos un incremento significativo.

TABLA 2.3

**EXPORTACIONES 2013
Nandina 9401.61**

PAIS	TONELADAS	FOB	% FOB
ESTADOS UNIDOS	31,76	687,94	35,22
PANAMA	48,03	454,73	23,28
VENEZUELA	10,98	217,66	16,26
PERU	39,75	316,66	16,21
PUERTO RICO	3,08	104,21	5,34
CHILE	1,88	37,73	1,94
GUATEMALA	1,68	32,2	1,65
BOLIVIA	0,11	2,09	0,11
COLOMBIA	0,01	0,61	0,04
	137	1.853,83	100

Fuente: Banco Central del Ecuador
 Unidades: Miles Dólares
 Elaborado por: Autor

CUADRO 2.3



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: Autor

Nandina 9403.50 “Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios” con una participación del 15,97% en las exportaciones del último año, presento un decrecimiento del 18,03% en el año 2011 y se recuperó con un 15,43% en el año siguiente, sin embargo en el 2013 nuevamente enfrente un disminución del 11,02%, las exportaciones en el 2013 corresponden a \$943 FOB (miles) descrito en el cuadro 2.4 y la tabla 2.4, además podemos ver que en esta partida el principal destino de las exportaciones es Panamá con una participación del 38,87%.

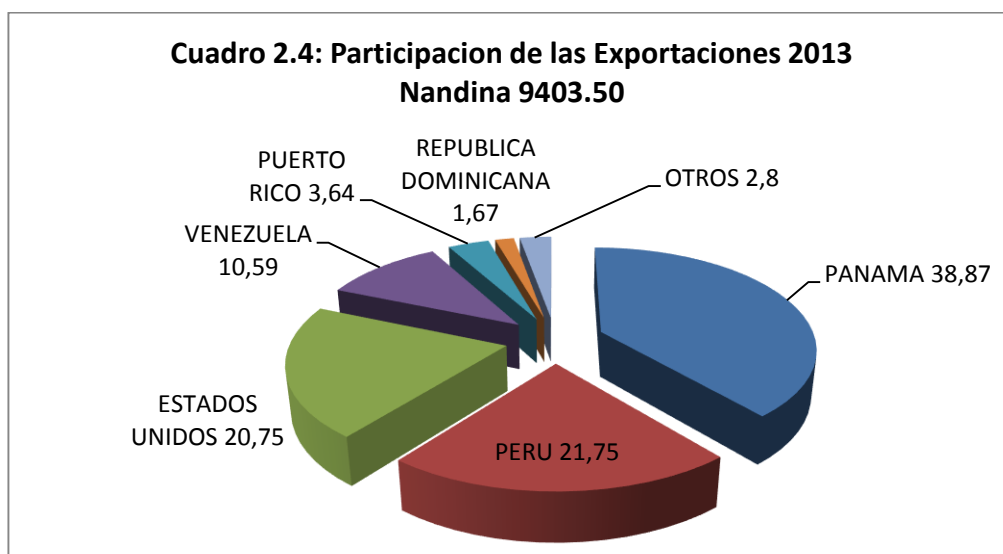
TABLA 2.4

**EXPORTACIONES 2013
Nandina 9403.50**

PAIS	TONELADAS	FOB	% FOB
PANAMA	60,02	366,75	38,87
PERU	38,2	205,17	21,75
ESTADOS UNIDOS	13,77	195,75	20,75
VENEZUELA	4,65	99,93	10,59
PUERTO RICO	2,5	34,35	3,64
REPUBLICA DOMINICANA	0,34	15,68	1,67
OTROS	3,56	26,14	2,8
	123	943,77	100

Fuente: Banco Central del Ecuador
 Unidades: Miles Dólares
 Elaborado por: Autor

CUADRO 2.4



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: Autor

2.1.3. Canales de distribución para el producto.

Perú es un país en el cual el desarrollo no está distribuido equitativamente, según el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) el coeficiente de GINI que mide la desigualdad de distribución y cuando este asume un valor de 1 significa que existe una perfecta desigualdad, indicó que en el Perú el coeficiente es igual a 0,40¹¹, es decir se tiene una región desarrollada, la cual comprende las diferentes actividades económicas más importantes y está ubicada en Lima y Callao; seguida por Trujillo, Iquitos, Huancayo, Tacna y Arequipa; y finalmente, el resto del país que gira en torno a los dos sectores anteriores. Para el estudio nos centraremos en Lima y Callao como centro del desarrollo político y financiero del país.

Lima es una ciudad dedicada principalmente a la importación y la producción, este departamento se destina a cubrir el mercado nacional abasteciendo a las otras ciudades de artículos de mayor valor agregado, y a su vez Lima es abastecida de productos agrarios y alimentos desde las ciudades menos desarrolladas. Según un estudio publicado por Antonio Romero Reyes, la concentración política, económica y financiera está ubicada en Callao, Lima, San Isidro y Miraflores, por lo cual la comercialización tanto de productos como de servicios están centralizados en estos sectores, ofreciendo gran diversidad y variedad en los mismos.¹²

La distribución y comercialización de muebles de madera en Perú está caracterizada por una red de distribución, a continuación detallare los grupos:

- El primer grupo está conformado por las empresas productoras (nacionales o extranjeras) que comercializan sus productos directamente en sus propios puntos de venta.

¹¹ <http://www.sela.org/view/index.asp?ms=258&pageMs=27337>

¹² <http://www.urbared.ungs.edu.ar/pdf/pdf-articulos/Procesos%20y%20retos%20de%20Lima.pdf>

- El segundo grupo lo integran los distribuidores y representantes que actúan como intermediarios y se presentan en las empresas como proveedores exclusivos o como mayoristas.
- El tercer grupo está conformado por los comercializadores minoristas que llegan directamente al público en general, estos tienen sus propios establecimientos.
- Finalmente el cuarto grupo es el cliente que realiza su requerimiento y demanda los productos, ellos son quienes definen los gustos y preferencias.

La venta por tiendas especializadas ha tomado fuerza en los últimos años, estas tiendas se caracterizan por la venta minorista de producto para el hogar ya sean muebles, materiales de construcción, equipos de iluminación, etc., y gracias a los beneficios que ofrecen a sus clientes en cuanto a seguridad, variedad de los productos, comodidad y métodos de financiamiento son preferidas por los consumidores. Este canal está especialmente dirigido al segmento medio alto y alto, la estrategia de comercialización se basa en promociones u ofertas con fuertes campañas publicitarias y en el financiamiento directo a sus clientes. Entre las principales tiendas especializadas en el Perú podemos mencionar principalmente a:

- Saga Falabella, de la compañía chilena Falabella creada en 1958, esta empresa ingreso al mercado peruano en 1995 se ha afianzado como una de las comercializadoras y distribuidoras de comercio minorista más importante del mercado peruano, y se ha logrado expandir a casi todo el país.
- Sodimac, es una de las cadenas más grandes de Latinoamérica especializada en el mejoramiento del hogar actualmente la empresa se encuentra en Chile, Colombia, Argentina y Perú.
- Ripley, otra empresa de origen Chileno creada en 1964, ingresó al mercado en 1997 y al igual que Falabella está fuertemente consolidada en el mercado caracterizándose por los créditos directos que brinda a sus clientes.

CUADRO 2.5

PRINCIPALES IMPORTADORES DE MUEBLES Miles de Dólares FOB

IMPORTADOR	2011	2012	2013	NOV -2014	TOTAL ACUMULADO
SODIMAC PERU SA	18.382.705,00	23.828.940,47	25.672.830,79	18.809.165,82	86.693.642,08
SAGA FALABELLA SA	19.334.967,04	21.861.114,72	22.939.899,56	17.642.612,43	81.778.593,75
TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY SA	8.465.963,70	9.860.208,58	15.248.668,12	7.963.941,07	41.538.781,47
MAESTRO HOME CENTER SAC	6.826.287,02	6.437.282,88	14.674.821,57	7.785.832,73	35.724.224,20
HOMECENTERS PERUANOS SA	371.575,58	3.163.395,55	4.635.985,07	7.950.523,44	16.121.479,64
ROSEN PERU SA	3.254.953,73	3.911.261,33	5.227.221,55	2.683.721,18	15.077.157,79
HIPERMERCADOS TOTTUS SA	2.722.088,08	3.335.729,26	4.031.085,03	2.675.705,07	12.764.607,44
FURSYS SA	2.720.493,18	1.627.614,40	2.539.592,83	1.584.388,89	8.472.089,30
TIENDAS PERUANAS SA	1.349.639,49	959.145,96	2.836.811,91	2.607.225,55	7.752.822,91
DECORLUX SAC	2.375.352,78	1.345.234,58	1.614.018,84	1.748.108,19	7.082.714,39

Fuente: SUNAT
Elaborado por: Autor

CUADRO 2.6

IMPORTACIONES PERU POR PAIS DE PROCEDENCIA Miles de Dólares FOB

PAIS	PARTIDA 9401.61.00			PARTIDA 9403.50.00			PARTIDA 9403.60.00			TOTAL
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	
BRASIL	824.627,57	237.712,97	388.783,72	12.678.772,71	15.303.407,56	22.473.635,16	7.699.905,56	8.633.382,74	10.283.059,93	78.523.287,92
CHINA	9.003.013,01	10.996.608,31	13.614.735,92	675.582,75	3.604.219,74	2.699.194,30	3.293.718,66	3.232.639,17	5.732.205,50	52.851.917,36
MALASIA	3.160.371,16	3.213.414,49	3.982.358,40	13.430,88	2.067,39	10.581,18	2.085.277,25	1.934.504,41	2.226.023,52	16.628.028,68
EEUU	417.250,76	306.928,49	773.361,32	19.379,12	186.519,30	110.211,95	419.925,42	840.956,99	1.417.362,16	4.491.895,51
OTROS	2.272.404,58	1.797.162,59	4.518.800,21	3.537.731,41	2.585.982,64	3.117.264,32	6.673.519,39	5.478.642,86	8.504.825,43	38.486.333,43

Fuente: SUNAT
Unidades: Miles Dólares
Elaborado por: Autor

Como se puede observar, en el segmento de muebles las principales empresas importadoras son SODIMAC PERU, SAGA FARABELLA Y RIPLEY, conocidas tiendas departamentales que sirven como distribuidores de varias marcas de muebles, y se describirá a las mismas más adelante.

Según DESCO, la mayor parte de consumidores desconocen si adquieren un producto importado o nacional, y por lo tanto las marcas de los productos se confunden con facilidad, lo que les interesa a los consumidores es que la madera cumpla con sus expectativas. En el caso de los muebles en Perú no se maneja el concepto de marca ya que según el cliente todos son relativamente parecidos, la ubicación de los locales y los servicios que se prestan en este segmento son los que realmente marcan la diferencia.

2.1.4. Comercialización de muebles de madera ecuatorianos en Perú

La comercialización internacional de muebles de madera ecuatorianos es destinada a diferentes mercados, pero los principales destinos se encuentran Estados Unidos, Panamá y algunos países de América Latina como Chile, Perú y Venezuela.¹³

Al comparar las distintas formas de comercialización de los muebles a nivel mundial, se puede concluir que los importadores son generalmente quienes lo venden directamente en sus tiendas no lo hacen a través de intermediarios para la venta al consumidor final, además, son muy pocos los importadores que reexportan este producto a otros países. La regularidad con la que se envíe el producto dependerá de la rápida rotación el producto en la tienda del importador.¹⁴

Una de las principales empresas ecuatorianas comercializa sus productos en el vecino país y para entender más claramente la forma de comercialización de muebles ecuatorianos en Perú se realizara un breve análisis.

COLINEAL CORP: Según un artículo publicado por el diario El Comercio en octubre del 2014, Perú es un país muy atractivo para los inversionistas debido al tamaño de su mercado. Actualmente Colineal cuenta con dos megatiendas en las zonas de San Isidro y San Borja, y según indica el presidente de la empresa este año se abrirá una nueva tienda, el motivo por el cual decidió tomar a Perú como destino de sus productos según indica, se debe a que este país tiene una de las economías más dinámicas de la región, y hoy por hoy sus exportaciones ascienden a 3 millones de dólares anuales y si el mercado se sigue desarrollando favorablemente espera que en 5 años sus exportaciones lleguen a 10 millones de dólares. ¹⁵

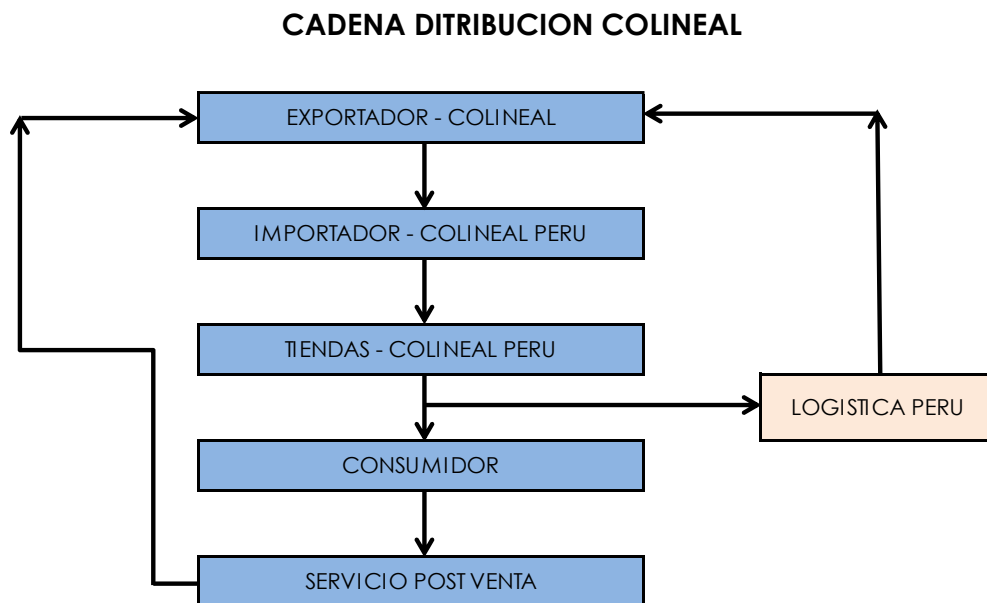
¹³ Aciertos y Desafíos del Comercio Exterior, Quito 2013, pág. 68.

¹⁴ Aciertos y Desafíos del Comercio Exterior, Quito 2013, pág. 68-69.

¹⁵ <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/paz-peru-inversiones-ecuador-negocios.html>

Colineal maneja todo el proceso de distribución, el proceso logístico se lleva de la siguiente manera: el personal de logística de Lima genera un requerimiento a Ecuador, el cual verifica el stock de productos y realiza el proceso de exportación, notifica a Perú del despacho para que realice el trámite de nacionalización, una vez recibido el producto en las bodegas de la empresa en Perú se coordina con el cliente la entrega en un camión propio de la empresa, en el caso de que haya algún reclamo se gestiona directamente con Ecuador, como podemos ver en el siguiente gráfico:

CUADRO 2.7



Fuente: Colineal Corp.
Elaborado por: Autor

Sin embargo, Colineal no es la única empresa ecuatoriana productora de muebles que comercializa sus productos en Perú, encontramos a Ecuamueble y Madeval que si bien son empresas pequeñas han sabido llegar al mercado peruano, sin embargo, su forma de comercialización no es de forma directa sino a través de un distribuidor que abastece a los minoristas, el mismo que importa los productos y actúa como intermediario.

2.1.5. Precios generales del producto en Perú

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INEI) en Perú los precios de muebles varían de acuerdo a diferentes elementos como son el diseño, la marca y el material, en el caso de proveedores especializados que atienden pedidos personales los precios pueden incrementar significativamente.

A continuación un cuadro de los precios de venta al público de los principales comercializadores de muebles de madera en Perú para visualizar de mejor manera los precios del mercado

CUADRO 2.8

	PVP SOLES S./		PVP USD - TIPO DE CAMBIO 2,9	
	RIPLEY	FARABELLA	RIPLEY	FARABELLA
Jgo. Dormitorio 2 1/2 PL CONTEMPORANEO + 2 VELADORES	S/. 4.199,00	S/. 4.799,00	\$ 1.447,93	\$ 1.654,83
Jgo. Comedor CONTEMPORANEO + 6 SILLAS	S/. 8.189,00	S/. 9.499,00	\$ 2.823,79	\$ 3.275,52
Jgo. Sala CONTEMPORANEA	S/. 7.389,00	S/. 7.899,00	\$ 2.547,93	\$ 2.723,79

Fuente: <http://www.falabella.com.pe/> <http://www.ripley.com.pe/>
Elaborado por: Autor

CUADRO 2.9

SALA CONTEMPORANEA



Fuente: <http://www.falabella.com.pe/> <http://www.ripley.com.pe/>
Elaborado por: Autor

CUADRO 2.10

COMEDOR CONTEMPORANEO



Fuente: <http://www.falabella.com.pe/> <http://www.ripley.com.pe/>
Elaborado por: Autor

CUADRO 2.11

DORMITORIO CONTEMPORANEO



Fuente: <http://www.falabella.com.pe/> <http://www.ripley.com.pe/>
Elaborado por: Autor

El tipo de cambio utilizado para la conversión de soles a dólares es el indicado por el Banco Central de Perú a enero del 2015, si analizamos los precios de venta al público con los del mercado ecuatoriano podemos determinar que son muy similares.

Hay que tomar en cuenta que los productos comercializados en Perú son principalmente provenientes de China (uno de los principales proveedores) y los precios del proveedor son muy bajos, permitiendo precios competitivos en el mercado peruano. Para que el exportador ecuatoriano pueda mantener precios similares a los que actualmente se manejan en el país, deberá disminuir su margen de ganancia.

CUADRO 2.12

PRECIOS PERU - ECUADOR

	PVP - ECUADOR			PVP - PERU USD	
	COLINEAL	AH	FADEL	RIPLEY	FARABELLA
Jgo. Dormitorio 2 1/2 PL CONTEMPORANEO + 2 VELADORES	\$ 1.680,00	\$ 1.860,00	\$ 1.499,00	\$ 1.447,93	\$ 1.654,83
Jgo. Comedor CONTEMPORANEO + 6 SILLAS	\$ 3.970,00	\$ 4.220,00	\$ 3.499,00	\$ 2.823,76	\$ 3.275,52
Jgo. Comedor CONTEMPORANEO + 8 SILLAS	\$ 3.370,00	\$ 3.630,00	\$ 3.099,00		
Jgo. Sala CONTEMPORANEA	\$ 2.770,00	\$ 3.200,00	\$ 2.530,00	\$ 2.547,93	\$ 2.723,79

Elaborado por: Autor

2.1.6. Competencia en el mercado peruano

Según un estudio realizado por el Centro de Inteligencia de Negocios y Mercados, la importación de muebles en Lima crecería en un 12,2% anual alcanzado un aproximado de USD 121,2 millones a finales del 2014, esto debido a la expansión del número de tiendas tanto en Lima como en otras provincias.¹⁶

Las importaciones serán favorecidas por la disminución en el precio promedio de importación de los muebles de madera debido al bajo precio de los muebles comprados desde China, lo que permitiría realizar mayores compras, sin embargo, ello no beneficiara necesariamente a Ecuador pues el principal proveedor de muebles para Perú es China.

Según un estudio realizado por el Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo (DESCO) el mercado peruano de muebles está conformado en su mayoría por pequeñas industrias las cuales están principalmente dirigidas a los segmentos A y B, y es por ello que sus productos tienen un alto valor agregado, sin embargo estas pequeñas industrias no abastecen el mercado y ahí aparecen las grandes cadenas importadoras.¹⁷

DESCO clasificó la población peruana según el nivel socioeconómico en cuatro grupos: "A/B" alto y medio, "C" bajo superior, "D" bajo inferior, "E" marginal.

¹⁶ [http://www.rpp.com.pe/2014-07-17-exportacion-de-muebles-de-madera-llegara-a-us\\$-8-millones-este-2014-noticia_708695.html](http://www.rpp.com.pe/2014-07-17-exportacion-de-muebles-de-madera-llegara-a-us$-8-millones-este-2014-noticia_708695.html)

¹⁷ http://www.desco.org.pe/sites/default/files/publicaciones/files/Est_urb_6_pudVF.pdf

Entre las principales empresas productoras de muebles en Perú encontramos:

- **Industrial Continental SRL:** Es la segunda empresa productora de esta línea, una empresa que nace en 1988 y que se dedica principalmente a la fabricación de espumas para colchones y muebles, sin embargo; al pasar el tiempo también deciden incursionar en la fabricación de estos productos enfocados en el segmento medio y medio alto, actualmente tiene una capacidad instalada de 9500 muebles mensuales entre salas, comedores y dormitorios.
- **Canziani S.A.:** Es la principal empresa productora de Perú, fundada en 1925, que inicio la producción de muebles en Lima, actualmente la oferta de sus productos es muy diversificada, es una empresa muy conocida en este país se podría decir que es una tradición, puede producir hasta 10200 muebles mensuales.
- **Komfort S.A.:** Empresa fundada en 1955, es una compañía no solo dedicada a la fabricación de muebles sino también de colchones y lencería, en la actualidad la empresa se ha consolidado como una de las mejores, teniendo participación en las principales tiendas del país.

2.2. Análisis del consumidor.

2.2.1. Importaciones mundiales de muebles de madera a Perú

Según el CSIL de Milan, Italia (Centre for Industrial Studies) en su publicación "Wold Furniture Outlook", los principales países importadores de muebles a nivel mundial son Estados Unidos, Alemania, Francia, el Reino Unido y Canadá; siendo el mayor exportador China la cual aumento sus exportaciones de 25USD billones en el 2009 a 45 billones USD en el 2012, Brasil es el principal país abastecedor de Perú, seguido por China, Malasia y Estados Unidos. Según información del gobierno peruano, está previsto que para el 2014 la importaciones de muebles en Perú crezcan un 12,2%, consiguiendo 121,2USD millones.

2.2.1.1. Características de la demanda

Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas INEI, Los muebles están dirigidos especialmente a las amas de casa, quienes deciden sobre la compra de acuerdo a las necesidades de los mismos, sin embargo también están dentro del segmento personas jóvenes ya sea hombres o mujeres que tiene un poder adquisitivo alto y que viven independientemente, y para ellos es necesario entender la composición de la población según algunos puntos tales como género, edad, ubicación geográfica, etc., ya que las mismas son determinantes en la capacidad adquisitiva y uso de los productos que son parte de este sector.

Según las proyecciones realizadas por el INEI en este año la población ascenderá a 30,8 millones aproximadamente, de los cuales 9,5 millones se encuentran en Lima, que es el centro económico de este país, es por ello que se centrara el estudio en este departamento. Como podemos ver en el siguiente gráfico la población masculina y femenina es prácticamente igual, y la mayor parte de la población se encuentra entre los 25 y 55 años de edad.

Tabla 2.5

POBLACION PEURANA POR SEXO

PERU: POBLACION POR SEXO SEGUN DEPARTAMENTOS 2013 (EN MILES)						
DEPARTAMENTO	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	MILES	%	MILES	%	MILES	%
LIMA	9541,6	31,3%	4682,2	30,8%	4859,4	31,7%
PIURA	1814,7	5,9%	903,5	5,9%	911,2	5,9%
LA LIBERTAD	1814,3	5,9%	897,4	5,9%	916,9	6,0%
CAJAMARCA	1519,7	5,0%	758,7	5,0%	761,0	5,0%
PUNO	1389,7	4,6%	695,6	4,6%	694,1	4,5%
JUNIN	1326,7	4,3%	665,7	4,4%	661,0	4,3%
CUSCO	1300,7	4,3%	649,1	4,3%	651,6	4,3%
AREQUIPA	1259,3	4,1%	620,8	4,1%	638,5	4,2%
LAMBAYEQUE	1239,9	4,1%	603,7	4,0%	636,2	4,2%
ANCASH	1157,1	3,8%	586,7	3,9%	570,4	3,7%
LORETO	1018,2	3,3%	522,3	3,4%	495,9	3,2%
CALLAO	982,8	3,2%	482,9	3,2%	499,9	3,3%
HUANUCO	847,7	2,8%	428,4	2,8%	419,3	2,7%
SAN MARTIN	818,2	2,7%	429,4	2,8%	388,8	2,5%
ICA	771,6	2,5%	383,0	2,5%	388,6	2,5%
AYACUCHO	682,1	2,2%	338,8	2,2%	343,3	2,2%
HUANCAVELICA	491,9	1,6%	243,4	1,6%	248,5	1,6%
UCAYALI	483,7	1,6%	248,8	1,6%	234,9	1,5%
APURIMAC	454,4	1,5%	225,7	1,5%	228,7	1,5%
AMAZONAS	419,5	1,4%	215,2	1,4%	204,3	1,3%
TACNA	333,4	1,1%	166,8	1,1%	166,6	1,1%
PASCO	310,6	1,0%	160,1	1,1%	150,5	1,0%
TUMBES	231,5	0,8%	119,9	0,8%	111,6	0,7%
MOQUEGUA	176,8	0,6%	90,7	0,6%	86,1	0,6%
MADRE DE DIOS	130,9	0,4%	71,1	0,5%	59,8	0,4%
TOTAL	30517,0	100,0%	15189,9	100,0%	15327,1	100,0%

FUENTE: http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201311_01.pdf

Tabla 2.6

POBLACION PERUANA POR EDAD

PERU: POBLACION POR SEGMENTOS DE EDAD SEGUN DEPARTAMENTOS 2013 (EN MILES)									
DEPARTAMENTO	TOTAL	%	00 - 05 AÑOS	06 - 12 AÑOS	13 - 17 AÑOS	18 - 24 AÑOS	25 - 39 AÑOS	40 - 55 AÑOS	56 + AÑOS
LIMA	9541,6	31,3	968,8	1135,1	859,7	1339,4	2410,2	1649,6	1178,8
PIURA	1814,7	5,9	241,2	272,1	202,0	228,1	387,0	286,1	198,2
LA LIBERTAD	1814,3	5,9	222,1	261,0	192,5	242,2	399,1	282,3	215,1
CAJAMARCA	1519,7	5,0	199,1	254,4	175,0	189,2	318,8	215,6	167,6
PUNO	1389,7	4,6	161,7	216,2	152,8	183,2	300,3	207,3	168,2

FUENTE: http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201311_01.pdf

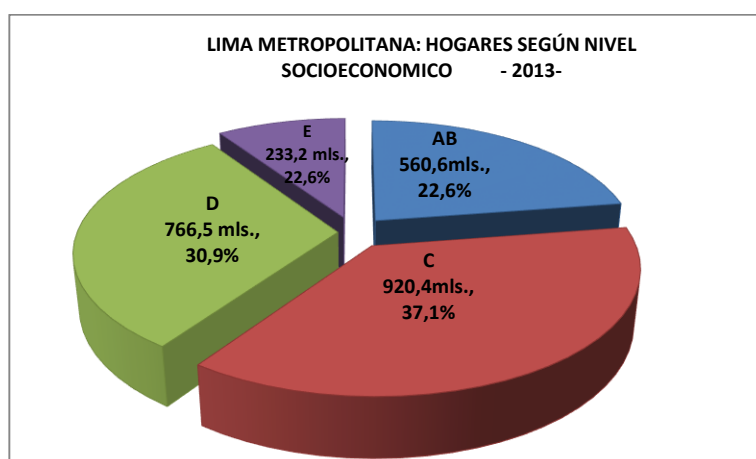
Para el estudio clasificaremos a la población por nivel socioeconómico (NSE) de acuerdo al INEI Lima se encuentra clasificada de la siguiente forma; AB la población con mejores condiciones de vida y mayores ingresos, es el grupo poblacional con viviendas lujosas, poseen más de un vehículo por familia, pueden viajar al extranjero y atienden a educación privada, en el extremo están la clasificación D y E que tienen características habitacionales y de vida semejantes, tales como viviendas precarias y en

alquiler, sin una actividad económica continua. Finalmente está el NSE C, caracterizándose por condiciones medias de vida, poseen una vivienda con todos los servicios, generalmente un vehículo familiar, acceso de salud, educación, y disponibilidad de gasto para vacaciones, aunque no necesariamente al extranjero.

Los muebles importados al ser considerados suntuosos, están dirigidos al segmento AB, con un poder adquisitivo alto y como vemos en el cuadro 2.13 el 22,6% de la población en Lima está clasificada dentro de este segmento.

CUADRO 2.13

LIMA: HOGARES SEGÚN NIVEL SOCIOECONOMICO



FUENTE: http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201311_01.pdf

Tabla 2.7

LIMA METROPOLITANA: HOGARES Y POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO – 2013 – (en miles)

NIVELES SOCIOECONOMICOS	HOGARES		POBLACIÓN		POBLACION POR GRUPOS DE EDAD						
	Mls.	%	Mls.	%	00 - 05 años	06 - 12 años	13 - 17 años	18 - 24 años	25 - 39 años	40 - 55 años	56 - + años
A/B: ALTO/MEDIO	560,6	22,6	2131,3	22,2	172,8	218,7	171,8	267,3	521,3	436,1	343,3
C: BAJO SUPERIOR	920,4	37,1	3619,3	37,7	329,3	399,9	314,6	487,9	909,6	667,6	510,4
D: BAJO INFERIOR	766,5	30,9	2966,5	30,9	336,1	374,8	279,6	461,3	789,3	460,9	264,5
E: MARGINAL	233,2	9,4	883,2	9,2	136,2	140,4	90,8	136,4	224,5	105,1	49,8
TOTAL LIMA METROPOLITANA	2480,7	100,0	9600,3	100,0	974,4	1133,8	856,8	1352,9	2444,7	1669,7	1168,0

FUENTE: http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201311_01.pdf

Generalmente, cuando el peruano adquiere productos para el hogar, busca una buena presentación del producto, con acabados y diseños de primera, no es le gusta comprar por medio de catálogos, y se deja llevar por la llamada experiencia familiar. La compra está condicionada en gran parte a los anuncios publicitarios y promociones que se hagan de acuerdo con las temporadas.

Capítulo 3: Procedimientos de logística y trámites de exportación

3.1. Regulaciones arancelarias y regulaciones no arancelarias en el mercado meta

El conocimiento de los impuestos y requisitos que se necesitan para la exportación de muebles a Perú previo al inicio del proceso es indispensable, ya que permitirá el cálculo de los valores que se incrementan al costo del producto dándonos una visión frente a la competencia proveniente de otros países.

En este capítulo se describirán los impuestos, obligaciones y requisitos que aplican a los muebles comprendidos en las partidas 94016100; 94036000 y 94035000 que se importan desde Ecuador a Perú, así como los registros documentales que se exigen para el ingreso al país.

3.1.1. Impuestos y otros derechos en el mercado meta

Las importaciones tienen que cumplir con el pago de derechos arancelarios e impuestos internos, dentro de los derechos arancelarios se encuentra el arancel de la Aduana y la sobretasa Arancelaria a productos específicos, en cuanto a los impuestos internos encontramos: Impuesto general de ventas (IGV) con un 16% el Impuesto de Promoción Municipal (IPM) con un 2% (que se grava sobre el valor CIF + ad valorem) y el Impuesto Selectivo de Consumo (ISC) que depende de la sub partida.¹⁸

El arancel se encuentra reglamentado por la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y utiliza como herramienta el Arancel Integrado Andino (ARIAN) que sirve para facilitar la aplicación de políticas y medidas relativas a las importaciones y exportaciones de los países miembros, el ARIAN incluirá el texto único de la nomenclatura arancelaria (NANDINA) utilizada por todos los países miembros de la CAN. La NANDINA está basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el código numérico está compuesto por 8 dígitos, pero los países miembros

¹⁸ http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2127%3Aaspectos-generales-sobre-los-aranceles-capitulo-i&catid=297&Itemid=100143&lang=es; Ministerio de Economía y Finanzas, 16 agosto 2014.

pueden crear notas complementarias incrementando a 10 dígitos el código siempre que no incumplan la NANDINA.¹⁹

El porcentaje del arancel promedio en Perú ha disminuido considerablemente en los últimos años situándose en el 2013 en el 3.2% según el Ministerio de Economía y Finanzas de Perú (MEF).

CUADRO 3.1

Perú: Estructura Arancelaria

NIVELES ARANCELARIOS AD-VALOREM	SUBPARTIDAS NACIONALES		IMPORTACIÓN 2013 VALOR CIF	
	Nº	(%)	Mill. US\$	(%)
0	4,224	55.9	31,772.5	73.3
6	2,538	33.6	9,741.1	22.5
11	792	10.5	1,835.6	4.2
Total	7,554	100.0	43,349.2	100.0
PROMEDIO ARANCELARIO NOMINAL-SIMPLE				3.2
DISPERSIÓN ARANCELARIA (DESVIACIÓN ESTÁNDAR)				3.8
ARANCEL EFECTIVO 1_/				1.2
ARANCEL PROMEDIO PONDERADO POR IMPORTACIONES				1.8

1_/ Arancel efectivo = (Monto de recaudación Advalorem CIF / Monto de importación CIF)*100, con datos de importación del 2013.

Notas:

1) Elaborado en base al Arancel de Aduanas, aprobado por Decreto Supremo N° 238-2011-EF y publicado el 24.12.2011.

2) No incluye subpartidas del "Capítulo 98 Mercancías con tratamiento especial" del Arancel de Aduanas.

Fuente: SUNAT, MEF

Elaboración: MEF

FUNETE:http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=287&Itemid=100852&lang=en

El Impuesto Valor Agregado (IGV) grava la venta de bienes, importación de bienes y servicios dentro del país, en el caso de las importaciones debe ser cancelado en dólares americanos o en el caso que se pague en la moneda nacional (soles) se debe tomar en tipo de cambio vigente a la fecha de pago, además tiene que pagarse en los tres días hábiles siguientes a la fecha de numeración de la Declaración o al momento de la presentación de la misma en el caso de Sistema Anticipado de Despacho Aduanero.

¹⁹ <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/>, SUNAT, 16 agosto 2014.

El Impuesto de Promoción Municipal (IPM) se aplica bajo las mismas condiciones que el Impuesto General de Ventas debe ser cancelado máximo en tres días hábiles desde la numeración de la Declaración o al momento de la presentación en el caso de Sistema Anticipado de Despacho Aduanero, en la práctica se aplica el 18% que es el resultado de la suma de este impuesto (2%) más el IGV (16%).

El Impuesto Selectivo al Consumo, es un tributo al consumo específico de algunos productos que los importadores tendrán que pagar en el caso que así lo requieran las leyes del gobierno peruano, generalmente este impuesto está vinculado al consumo de hidrocarburos, vehículos, bebidas alcohólicas, cigarrillos y juegos de azar, el porcentaje de este impuesto esta entre el 0% y el 50%, las tasas están descritas en el Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General de las Ventas, en el caso de muebles de madera este impuesto no es aplicado.

3.2. Reglamentaciones sanitarias y de seguridad.

3.2.1. Control Sanitario para los productos de madera.

Los requisitos fitosanitarios para el ingreso de ciertas mercancías a Perú están establecidos en base al país de origen y/o procedencia y el uso que se le vaya a dar al mismo, estos se encuentran determinados por el análisis de riesgo de plagas según el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA), con el fin de aplicar medidas de protección de ingreso de plagas al país.

El SENASA estableció cinco categorías de riesgo fitosanitario y que están agrupadas en plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados, esto debido a que no todos los productos tienen el mismo riesgo. A continuación un resumen de la clasificación²⁰:

- Categoría 1: productos de origen vegetal que gracias a su nivel de procesamiento ya no pueden ser infestados por plagas, por tanto no es obligatorio su control fitosanitario.

²⁰ http://www.ausa.com.pe/images/uploads/normas/RD%20%20002_2012_AG_SENASA_DSV.pdf; AUSA, 20 agosto 2014.

- Categoría 2: productos de origen vegetal que a pesar de haber sido sometidos a algún tipo de procesamiento pero que aún pueden ser infestados, o que su grado de procesamiento no puede haber eliminado todas las plagas.
- Categoría 3: productos vegetales semi-procesados o naturales primarios para el consumo, uso directo o transformación, pudiendo introducir plagas.
- Categoría 4: semillas, plantas o sus partes.
- Categoría 5: cualquier otro producto de origen vegetal o no que no se ha considerado en las anteriores y que implica un riesgo que pueda ser comprobado.

Los artículos reglamentados deberán sujetarse a los siguientes requisitos previos a la llegada y si es que fue sometido a inspección fitosanitaria:

CUADRO 3.2

REQUISITOS FITOSANITARIOS SEGÚN CATEGORÍA

Requisito	Categoría de Riesgo Fitosanitario				
	1	2	3	4	5
Requiere Permiso Fitosanitario de Importación	NO	NO	(SI)	(SI)	SI
Requiere Inspección Fitosanitaria al Ingreso	NO	SI	SI	SI	SI
Venir acompañado por el Certificado Fitosanitario o por el Certificado Fitosanitario de Reexportación (incluyendo declaraciones adicionales y/o tratamientos cuarentenarios, cuando lo indique el PFI)	NO	NO	SI*	SI	SI***
Sujeto a Cuarentena Posentrada	NO	NO	NO	SI**	SI**

- () Excepto aquellos que se tipifican en el art. 40º del Reglamento de Cuarentena Vegetal.
 * Excepto aquellos que se tipifican en el art. 40.1º del Reglamento de Cuarentena Vegetal.
 ** Cuando se indica en el PFI o se tipifica en el art. 40.2º del Reglamento de Cuarentena Vegetal.
 *** Certificado o Documento o Informe Técnico, según lo consignado en el PFI

FUNETE:http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=287&Itemid=100852&lang=en

CUADRO 3.3

REQUISITOS POST INPECCION

Requisito	Categoría de Riesgo Fitosanitario				
	1	2	3	4	5
Análisis de Laboratorio	NO	SI*	SI*	SI*	SI*
Tratamiento	NO	SI**	SI**	SI**	SI**

* Si se detectan plagas en la inspección fitosanitaria o si el PFI así lo indica.

** Solo en caso de detección de plagas que cuentan con tratamientos aprobados o no son plagas cuarentenarias. Las plagas cuarentenarias y aquellas que no cuentan con tratamiento aprobado estarán sujetas a las medidas establecidas en el Reglamento de Cuarentena Vegetal.

FUNETE:http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=287&Itemid=100852&lang=en

Según la categorización a continuación se detalla algunas de las partidas arancelarias y la categorización a la que pertenecen, y podemos visualizar que la mayoría de productos que exigen un certificado fitosanitario son productos agrícolas sin tratamiento, en el caso de muebles de madera no son requeridos estos permisos:

CUADRO 3.4

PARTIDAS ARANCELARIAS Y SU CATEGORIZACION

ANEXO I

PARTIDAS ARANCELARIAS Y CATEGORIAS DE RIESGO FITOSANITARIO DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y OTROS ARTICULOS REGLAMENTADOS

PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCION	CATEGORIAS DE RIESGO				
		1	2	3	4	5
0106.49.00.00	Insectos vivos, excepto abejas					X
0106.90.00.00	Los demás artrópodos vivos (solo con fines agrícolas)					X
0307.60.00.00	Caracoles, excepto los del mar					X
0511.99.10.00	Cochinilla (insecto muerto)		X			
0511.99.90.90	Los demás Insectos y artrópodos muertos		X			
0601 10 00 00	Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en reposo vegetativo				X	
0601 20 00 00	Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en vegetación o en flor; plantas y raíces de achicoria				X	
0602 10 10 00	Esquejes sin enraizar e injertos de orquídeas				X	
0602 10 90 00	Esquejes sin enraizar e injertos de las demás plantas				X	
0602 20 00 00	Arboles, arbustos y matas, de frutas o de otros frutos comestibles, incluso injertados				X	
0602.30.00.00	Rododendros y azaleas, incluso injertados				X	
0602 40 00 00	Rosales, incluso injertados				X	
0602 90 10 00	Orquídeas, incluso sus esquejes enraizados				X	
0602 90 90 00	Las demás plantas vivas (incluidas sus raíces) esquejes enraizados e injertos, micelios				X	
0603 11 00 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de Rosas, frescos			X		
0603 12 10 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de Claveles miniatura, frescos			X		
0603 12 90 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de los demás Claveles, frescos			X		
0603 13 00 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de Orquídeas, frescos.			X		
0603 14 10 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de Crisantemos (pompones), frescos			X		
0603 14 90 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de los demás Crisantemos, frescos			X		
0603.15.00.00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de Azucenas (<i>Lilium spp.</i>), frescos			X		
0603 19 10 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de <i>Gypsophila</i> , (<i>Lluvia, ilusión</i>) (<i>Gypsophila paniculata L.</i>), frescos			X		
0603 19 20 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de Aster, frescos			X		
0603 19 30 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de <i>Alstroemeria</i> , frescos.			X		
0603 19 40 00	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos de Gerbera, frescos.			X		
0603 19 90 00	Las demás flores y capullos, cortados para ramos o adornos frescos			X		
0603 90 00 00	SN Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, con secado natural			X		
0603 90 00 00	P2 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, con algún proceso de la CRF 2		X			
0603 90 00 00	P1 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, con algún proceso de la CRF 1	X				
0604 20 00 00	Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, sin flores ni capullos, y hierbas, musgos y líquenes, para ramos y adornos, frescos			X		
0604 90 00 00	SN Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, sin flores ni capullos y y hierbas, musgos y líquenes, para ramos y adornos, con secado natural			X		
0604 90 00 00	P2 Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, sin flores ni capullos y hierbas, musgos y líquenes, para ramos y adornos, con algún proceso de la CRF 2		X			
0604 90 00 00	P1 Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, sin flores ni capullos, y hierbas, musgos y líquenes, para ramos y adornos, con algún proceso de la CRF 1	X				

FUNETE:http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=287&Itemid=100852&lang=en

3.2.2. Principios generales y requerimientos en Perú

En el caso de Perú gracias a los acuerdos de integración se puede hacer uso de las normas de origen para acceder a preferencias arancelarias. Es obligación del exportador enviar el certificado de origen para la nacionalización de la mercancía en Perú, para que el importador pueda beneficiarse a las preferencias vigentes por pertenecer a la Comunidad Andina, que en el caso de las partidas estudiadas corresponde al 0%²¹.

En los cuadros 3.5, 3.6 y 3.7 un resumen de los impuestos a pagar en Perú de cada partida, además de convenios que mantiene con algunos países en los cuales vemos que al emitir un certificado de origen pagan 0% de ad valorem, siendo los únicos impuestos a pagar el IGV y el IPM.

CUADRO 3.5

IMPUESTOS Y CONVENIOS PARTIDA 9403.60.00

		- Los demás muebles de madera
94.03.60.00.00		
TIPO DE PRODUCTO	LEY 29666-IGV 20.20.11	
Gravámenes Vigentes	Valor	
Ad/Valorem		6%
Impuesto Selectivo al Consumo		0%
Impuesto General de Ventas		16%
Impuesto de Promoción Municipal		2%
Derecho Específicos		N.A.
Derecho Antidumping		N.A.
Seguro		1,25%
Sobretasa		0%
Unidad de Medida		(*)

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

CONVENIOS INTERNACIONALES					
PAIS	CONVENIO	FECHA VIGENCIA	ARANCEL BASE	PORCENTAJE LIBERADO ADV	
BOLIVIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---	100%	
COLOMBIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---	100%	
ECUADOR UNION EUROPEA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES 812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	31/12/9999 01/01/2014 - 31/12/2014	---	100%	
EEUU	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EEUU	01/01/2014 - 31/12/2014	9%	18,18%	
CANADA	338 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - CANADA	31/12/2014	12%	60%	
CHILE	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA - CHILE	01/07/2003 - 31/12/2016	---	100%	
URUGUAY	229 - ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE NATURALEZA COMERCIAL PERU	01/01/2011 - 31/12/9999	---	100%	
VENEZUELA		23/09/2013 - 31/12/9999	---	80%	

Fuente: SUNAT
Elaborado por: Autor

²¹ <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>, SUNAT, 21 agosto 2014

CUADRO 3.6

IMPUESTOS Y CONVENIOS PARTIDA 9401.61.00

94.01.61.00.00 -- Con relleno

TIPO DE PRODUCTO	LEY 29666-IGV 20.02.11
-------------------------	------------------------

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad/Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General de Ventas	16%
Impuesto de Promocion Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1,25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida	(*)

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

CONVENIOS INTERNACIONALES

PAIS	CONVENIO	FECHA VIGENCIA	ARANCEL BASE	PORCENTAJE LIBERADO ADV
BOLIVIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---%	100%
COLOMBIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---%	100%
ECUADOR	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---%	100%
UNION EUROPEA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/01/2014 - 31/12/2014	9%	18,18%
EEUU	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EEUU	01/01/2014 - 31/12/2014	12%	60%
CANADA	803 - TLC PERU - CANADA	01/01/2014 - 31/12/2014	12%	60%
CHILE	338 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHILE	01/07/2003 - 31/12/2016	---	100%
URUGUAY	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA - BRASIL - URUGUAY Y PARAGUAY	01/01/2011 - 31/12/9999	---	100%
VENEZUELA	229 - ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE NATURALEZA COMERCIAL PERU	23/09/2013 - 31/12/9999	---%	60%

Fuente: SUNAT

Elaborado por: Autor

CUADRO 3.7

IMPUESTOS Y CONVENIOS PARTIDA 9403.50.00

94.03.50.00.00	- Muebles de madera del tipo utilizados en dormitorios
TIPO DE PRODUCTO	LEY 29666-IGV 20.02.11
Gravámenes Vigentes	Valor
Ad/Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General de Ventas	16%
Impuesto de Promocion Municipal	2%
Derecho Especificos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	1,25%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida	(*)

N.A.: No es aplicable para esta subpartida

CONVENIOS INTERNACIONALES				
PAIS	CONVENIO	FECHA VIGENCIA	ARANCEL BASE	PORCENTAJE LIBERADO ADV
BOLIVIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---%	100%
COLOMBIA	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---%	100%
ECUADOR	100 - COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	03/09/2012 - 31/12/9999	---%	100%
UNION EUROPEA	812 - ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/01/2014 - 31/12/2014	9%	18,18%
EEUU	802 - ACUERDO DE PROMOCION COMERCIAL PERU - EEUU	01/01/2014 - 31/12/2014	12%	60%
CANADA	803 - TLC PERU - CANADA	01/01/2014 - 31/12/2014	12%	60%
CHILE	338 - ACUERDO DE LIBRE COMERCIO PERU - CHILE	01/07/2003 - 31/12/2016	---	100%
URUGUAY	358 - ALADI, ACE 58 PERU - ARGENTINA - BRASIL - URUGUAY Y PARAGUAY	01/01/2011 - 31/12/9999	---	100%
VENEZUELA	229 - ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL DE NATURALEZA COMERCIAL PERU	23/09/2013 - 31/12/9999	---%	60%

Fuente: SUNAT

Elaborado por: Autor

Para la obtención del certificado de origen es necesario cumplir con algunos requerimientos que se detallan a continuación, según Pro Ecuador²²:

1. Registro en el ECUAPASS: El primer paso que debe seguir el exportador es registrarse a través del sitio <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>, opción solicitud de uso (previo es necesario la obtención de token o firma digital)
2. Generación de la declaración juramentada de origen DJO: Dentro del ECUAPASS, se debe ingresar al menú Ventanilla Única, opción Elaboración DJO, el usuario deberá generar la DJO del producto a ser exportado. EL objetivo es determinar si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los Acuerdos y así beneficiarse de las preferencias. La declaración tiene una duración de 2 años.
3. Generación del Certificado de Origen: En este caso como se va a exportar a Perú, el certificado puede ser emitido por varias entidades autorizadas por el gobierno dependiendo de la ciudad de emisión. El exportador deberá seguir el procedimiento de la entidad seleccionada, llenar el formulario en el ECUAPASS y presentar documentación requerida para posteriormente retirar el certificado físico.

En el cuadro 3.8 encontramos el formato del certificado de origen aceptada por la Comunidad Andina de Naciones, en el cual se detalla la partida arancelaria y una descripción mínima de los productos enviados.

²² <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>

CUADRO 3.8

CERTIFICADO DE ORIGEN APLICABLE EN LA COMUNIDAD ANDINA



COMUNIDAD ANDINA
 CERTIFICADO DE ORIGEN
 ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION
 ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

N° del Certificado
 16901725201400000996P

PAIS EXPORTADOR :		ECUADOR	PAIS IMPORTADOR :	PERU
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERIAS		
1	94016100	BANCO / LEMANS UC800		
2	94016100	BUTACA / TARENTO T3712, TARENTO T3790, VERSALLES 3685		
3	94016100	OTTOMAN / TOSCANA T3615-T3685		
4	94016100	SILLA / BACILI T2875, EMMA T38005, NANTES T3712, NANTES T3809, TARENTO T3712, TARENTO T3690, VERSALLES T3685.		
5	94016100	SILLON / LILAH T1615, SPAZIO T1618, SPAZIO 2605, ISABELA T3678, TOSCANA T3794, TOSCANA T3615-T3685, LAUREL T2676-T1632		
6	94016100	SOFA / GRISSIA UC693, TOSCANA T3615-T3685, TOSCANA T3794, ISABELA T3678, LAUREL T2676 - T1632		
7	94036000	APARADOR / TARENTO, VERONA		
8	94036000	MESA COMEDOR / NANTES V2, RECT LEMANS, RECT VERSALLES, ISABELA		
9	94035000	AUXILIAR DORMITORIO / LIVERPOOL, TARENTO		
10	94035000	CAMA / BAKER FULL/QUEEN, BENHART FULL/QUEEN, CAPRI KING, LEMANS FULL/QUEEN, LISBOA FULL, LIVERPOOL QUEEN, METROPOLITAN FULL/KING/QUEEN, TARENTO FULL/KING/QUEEN, TOSCANA QUEEN, URBANA KING/QUEEN, VARI TWIN/QUEEN/KING		
11	94035000	COMODA / ALTA LEMANS, BAKER, BENHART VII, CAPRI, TOSCANA, URBANA, VARI		
12	94035000	SEMANERO / URBANA, VARI		
13	94035000	TOCADOR / LEMANS		
14	94035000	VELADOR / BAKER, BASILEA, BENHART VII, CAPRI, LEMANS, LISBOA, LIVERPOOL, TARENTO, URBANA		
15	70099200	ESPEJO / BAKER, CAPRI, LIVERPOOL, TARENTO, URBANA, VARI		

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No [001-002-00000710] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
1	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
2	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
3	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
4	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
5	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
6	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
7	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
8	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
9	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
10	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
11	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
12	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
13	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
14	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)
15	Decision 416, Capítulo II, Artículo 2, Literal e(i),(ii)

FECHA: 20 AGOSTO 2014
 RAZON SOCIAL: COLINEAL CORPORATION CIA. LTDA.
 Sello y firma del exportador o productor

CERTIFICACION DE ORIGEN	
Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de CUENCA, el día 21 de Agosto del mes de Agosto del 2014	
 Nombre, sello y firma de la Entidad Certificadora	

NOTAS: (1) Esta cédula indica el origen en que se incluyen las mercancías comprendidas en el proceso certificado. En caso de ser ineficaz, se continuará la individualización de los productos en ejemplares complementarios de esta cédula, manteniendo exactitud en su contenido.
 (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Fiscal, indicando número de registro.
 (3) En esta cédula se indicará la norma de origen con que cumple cada mercancía individualizada por su número de cédula.
 - El firmante no podrá presentar respaldos, tachaduras o enmendaduras



Fuente: FEDEXPOR

3.3. Requisitos que se debe cumplir para la exportación de Ecuador y la nacionalización en Perú

3.3.1. Procedimientos y requisitos para exportar desde Ecuador.

Aquí se analizarán los requisitos que exigen las leyes ecuatorianas para la exportación, los cuales son necesarios a la hora de exportar desde nuestro país, para de esta manera tener evitar posibles inconvenientes legales. Con respecto a los tramiten en Perú ya se ha analizado las trabas que pudieran presentarse como la presentación de un certificado fitosanitario, o la obtención de beneficios al presentar un certificado de origen.

Es muy importante determinar procesos y aspectos que no se conocen o no se toman en cuenta al momento de exportar que pueden entorpecer o retrasar la exportación, generando costos innecesarios que generalmente se presentan por la falta de información o la inadecuada presentación de documentos y requisitos que exige la aduana del país. En una reunión mantenida con la directora de la Federación Ecuatoriana de Exportadores de Cuenca, indico que la ideología de algunas personas que se acercan por información, es que el proceso de exportación es lento y altamente costoso, además que requiere la inversión de mucho tiempo, sin embargo, si el exportador se informa podrá realizar el trámite de una forma fácil y rápida.

El primer paso para exportar a Perú es identificar el producto en la correcta partida arancelaria, que como ya vimos anteriormente para este caso se aplica la nomenclatura del Sistema Armonizado NANDINA, establecido por la Comunidad Andina de Naciones, es indispensable para identificar los requisitos que se deben cumplir para el ingreso al mercado. Una vez definida la partida, se puede establecer las normas arancelarias y no arancelarias que el producto debe cumplir al momento del despacho, este paso es uno de los más importantes para poder definir si el producto es o no competitivo en el mercado. En el caso de muebles recordemos que están bajo un acuerdo comercial internacional, otorgando el no pago de impuestos a estos productos entre otros.

3.3.2. Documentos Requeridos para la Exportación

Para el ingreso de los productos el exportador deberá enviar los siguientes documentos al importador:

- Factura comercial: es indispensable que la factura comercial contenga nombre o razón social del remitente, domicilio legal del exportador, numero de orden, lugar y fecha de emisión, nombre o razón social del importador, domicilio del importador, marca u otros signos de identificación, bultos, clase y peso, descripción

detallada de las mercancías, modelo, unidad de medida, estado de la mercancía (nueva o usada), país de origen, valor FOB unitario, forma de pago.

- Packing List: El packing list contendrá la información detallada en la factura, sin embargo en ella no se detallan los valores monetarios, sino más bien se hace énfasis en la cantidad, número de bultos, pesos.
- Certificado de Origen: este documento como ya lo vimos anteriormente permitirá al importador beneficiarse de la exención de impuestos debido a la firma de tratados comerciales, el mismo deberá ser tramitado por el exportador ante los organismos autorizados.
- Documento de Transporte: es un documento emitido por el transportista, en la cual se detallara el costo desde origen hasta el destino, en el caso del transporte marítimo es conocido como Bill of Lading/Conocimiento de Embarque (BL), el documento aéreo como Air Way Bill/Guía Aérea (AWB) y como Carta Porte en el caso de transporte terrestre.

3.3.3. Requisitos para exportar

Pro Ecuador ha elaborado una guía útil detallando los pasos previos para poder exportar, la cual se resumirá en el siguiente procedimiento.²³

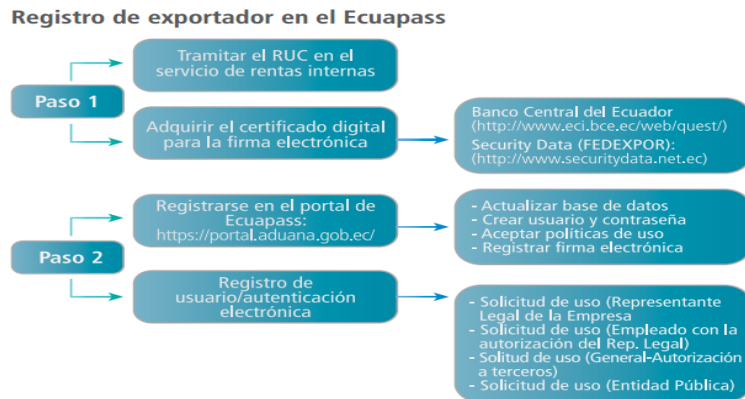
- Primero es necesario conocer que toda persona ecuatoriana o residente en el país puede ser exportadora, y pueden constituirse como personas naturales o jurídicas
- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), el cual es otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica.

²³ <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/GuiaExportador.pdf>

- Obtener el certificado de firma electrónica (TOKEN), otorgado por el Banco Central o la empresa Security Data.
- Registrarse como Exportador en el ECUAPASS.
- Elaborar las declaraciones juramentadas DJO en el ECUAPASS

CUADRO 3.9

REGISTRO EN EL ECUAPASS



Fuente: Pro Ecuador
Elaborado por: Pro Ecuador

CUADRO 3.10

ELABORACION DE DECLARACIONES JURAMENTADAS

Trámite de declaración juramentada de origen (DJO)




Fuente: Pro Ecuador
Elaborado por: Pro Ecuador

Se podría decir que el proceso de exportación empieza con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS la cual puede ser elaborada por una persona capacitada de la empresa o por un agente de aduana, la cual tiene que estar respaldada con una factura o proforma, esta declaración crea un vínculo legal y obligaciones con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) por parte del exportador, los documentos de acompañamiento de la DAE son la factura comercial, lista de empaque. Los datos primordiales que se ingresaran en la DAE son:


- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del Consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

CUADRO 3.11

DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2014-40-00561872		
Información de general			
Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01000013
Información de Exportador			
Nombre del exportador	COLINEAL CORPORATION CIA. LTDA.	Telefono del exportador	072805122
Dirección del exportador	AV OCTAVIO CHACON 2110		
Numero de documento de CIU	RUC-0190110001001	Ciudad del exportador	CUENCA
Nombre del declarante	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS DE MADERA, CONSORCIO MALO & ARIZAGA CIA. LTDA.	Numero de documento de	RUC-0190327574001
Dirección del declarante	AVE. GIL RAMIREZ DAVALOS 1-31 Y ARMENILLAS		
Código de forma de pago	A PLAZO (90 DIAS)	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE
Información de carga			
Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	19/08/2014
Nombre del consignatario	GLOBAL DESIGN INTERNATIONAL		
Dirección del	AV RAMON ARIAS ENTRE 8TA Y CORREGIMIENTO BELLA VISTA		
Ciudad del contribuyente	CIUDAD DE PANAMA	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	(05060025) CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	PANAMA		
Totales			
Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción	33208	Cantidad de ítem	70
Peso neto total	6630.5	Peso total	7190
Cantidad total de bultos	187	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	159	Cantidad total de unidades comerciales	159
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	
Item			

Firma del Contribuyente

1 de hoja /4 total de hojas

Firma del Declarante

Fuente: SENAE

Una vez realizado el despacho de exportación es obligación del exportador regularizar las Declaraciones Aduaneras de Exportación ante la SENAE mediante un registro electrónico que dará por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40), este régimen es el común en las exportaciones. Para poder completar este proceso el exportador cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Para la regularización de la DAE se debe presentar electrónicamente copia de la

factura comercial, lista de empaque, certificado de origen en caso de haberlo, copia del documento de transporte multimodal.

3.3.4. Proceso de Nacionalización en Perú

Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) la importación de mercancías en Perú se lleva a cabo bajo diferentes modalidades ello dependiendo de la finalidad que tengan las mismas, pudiendo ser importadas bajo régimen definitivo es decir para el consumo que es bajo el régimen sobre el cual se realizan la mayor parte de importaciones desde el Ecuador, suspensivo, temporal, de perfeccionamiento o de operaciones aduaneras²⁴.

Para poder realizar cualquier trámite el importador debe tener actualizado su información ante la SUNAT. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) debe mostrar que está autorizado para importar, esto se puede hacer en cualquier punto de atención de la aduana.

En el caso de las importaciones realizadas bajo el régimen de importación definitiva, el proceso de nacionalización de las mercancías empieza con la llegada a los puntos de control, ya sea el puerto marítimo, aeropuerto o frontera, para ello el importador debe tener toda la documentación original (Factura, lista de empaque, certificado de origen, documento de transporte), todo proceso de nacionalización es llevado a cabo por un agente de aduana que será quien represente al importador frente al SUNAT.

La mercancía es recibida y transportada a un Terminal de Almacenamiento, el cual emitirá un volante o manifiesto de carga que es la confirmación de la llegada de la mercancía al país, para que así el agente pueda empezar la legalización de la mercancía. El agente de aduanas presentará la documentación ante la SUNAT, este debe tener en cuenta los requisitos, certificados o autorizaciones que debe tener la mercancía. Es importante

²⁴ <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procEspecif/inta-pe-01-10a.htm>

que todos los permisos estén regularizados previo al arribo de la mercancía para evitar sobrecostos y sobretiempo en la nacionalización.

El siguiente paso es la presentación de la Declaración Única Aduanera (DUA), que es el documento para la nacionalización de la mercancía, el plazo para la presentación de la misma es de treinta días a partir del día siguiente del término de descarga, las mercancías declaradas en la DUA debe cumplir con ciertos requisitos:

- Pertenecer al mismo consignatario
- Encontrarse almacenado en un Terminal autorizado
- Estar declarada en un solo manifiesto de carga
- Tener el documento de transporte (Conocimiento de embarque, Guía aérea o Carta de Porte)

Por otro lado los documentos que se deben presentar conjuntamente con la DUA son:

- Factura Comercial Original
- Certificado de Origen
- Póliza de Seguro

Posterior a la presentación de la documentación ante la Aduana un funcionario validara la información transmitida por el Agente de Aduanas contra la documentación original presentada, de estar conforme generara la numeración de la DUA o caso contrario solicitara las correcciones pertinentes. Las DUA que ya están numeradas pueden ser objeto de varios tipos de control, que están clasificadas en diferentes canales²⁵:

1. **Canal Verde:** Las Declaraciones que sean seleccionadas para este canal no requerirán revisión documentaria ni física, pudiendo el importador disponer de ellas inmediatamente una vez que están cancelados los tributos.
2. **Canal Naranja:** Cuando las declaraciones sean sometidas a canal naranja serán sometidas a revisión documentaria únicamente.
3. **Canal Rojo:** las declaraciones sujetas a este canal tendrán que pasar por un proceso de reconocimiento físico y documental.

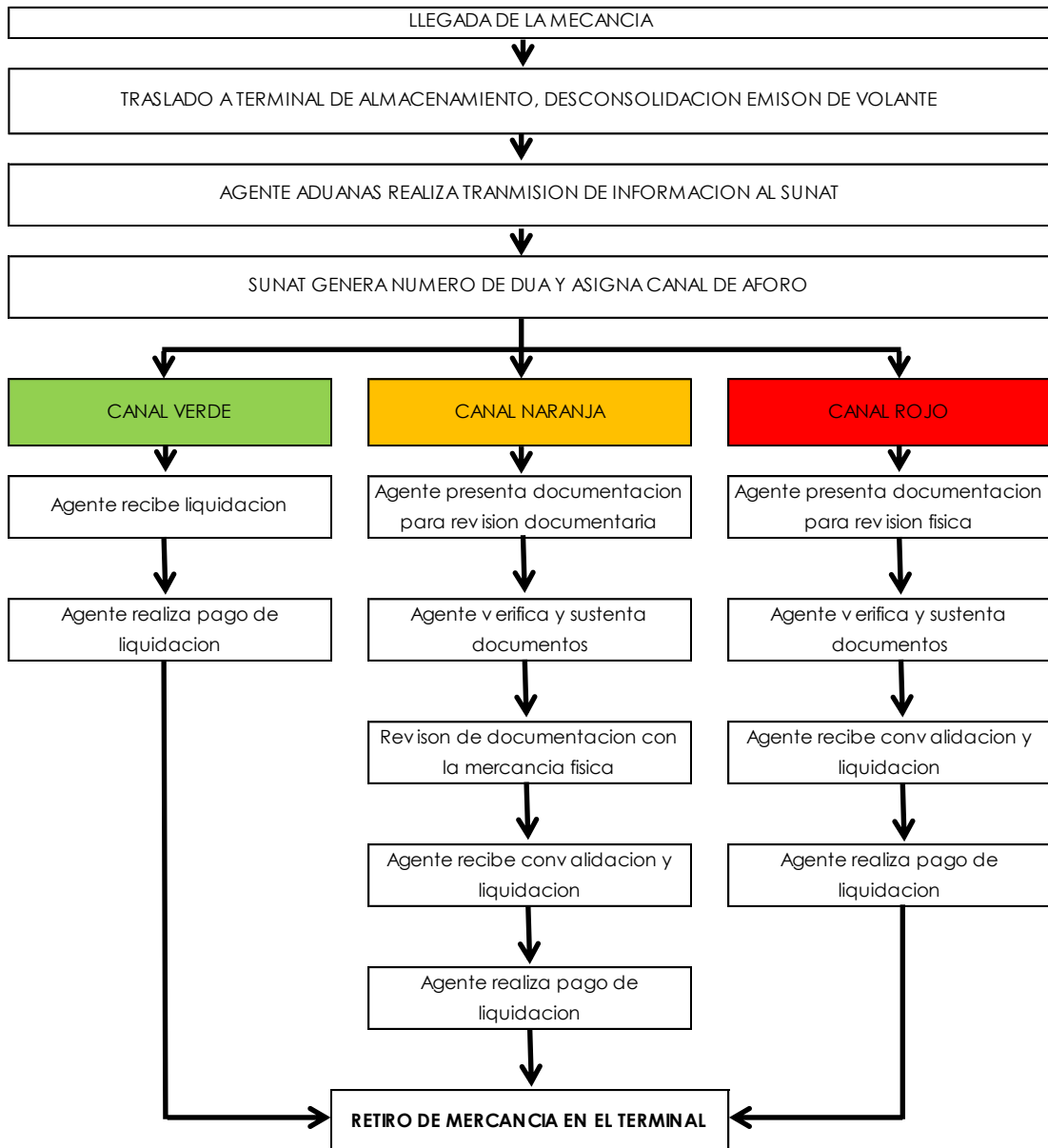
²⁵ <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informca/TR01IMPO.htm>

Después de haber sido determinado el canal y de haber cumplido con todos los procedimientos se realiza el pago de tributos aduaneros habiendo varios canales para ello, es de preferencia tener convenios para que los pagos se hagan vía electrónica agilizando el proceso. Una vez cancelados los derechos se puede retirar la mercancía del terminal en el cual está almacenado. Generalmente el proceso de nacionalización puede tomar entre cinco a siete días si es manejado de manera óptima y obviamente dependerá del canal asignado.

Un punto muy importante es la póliza de seguro que es uno de los documentos que se necesitan para la nacionalización, este seguro ampara la operación durante todo el proceso logístico, dependiendo de los términos de negociación será responsabilidad del exportador enviar el documento o del importador asegurar la carga con la aseguradora local.

CUADRO 3.12

**PROCESO DE NACIONALIZACION
FLUJOGRAMA NACIONALIZACION MERCANCIAS**



Fuente: SUNAT
Elaborado por: Autor

3.3.5. Costos de Nacionalización

Para el cálculo de los costos de importación deben tenerse en cuenta varios elementos entre ellos: Precio FOB + Flete + Seguro = Precio CIF, derechos, gastos de importación y gastos administrativos. La forma más común de hacer el cálculo es tomar como base la factura o cotización final, la base imponible para el cálculo de derechos e impuestos será el valor CIF.

A continuación un cuadro donde se establece más claramente cómo se determina el pago de derechos e impuestos para nacionalizar las mercancías en el Perú:

CUADRO 3.13

VALORES PARA EL CALCULO DE IMPUESTOS

CALCULO DE IMPUESTOS	
TRIBUTO	BASE IMPONIBLE
Ad Valorem	Valor CIF
Derechos Específicos **	
Impuesto Selectivo (ISC)	CIF+ADV+**
Impuesto General Ventas (IGV)	CIF+ADV+ISC
Impuesto Promoción Municipal (IMP)	CIF+ADV+ISC

** Impuestos generalmente a productos alimenticios
porcentajes variables dependiendo de la mercancía

Fuente: SUNAT
Elaborado por: Autor

CUADRO 3.14

EJEMPLO CALCULO DE TRIBUTOS

FOB	10000,00
FLETE	600,00
SEGURO	42,40
TOTAL CIF	10642,40
AD VALOREM 0%	0,00
IGV 16%	1702,784
IMP 2%	212,85
TOTAL TRIBUTOS	1915,63
% REAL	18,00

Elaborado por: Autor

De este cálculo no todos los valores son considerados como gastos de importación, el IGV e IPM son considerados parte del Crédito Fiscal, por otro lado el Ad valorem, derechos específicos, y el ISC forman parte de los costos de importación.

El seguro: En el caso de que la mercancía no tenga un seguro el SUNAT hará efectiva su tabla de seguros descritos en este caso en los cuadros 3.5, 3.6 y 3.7 para las partidas estudiadas, y así establecerá el valor que servirá para el cálculo de la base imponible, es necesario aclarar que este valor solamente servirá para el cálculo de la base imponible el importador no deberá cancelar este valor.

Gastos de Importación: el costo real de la importación estará determinado por CIF + Derechos + Gastos de importación + Gastos administrativos. Los gastos de importación están conformados por varios gastos en los que se incurre hasta la recepción de la mercancía en la bodega del cliente entre ellos:

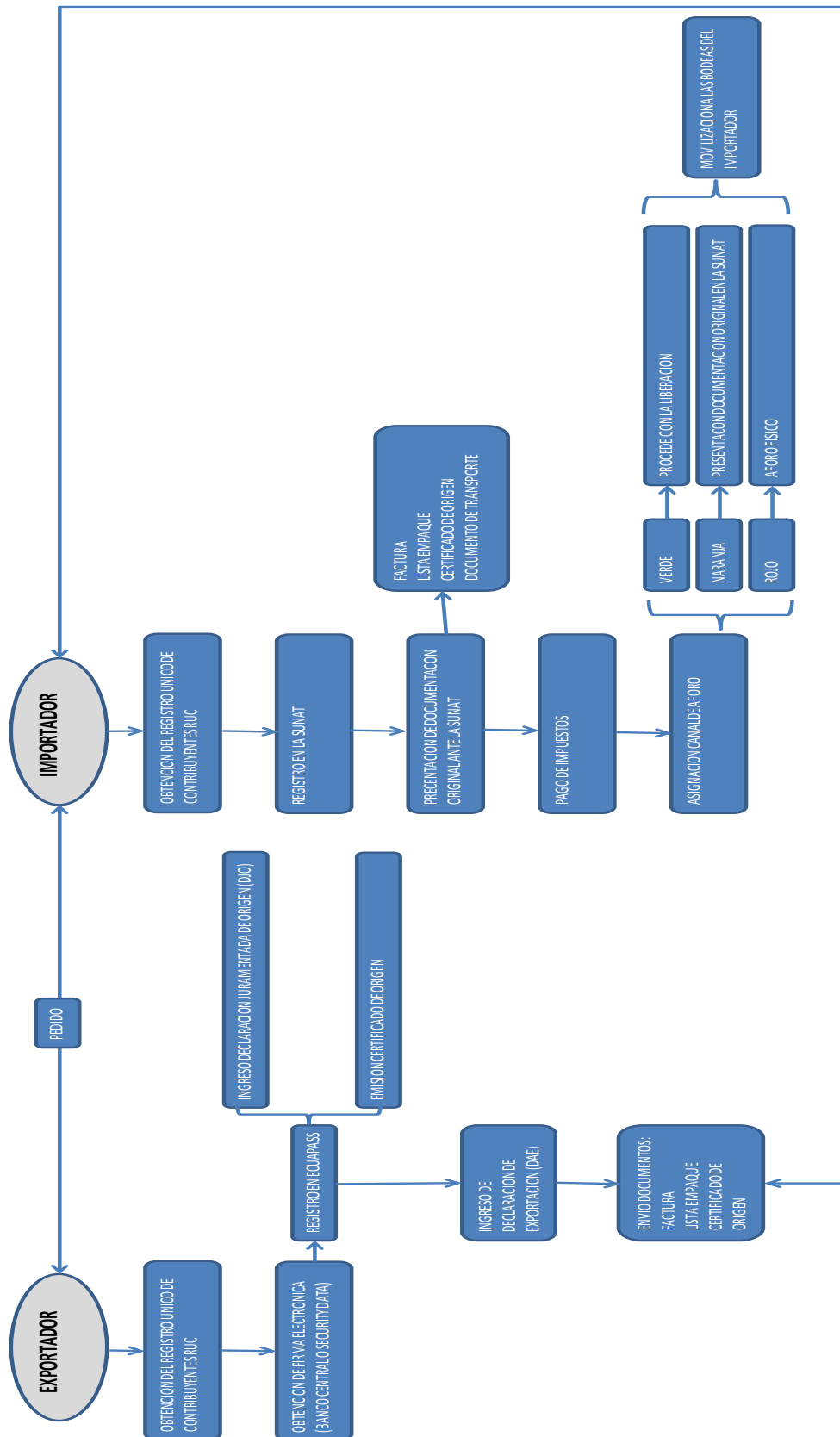
- Handling
- Descarga
- Movilización de la mercancía terminal a bodega final
- Gastos Operativos
- Almacenaje
- Uso de equipos
- Servicios Administrativos
- Lavado de contenedor (si fuere necesario), etc.

Gastos administrativos: los gastos administrativos dependerán de la operación:

- Comisiones por carta de crédito
- Comisiones por transferencias
- Intereses

CUADRO 3.15

RESUMEN PROCESO EXPORTACION E IMPORTACION



Conclusiones

El Plan de comercialización de muebles de madera en Perú, es un proyecto que no tiene mayores complicaciones; además que al momento hay varias empresas a nivel mundial que ya exportan estas mercancías al vecino país. Después de haber realizado un trabajo que va desde el análisis del producto hasta sus requerimientos para la exportación para el ingreso a Perú, es claro que no se puede descartar la idea de exportar muebles de madera pues es un mercado en crecimiento.

Según cifras del INEI a finales de este año la población de Perú alcanzara una cifra de 31 millones de habitantes aproximadamente, de los cuales 9 millones estarían en Lima, es por ello que esta ciudad sería el destino principal, no solo por ser el centro de la mayor parte de comercios sino porque la población está recibiendo gran influencia extranjera en sus costumbres de adquisición.

Una de las grandes ventajas de los muebles es que no son perecibles como es el caso de los alimentos, a pesar de que las tendencias en modelos, diseños y materiales alternativos cambien constantemente, lo importante es tener una diversidad de diseños para el gusto de cada consumidor.

Por otra parte, como vimos en uno de los capítulos no existen regulaciones sanitarias que puedan afectar el ingreso de las mercancías a Perú, y contamos con un tratado preferencial para la exención de impuestos, considero que estos son puntos clave que ayudaran al intercambio comercial de estas mercancías. Existen varios factores positivos para la exportación de muebles como son:

- Calidad y durabilidad de los muebles, como vimos hay empresas de gran prestigio a nivel nacional
- Apoyo de las entidades gubernamentales que brindan soporte sobre los mercados.
- Varios medios de transporte por la cercanía ya sea marítimo o terrestre.
- Se puede o no utilizar intermediarios

- Corto tiempo de tránsito en la cadena logística
- No existen restricción para el ingreso de las mercancías

Es importante que el sector exportador conozca el mercado con el fin de contar con información real y que se ajuste a las necesidades. Uno de los graves problemas que encuentro es la falta de cultura exportadora, son muy pocas las empresas que se preocupan de todo el proceso y toman en cuenta la competencia, es importante recalcar que la competencia en Perú no son los productores locales que destinan la mayor parte de su producción a la exportación, sino son los importadores de muebles.

Recomendaciones

El Ecuador es un país con recursos para la producción de muebles de madera, se debería motivar a la búsqueda de nuevos mercados teniendo en cuenta que los muebles no son productos tradicionales y tienen un mayor valor agregado, y a su vez concientizar sobre la conservación del medio ambiente.

En caso de que alguna empresa decida establecer relaciones comerciales con Perú debe tener en cuenta que los productos deben estar ligados a la calidad e innovación de los diseños, para ello es recomendable llevar un control de los procedimientos garantizando la calidad de los productos. Además, la empresa deberá realizar una investigación más amplia del mercado en cuanto a precios, tendencias, gustos y preferencias, para que puedan diversificar el riesgo con la búsqueda de nuevos segmentos dentro del mercado interno.

Para la reducción de costos logísticos, en caso que se maneje un bajo volumen, se podría trabajar operaciones de varios exportadores consolidada, fomentando alianzas entre productores del sector, además, los muebles son muy susceptibles a golpes o alteraciones por la humedad, en caso de que se maneje una logística internacional vía marítima, por lo cual es recomendable preparar el embalaje y empaque para evitar estos inconvenientes.

También es necesario innovar en las tendencias, un claro ejemplo de ello es la reconocida empresa IKEA, la cual ha buscado alianzas con otras empresas para poder completar el equipamiento de los hogares, una muestra es la alianza entre IKEA y TCL, IKEA se encarga del mobiliario y lo complementa con productos tecnológicos como televisores, dvd, mp3, etc.

BIBLIOGRAFIA

ARELLANO Rolando. Los Estilos de vida en el Perú. Lima: Arellano Marketing. 2006.

Architectural Digest. Las casas más bellas del mundo. México. 2013.

CORPEI. Perfiles de Producto - Perfil de Muebles. 2009.

El Mercurio. Muebles ecuatorianos con Gran Potencial de Exportación. Cuenca. Noviembre 2011.

El Peruano. Normas Legales. Perú. 2012.

El Tiempo. Lineal Blanca y Muebles con potencial Exportable. Cuenca. Enero 2013.

FEDEXPOR. Aciertos y desafíos del Comercio Exterior del Ecuador. Quito: Ediecuatorial. 2013

KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary. Fundamentos de Mercadotecnia. México: Editorial Prentice Hall. 1998.

Ministerio de Economía y Finanzas de Perú. Marco Macroeconómico Multianual 2013-2015. Lima. Mayo 2012.

Ministerio de Economía y Finanzas de Perú. Aspectos Generales sobre los Aranceles. Perú. 2014.

Ministerio de Producción de Perú. Boletín estadístico mensual del Sector Industrial. Perú. Mayo 2014.

Pro Ecuador. Guía del Exportador. Quito. 2014.

RRP Noticias. Exportación de Muebles d Madera llegara a US\$ 8 millones este 2014. Perú. Julio 2014.

<http://ecuadorforestal.org/noticias-y-eventos/peru-importacion-de-muebles-y-productos-de-madera-creceria-35-este-ano/>

<http://www.proecuador.gob.ec/2013/03/08/pro-ecuador-promovera-exportaciones-de-madera-y-elaborados-en-feria-madi-2013/>

<http://www.peru.com/economiaayfinanzas/sgc/noticias/2010/09/08/detalle116842.aspx>

<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/produccion-manufacturera-de-peru-crecio-13-en-2012>

http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmPaises_x_Partida.aspx

<http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=93&tipo=TE>

<http://www.lacamara.org/ccg/2013%20Junio%20BE%20CCG%20Ecuador%20sin%20Acuerdos%20Comerciales%20y%20sin%20ATPDEA.pdf>

<http://www.lacamara.org/ccg/2013%20Junio%20BE%20CCG%20Ecuador%20sin%20Acuerdos%20Comerciales%20y%20sin%20ATPDEA.pdf>

http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp

<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/>

<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>

<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>

<http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procEspecif/inta-pe-01-10a.htm>

<http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informca/TR01IMPO.htm>

<http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-estadisticos>

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=128&pnomproducto=Mueble

<http://gestion.pe/economia/maximixe-exportaciones-muebles-madera-alcanzaran-us-8-millones-este-ano-2103249>

http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp