

**PERFIL DE MERCADO EN EL PERÚ PARA EXPORTAR MUEBLES DE
MADERA LÍNEA HOGAR ELABORADOS EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE
PASTO 2003**

OLGA LUCÍA PINZA

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2004**

**PERFIL DE MERCADO EN EL PERÚ PARA EXPORTAR MUEBLES DE
MADERA LÍNEA HOGAR ELABORADOS EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE
PASTO 2003**

OLGA LUCIA PINZA

**Informe final de pasantía para optar al título de
Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo**

**Asesor:
CARLOS MANUEL CÓRDOBA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2004**

“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado, son responsabilidad exclusiva de los autores”

“ Artículo 1 del acuerdo No 324 de octubre 11 de 1966, emanada del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño”

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del asesor

San Juan de Pasto, julio de 2004.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	20
1. OBJETIVOS	21
1.1 OBJETIVO GENERAL	21
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
2. JUSTIFICACIÓN	22
3. METODOLOGÍA	24
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.3 TIPO DE DATOS	24
3.3.1 Cualitativos.	24
3.3.2 Cuantitativos.	24
3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN	24
3.4.1 Primaria.	24
3.4.2 Secundaria.	24
4. PLAN DE TRABAJO DE LA PASANTÍA DESARROLLADA EN LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ACOPI SECCIONAL NARIÑO	26
4.1 METODOLOGÍA	26
5. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	28
5.1 ACOPI	28
5.2 SERVICIOS	28

5.2.1 Respaldo a acopistas.	28
5.2.2 Capacitación.	28
5.2.3 Asesoría y asistencia técnica.	28
5.2.4 Información actualizada.	28
5.2.5 Ubicación.	28
6. CARACTERIZACIÓN DEL SUBSECTOR MUEBLES EN MADERA ELABORADOS EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO	29
6.1 ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR MUEBLES DE MADERA EN COLOMBIA	32
6.2 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO POSIBLE A EXPORTAR	33
6.2.1 Alcoba genérica.	33
6.2.2 Comedor genérico.	34
6.2.3 Sala económica.	34
7. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL MERCADO OBJETIVO PERÚ	35
7.1 ENTORNO ECONÓMICO	35
7.1.1 Sector agropecuario.	36
7.1.2 Sector pesca.	37
7.1.3 Sector minería e hidrocarburos.	37
7.1.4 Sector manufactura.	38
7.1.5 Sector electricidad y agua.	39
7.1.6 Sector construcción.	40
7.1.7 Sector comercio.	40
7.2 ALGUNOS DATOS SOCIOECONÓMICOS	41
7.3 ENTORNO LEGAL	41

7.3.1	Acuerdos comerciales: Comunidad Andina de Naciones.	41
7.3.2	Tributación en el Perú.	43
7.3.3	Prohibiciones a la importación y entradas temporales.	46
7.3.4	Documentos necesarios para exportar al Perú.	46
7.3.5	Regulaciones, restricciones y requerimientos especiales.	47
7.3.6	Derecho de propiedad intelectual.	49
7.3.7	Formas de organización de los negocios.	51
7.3.8	Proceso de inmigración de los empresarios.	53
7.3.9	ALADI: Acuerdo regional # 4 parcial, preferencia arancelaria regional.	54
7.4	ENTORNO DEMOGRÁFICO	55
7.4.1	La fecundidad.	55
7.4.2	La mortalidad.	56
7.4.3	Migración.	56
7.5	ENTORNO GEOGRÁFICO	56
7.5.1	Situación geográfica del Perú.	56
7.5.2	Límites.	56
7.5.3	Extensión.	57
7.5.4	Punto más alto.	57
7.5.5	Principales ríos.	57
7.5.6	Clima.	57
7.5.7	Principales ciudades.	57
7.6	ENTORNO CULTURAL	57

7.6.1	Cultura de negocios.	58
8.	LOGÍSTICA Y TRANSPORTE	59
8.1	CONDICIONES GENERALES DE ACCESO DESDE COLOMBIA	59
8.1.1	Transporte marítimo.	59
8.1.2	Transporte aéreo.	60
8.1.3	Transporte terrestre.	61
9.	CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR MADERA Y SUS MANUFACTURAS EN PERÚ	62
9.1	SECTOR FORESTAL PRIMARIO	62
9.1.1	Regulaciones del sector comercial.	62
9.2	ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LA SITUACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN DE LA MADERA	64
9.3	EXPORTACIONES DEL SECTOR MADERA Y SUS MANUFACTURAS 2003	66
9.3.1	Evaluación según subsector.	66
9.3.2	Principales productos.	67
9.3.3	Principales mercados.	69
9.3.4	Principales productos por mercado.	70
9.3.5	Ranking de empresas.	70
9.4	IMPORTACIÓN DEL SUBSECTOR MUEBLES DE MADERA	72
9.4.1	Países de origen de las importaciones.	73
9.5	EVALUACIÓN DEL SECTOR MADERA Y MANUFACTUREROS	74
9.5.1	DOFA.	74

9.6 SECTOR MUEBLES Y SUS MANUFACTURAS PARALELO DE COMPARACIÓN COLOMBIA (PASTO) – PERÚ	76
9.7 POTENCIAL DE EXPORTACIÓN	77
9.8 PRINCIPALES PRODUCTOS CON POTENCIAL EXPORTADOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS	77
9.9 CADENA DE PRODUCCIÓN	79
9.10 EMPRESAS	80
9.10.1 Obregón S.R.L.	80
9.10.2 Ferrini Mueblería.	80
9.10.3 Artesanías Tabeada.	81
9.10.4 Mubles Canziani.	82
9.11 PRECIOS	84
9.12 CONSUMIDOR	86
10. MATRIZ DE OFI	88
10.1 EN EL PAÍS EXPORTADOR COLOMBIA	88
10.2 MATRIZ DE COSTOS EN EL TRANSITO INTERNACIONAL	88
10.3 MATRIZ DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR	89
11. CONCLUSIONES	91
12. RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA	93
ANEXOS	97

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Precios de los productos.	34
Cuadro 2. Tasas impositivas.	44
Cuadro 3. Evaluación según subsector Enero – Diciembre de 2003. (En miles de U\$).	67
Cuadro 4. Principales productos. Enero - Diciembre 2003 en miles de U\$.	68
Cuadro 5. Principales mercados. Enero - diciembre 2003.	70
Cuadro 6. Ranking de empresas. Enero 2002 - Diciembre 2003.	72
Cuadro 7. CIIU 3610: Principales productos importados - 2000. (Valor CIF, miles de U\$).	72
Cuadro 8. CIIU 3610: Principales países de origen de las importaciones. (Valor CIF, miles de U\$).	73
Cuadro 9. Lima a nivel depósito detallista.	84
Cuadro 10. Parquet tipo exportación a nivel detallista Lima.	84
Cuadro 11. Precios Triplay.	84
Cuadro 12. Precio tableros, aglomerados, MDF. Lima a nivel detallista.	85
Cuadro 13. Precio muebles de madera. Lima a nivel tienda San Isidro.	85
Cuadro 14. Lima Villa El Salvador a nivel detallista.	85

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Impuestos para combustibles.	45
Tabla 2. Paralelo de comparación.	76
Tabla 3. Costos en el país exportador, Colombia.	88
Tabla 4. Costos en el transito internacional.	88
Tabla 5. Costos de exportación en Perú.	89
Tabla 6. Determinación de valor DDP por unidad.	89

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Productos elaborados en San Juan de Pasto. Fábrica del mueble.	32
Figura 2. Distribución de las exportaciones de madera por grupo de productos (Ene.- Dic. 2003).	67
Figura 3. CIIU 3610: Principales mercados de importación 2000. (Valor CIF, miles de U\$).	73
Figura 4. Cadena de producción.	79
Figura 5. Muestra de productos FERRINI.	81
Figura 6. Muestra de productos CANZIANI.	82

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Cronograma de actividades de pasantía en la asociación colombiana de pequeñas y medianas industrias ACOPI – SECCIONAL NARIÑO. Septiembre 3 2003 - marzo 3 de 2004	98
Anexo B. Cuestionario aplicado a las empresas productoras de muebles en madera línea hogar, localizadas en la ciudad de Pasto y agremiadas en ACOPI seccional Nariño.	99

GLOSARIO

APARADOR: mueble donde se guarda lo necesario para el servicio de comedor.

CABECERO: pieza de una cama que se localiza en la parte superior de la misma.

CEPILLADORA: herramienta consistente en un prisma cuadrangular de madera que lleva embutida en una abertura transversal, una cuchilla sobresaliente que sirve para labrar o pulir la madera.

CHAPILLA: madera utilizada en la decoración de muebles.

DDP: Inco Term que involucra gastos pagos por parte del exportador.

DESARROLLO SUSTENTABLE DE LAS MADERAS: aprovechamiento de la diversidad y densidad de las maderas.

GALERIA COMERCIAL: punto de venta de muebles comúnmente llamado así en Perú.

HERRAJE: conjunto de piezas de hierro con que se guarnece algo como puertas, ventanas, etc.

INDECOPI: institución peruana para la defensa del consumidor y la propiedad intelectual.

INMUNIZACIÓN: proceso de liberar las maderas de hongos y bacterias.

JOINT VENTURE: empresas conjuntas.

LARGUEROS: las dos piezas de la cama de los lados que une el cabecero y el piecero.

LIJADORA: máquina que realiza el lijado de objetos de madera para facilitar la ulterior aplicación de la pintura y de los barnices.

LITORIZACIÓN: proceso de emigración de la población hacia el litoral.

MACHIMBRE: madera terminada para duelas.

MADERA ASERRADA: madera que se encuentra cortada después de estar en bloque.

MADERA CHAPADA Y CONTRACHAPADA: madera especial para decorados.

MADERA PREDIMENSIONADA: madera que ya viene cortada y sobre medidas teniendo en cuenta el espesor generalmente en centímetros.

MDF: tableros elaborados en fibra de madera aglomerada.

MOLDURA: pieza que sirve para terminados o acabados

PIECERO: pieza de una cama que se ubica en la parte inferior de la misma.

POLICROMADO: combinación de varios colores en un objeto.

SELVATIZACIÓN: proceso de emigración poblacional hacia la selva.

SINFIN: máquina que sirve para cortar la madera que se encuentra en bloque.

TABLEROS CONTRACHAPADOS: tablas pegadas en forma de tablero o de bandeja.

TABLILLAS Y FRISAS PARA PARQUÉS: madera especialmente para pisos y generalmente de 1 cm. de ancho por 4 o 5 cm. de largo.

TARIMA: cama.

TRIPLAY: madera predimensionada en milímetros.

TROMPO: máquina utilizada en molduras y acabado de muebles.

URBANIZACIÓN: proceso de emigración de la población hacia las ciudades.

VELADOR: mesa pequeña y redonda con un solo pie que se ramifica en tres en su base (mesa de noche).

RESUMEN

El trabajo contiene una descripción del producto a exportar como sus características principales así: diseños, materias primas, procesos productivos, consumidor, mercado, etc. Posteriormente se habla del mercado objetivo como es el Perú y sus diferentes entornos; demográfico, geográfico, económico, legal, cultural.

Continuando con el sector forestal y su manejo en el Perú como por ejemplo la política del sector, la entidad reguladora etc., y así llegando a lo que es el consumidor, algunas empresas de muebles y precios en el Perú.

A demás se presenta una matriz de distribución física internacional donde se especifican todos los costos que involucra llevar 60 juegos de sala, 60 juegos de alcoba y 20 juegos de comedor que son los productos objeto de dicha investigación; para que el futuro exportador tenga una idea de cuanto le cuesta llevar su producto al mercado objetivo. Finalmente se puede concluir que el mercado peruano es provechoso, que su producción se basa primordialmente en madera aserrada y que los costos de exportar muebles a Perú (140 unidades) son relativamente bajos de acuerdo a la matriz elaborada.

ABSTRACT

This work contains a description of the product to be exported, such as its main characteristics: designs, raw materials, productive processes, customers, market, and so forth. Later, it is taken into account the target market which is Perú and its different demographical, geographical, economical, legal and cultural environments.

It is followed by the agroforestry sector and its management in Peru, for instance, politics of sector or the control entity, and then, it was possible to consider some aspect such as who is the consumer, which are some furniture enterprises, and which are prices in Peru.

Moreover, an international physical distribution chart is shown where costs involved in transporting 60 living suites, 60 bedrooms suites and 20 dining room suites are specified. The articles mentioned above are the target product of this research in order the future exportation sector could have idea about cost of driving a given product to a target market. Finally, it is possible to conclude that Peru market is profitable; its production is based on serrated wood and, on the other hand, costs to export to Peru (140 units) are relatively low in agreement to made chart.

INTRODUCCIÓN

La realización de esta investigación de mercados del Perú para el producto muebles de madera línea hogar (juego de sala, juego de alcoba, juego de comedor). Resume el esfuerzo por generaron un instrumento que permita visualizar más de cerca las oportunidades que tiene el gremio de las maderas pastuso en mercados internacionales.

Se ha tratado de precisar al máximo la información obtenida, acudiendo a fuentes de gran veracidad que cuentan con un perfil de orden gubernamental en el país peruano.

Se presenta un entorno general acerca de las características del Perú como economía, geografía, demografía, cultura, legislación, entre otros; para posteriormente entrar en el sector maderas y sus manufacturas en el Perú; involucrando desde algunas características del manejo forestal hasta precios, consumidor, competencia, producción, entre otros, del producto final, para el caso muebles de madera línea hogar.

Además de este trabajo representa el fruto de una pasantía desarrollada en la asociación de pequeñas y medianas empresas ACOPI Seccional - Nariño en donde su trabajo con las empresas dedicadas a la generación de productos en madera; se presentan las características primordiales del producto en madera hecho en la ciudad de Pasto, el cual ha futuro será objeto de exportación.

Dada la circunstancias de distancias la investigación se remite al tipo exploratorio tomando un carácter general a particular.

Unido a lo anterior, se presenta una matriz de distribución física internacional, la cual se está tratado de obtener de la manera más veraz posible, para que el futuro exportador pueda determinar en algún grado la dimensión del negocio y dada la importancia de la logística en todo proceso de exportación.

Finalmente se espera que esté trabajo contribuya al desarrollo del sector y se convierta en una solución a los problemas que afronta el mismo en la ciudad.

Como un aporte de una estudiante egresada en procura de título, del programa de comercio internacional y mercadeo y la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas empresas ACOPI al desarrollo y bienestar de la región.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer el Perú, como mercado objetivo para el producto muebles de hogar, elaborados en la ciudad de Pasto, durante el periodo septiembre 2003 - Marzo 2004.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Conocer más a profundidad el producto a exportar, muebles de madera.
- ✓ Determinar los diferentes entornos del mercado objetivo.
- ✓ Establecer características de orden económico que permitan determinar con algún grado de precisión la potencial demanda.
- ✓ Conocer las principales características del consumidor final para establecer un perfil del consumidor peruano.
- ✓ Determinar las fortalezas y debilidades en lo relacionado a la producción de muebles hogar con las que cuenta el mercado objetivo.

2. JUSTIFICACIÓN

Uno de los recursos más importantes con los que cuenta el hombre es la madera, a través de esta se obtiene combustible, herramientas, alimentos y protección a millones de personas.

Una de las aplicaciones de la madera son los muebles; desde tiempos remotos la madera ha sido útil y transformada en manufacturas, tal es el caso de los egipcios que ya la utilizaban hacia el año 2700 A. C., para construir sus enceres y que ha venido utilizando así hasta nuestros días.

Antes se creía que la madera era un recurso inagotable, pero la tala indiscriminada y sin técnica, los incendios y la destrucción en general de los bosques, ha generado un sentimiento de zozobra acerca del futuro de dicho recurso en el futuro.

Según el Banco de la república, consecuentemente el producto objeto del estudio, tiene como materia prima base la madera, por ello, es de importancia conocer que: “las exportaciones de Nariño del orden no tradicional, en cuanto al sector industrial están representadas en el subsector productos alimenticios y tabaco, industria madera y sus manufacturas, lo que indica que el objeto del estudio (muebles de hogar), representa en general un producto estrella, para exportar y promover el desarrollo del comercio internacional de la región”¹.

Por otra parte el mercado internacional ofrece grandes oportunidades para el producto dado que se cuenta con países vecinos (Perú) que representan mercados por aprovechar, que no están saturados.

Ahora, las empresas de la ciudad, deben y necesitan exportar hacia nuevos mercados como una buena alternativa; y no únicamente producir para mercados locales y regionales; dado que ninguna de las empresas locales y agremiadas en ACOPI están involucradas en un proceso de exportación.

Es prioridad por lo tanto promover la incursión de las empresas manufactureras de la madera en un estudio de mercados, para descubrir nuevas oportunidades de negocio y en consecuencia desarrollar planes de exportación y promover en general las exportaciones, como una herramienta para frenar en alguna medida el impacto que generará el Área de Libre Comercio de las Américas ALCA en la

¹ BANCO DE REPÚBLICA. Nariño exportaciones no tradicionales registradas en valor FOB según clasificación CIIU. En: Revista de coyuntura regional. Colombia. Vol. 8 (1 trimestre 20002-2003), p. 30-31.

economía, de no estar preparados para ello como lo que ocurriera con la apertura en los 90's y su impacto sobre la economía de la región.

El estudio de mercados a desarrollarse tiene como meta, convertirse en una herramienta para alcanzar oportunidades comerciales; “ya que de acuerdo a un diagnóstico que realizara la Cámara de Comercio de la ciudad, se detectó que una de las problemáticas del subsector de las maderas y sus productos (muebles de hogar), es la carencia de un estudio de mercados propiamente dicho”*.

Por lo tanto, como egresada del programa Comercio Internacional y Mercadeo, una carrera, que hace parte del área de ciencias sociales, cuyo objetivo es el ser humano, la sociedad y por ende su bienestar se espera contribuir a generar un impacto social económico positivo en el subsector, a través de un estudio práctico, que permita aplicarse de manera eficaz a cada una de las empresas involucradas y además que sirva de base para posteriores estudios.

Es importante iniciar un proceso de exportación con el subsector de las manufacturas en madera (muebles de hogar) dado que se cuenta con la cercanía a la frontera y además las condiciones de la relativa cercanía, tal es el caso del Perú, similares costumbres y cultura, entre otros; ya que se cuenta con la razón de ser latinoamericano, unido al ser países andinos.

Teniendo en cuenta además herramientas que proporciona el ministerio de comercio industria y turismo, y PROEXPORT Colombia, como por ejemplo: INTELEXPORT que hace accesible el ingreso a otro país, a través de la red (internet) y se cuenta con el apoyo logístico - económico y la trayectoria de la Asociación Colombiana de pequeñas y medianas empresas, ente de orden nacional, para la consecución del estudio, junto a la experiencia y contacto con empresas del subsector de manufacturas en madera (muebles para hogar).

* ENTREVISTA con Olga Ruiz, Excoordinadora de PRODES ACOPI seccional Nariño. San Juan de Pasto, 15 de septiembre de 2003.

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Exploratoria: Como medida que permita recolectar información basada en cualidades y algunos datos estadísticos, cuantitativos que permitan determinar el mercado objetivo y sus características claves; y dada la naturaleza de la investigación que no permite tomar encuestas o entrevistas de una muestra determinada, dadas las distancias de dicha muestra.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

No experimental, transversal o sincrónico: Dado que se pretende determinar una oportunidad de negocios a través de la realización de un estudio de mercados en el Perú de manera puntual, estudio que se realizará a partir del mes de septiembre de 2003 a Marzo de 2004.

3.3 TIPO DE DATOS

3.3.1 Cualitativos. Características, tendencias, costumbres, condición de vida, entre otros que permitan determinar las condiciones del mercado al investigar y en consecuencia una oportunidad de negocios.

3.3.2 Cuantitativos. Cifras de orden económico, social, demográfico, entre otros, que conlleve a proyectar condiciones propias del mercado.

3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.4.1 Primaria. Entrevistas no estructuradas para obtener el mayor número de información de personas el tema. Para el caso se realizó entrevistas a los empresarios del sector para conocer el producto

Cuestionarios Basados en la recolección estructurada de datos, directamente de muestras representativas de entrevistados. Para el caso el cuestionario aplicado a los empresarios en las entrevistas realizadas.

3.4.2 Secundaria. Documentación acerca del subsector manufacturas en madera (muebles para hogar), existentes en entidades como:

- Cámara de Comercio

- DANE

- Banco de la República
- Laboratorio Colombiano de Diseño
- ACOPI

Documentos sobre el sector madera y sus manufacturas, de orden nacional como:

Enciclopedia practica de la madera y la ebanistería.

Documentación a través de internet, base fundamental para el desarrollo del estudio, tanto a nivel primario, como secundaria como fuente de información dadas las distancias con el mercado objetivo.

www.proexport.com.co

INTELEXPORT. Inteligencia de mercados de ministerio de Comercio Industria y Turismo. Colombia.

4. PLAN DE TRABAJO DE LA PASANTÍA DESARROLLADA EN LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ACOPI SECCIONAL NARIÑO

4.1 METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la pasantía, se trabajará por fases involucrando diversas actividades; documentación, proceso de estudio de mercados, presentación y socialización, selección de empresas.

Fase 1. Recolección de información sobre el subsector maderas y sus manufacturas (muebles de hogar)

- ✓ Materia prima
- ✓ Proceso productivo
- ✓ Líneas de productos y diseños
- ✓ Producto terminado.

Objetivo: Lograr profundizar en los conocimientos del sector para emitir criterios e ideas acordes al proceso que involucra la transformación de la madera.

Fase 2. Elaboración del Estudio de mercado.

Objetivo: Determinar un mercado objetivo para la comercialización de los muebles de hogar elaborados en la ciudad de San Juan de Pasto.

- ✓ Investigación y elaboración de: entorno económico.
- ✓ Entorno competitivo
- ✓ Entorno social y político.
- ✓ Entorno tecnológico
- ✓ Entorno demográfico
- ✓ Entorno cultural
- ✓ Entorno legal y gubernamental.

Fase 3. Determinación de características del consumidor extranjero caso peruano de muebles para hogar, elaborados en la ciudad.

Objetivo: Construir las características claves del consumidor para acondicionar el producto a dichas características en la posibilidad de que las empresas exporten.

El consumidor peruano

Fase 4. Análisis de información obtenida para elaborar trabajo.

Fase 5. Socialización con empresarios interesados.

Fase 6. Informe final y sustentacial en la Universidad.

5. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

5.1 ACOPI

La Asociación Colombiana de pequeñas y medianas empresas, es una corporación civil, sin ánimo de lucro constituida por industriales establecidos en Colombia cuyo objetivo es contribuir al desarrollo de la economía nacional.

Su misión es representar a la pequeña y mediana empresa en procura de la defensa de sus intereses y la consecución de procesos de orden competitivo y productivo que genere satisfacción y calidad de vida a través de una organización de credibilidad nacional, un equipo de trabajo calificado y una junta directiva efectiva y comprometida con el desarrollo industrial, empresarial y regional.

Su visión ser líderes y voceros en el desarrollo de políticas y estrategias encaminadas al mejoramiento continuo y competitivo de las PYMES Colombianas.

5.2 SERVICIOS

5.2.1 Respaldo a Acopistas. Las empresas afiliadas al gremio, cuentan con un respaldo incondicional en capacitación, solución de problemáticas de orden empresarial y ayuda a gestionar beneficios ante entidades del orden privado o público, a través de la participación en juntas y comités que cuenta con la vocería ante los diferentes organismos ejecutores de la política económica e industrial del país y la región.

5.2.2 Capacitación. Programas de cursos, talleres, seminarios, congresos, foros y otros.

5.2.3 Asesoría y Asistencia Técnica. Se relaciona con las diferentes áreas de la empresa así como las nuevas tendencias del sector industrial y empresarial a través de convenios de cooperación con entidades gubernamentales, privadas, académicas.

5.2.4 Información Actualizada. Como gremio se cuenta con la información actualizada de las PYMES referente a políticas nacionales, indicadores económicos y de gestión, avances empresariales, tecnológicos, insumos, tendencias económicas y diagnósticos sectoriales.

5.2.5 Ubicación. Carrera 25 No. 22 - 85 - Teléfonos 722 60 39 - Telefax: 722 57 92, Email: acopinar@yahoo.com. San Juan de Pasto, Nariño.

6. CARACTERIZACIÓN DEL SUBSECTOR MUEBLES EN MADERA ELABORADOS EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO

Teniendo claro que se ha seleccionado la línea de muebles de hogar entre los productos elaborados en madera. Se realizó visitas a las empresas agremiadas en ACOPI Seccional Nariño dedicadas a la producción de dicho bien, con el objetivo de conocer el producto cuyo destino final será la exportación.

Además, considerando la necesidad de determinar con que producto se pretende llegar a mercados extranjeros, ya que lo primordial es conocer si se está generando un producto para la exportación.

En lo relacionado a materias primas, como se sabe un mueble tiene como materia prima básica, la madera, unida a telas, espumas, herrajes, entre otros, las empresas utilizan maderas como: el tajo, el achapo, el cedro, pándala, amarillo y MDF. En general la materia prima con que trabajan las empresas se asemeja lo que sería ventajoso a la hora de asociarse para cubrir pedidos, de hacer falta, dado que pertenecen a un mismo sector dentro del gremio de ACOPI seccional Nariño. La madera, involucra varios procesos para estar lista para producción, en cuanto a esto las empresas adquieren la materia prima en bloques, se corta, y se pasa a un proceso de secado para luego almacenarse; De mucha importancia es la inmunización (libre de hongos, bacterias, entre otros) y la selección de la madera que no sea tan delgada y sin nudos.

Se destaca en cuanto a estos procesos, la experiencia que manifiesta el vocero de la Empresa "HERAMAR" sobre su especialización en el secado de maderas tropicales, que son las de uso en el medio, por más de 25 años. Lo que les ha permitido estandarizar dicho proceso de secado de dicha materia prima; que consiste en que después de secar la madera, se le vuelve a agregar vapor para que se seque de manera homogénea y obtener y garantizar una materia prima óptima. Los principales sitios de donde provienen las maderas son la costa pacífica concretamente Tumaco, las selvas del Putumayo y en algunos casos esporádicos materias primas provenientes del Ecuador; en general las materias primas son nacionales. Los empresarios consideran mucho la calidad en sus maderas importante a la hora de exportar.

En relación al proceso productivo, todas se asemejan, describen etapas por las cuales pasa la madera, otras dividen el proceso por uso de maquinaria; pero en general el proceso es similar; describimos a grandes rasgos el proceso de elaboración de una cocina.

La madera se encuentra en bloque, se cantea, pasa por una máquina llamada SINFÍN y se obtiene tajos, tajillos, tabla, tablilla, etc. Posteriormente se obtienen

tableros, además se realizan varengas para los marcos de las puertas luego se pasa a una máquina llamada trompo para el moldeado, posteriormente, el ensamble, pegado y pulido, luego se confecciona el mueble en aglomerado y se forra en chapilla y se pinta con pintura para exteriores, finalmente se realiza la instalación.

Describimos brevemente el proceso de elaboración de un mueble de hogar: maquinaria 1: da el ancho y el largo de la madera; maquina 2: da la forma; Armado; pintura 1; lijada; pintura 2; y acabado. La maquinaria en general que usan las empresas es actual, cuentan con los elementos necesarios para la producción y alcanzar niveles productivos altos a futuro, cuenta entre otras con el circular, la cepilladora, el trompo etc. Cabe destacar las lijadoras de mano neumáticas con las que cuenta la empresa "Heramar". El uso de dicha maquinaria les ha permitido reducir tiempos de trabajo. Se considera de importancia mencionar que en la mayoría de las empresas se encuentra subutilizada dado que la producción aumenta solo por temporadas y se trabaja en base a pedidos, por lo tanto la importancia de lograr nuevos nichos de mercado.

Con relación a los proceso de control de calidad en las empresas, comúnmente se aplica al final de cada etapa del proceso aunque de manera muy particular en cada una de estas.

Las empresas generalmente dan buen uso a los deshechos tal en el caso de tablas, palos pequeños que ya no sirven y se constituyen en leña para los hornos de secado o que se venden a otras personas, y el aserrín que también se convierte en combustible.

En referencia al talento humano con el que cuentan las empresas que es el recurso mas importante, el artífice de la madera y la maquina. De acuerdo a expresiones de los voceros de la mayoría de las empresas la oferta de mano de obra capacitada es muy baja. Además se debe considerar que el trabajo en madera tiene mezcla de arte, oficio y se podría llamar también una profesión por lo tanto requiere de algún grado de sensibilidad por parte de quien lo ejerza. Cabe destacar en otros países se toma el trabajo en madera con otra visión en Brasil por ejemplo existe mucho cooperativismo y escuelas especializadas en el arte de la madera. En Colombia, en Nariño se cuenta con el servicio nacional de aprendizaje SENA, como un instrumento por explotar y generar el talento humano idóneo para el trabajo en madera.

Hablando de la línea de productos las empresas no cuentan con especialización al contrario generan gran variedad de productos, entre otros están:

- ✓ Juegos de sala.
- ✓ Juegos de alcoba.

- ✓ Juegos de comedor.
- ✓ Puertas.
- ✓ Closures.
- ✓ Bibliotecas.
- ✓ Armarios.
- ✓ Cocinas etc.

En diseños, en una de las empresas (MADERAS CENTRALES) se cuenta con un diseñador. Quien ofrece por ejemplo, un modelo nuevo de cama cada mes y lo coloca a prueba para determinar como responde el mercado. Pero generalmente los diseños se hacen a petición del cliente y a imitación de revistas locales o extranjeras.

Al respecto se considera importante lograr productos al gusto del cliente generar exclusividad pero igualmente nuevos diseños es de relevancia para dichas empresas ya que las tendencias y diseños son un ingrediente fundamental a la hora de transformar la madera; dado que el diseño debe formar parte tanto de la exclusividad como facilitar el manejo de los muebles y los espacios de hoy en día.

Los productos, en su mayoría son exhibidos en puntos de venta de propiedad de las mismas empresas, cuyo consumidor final es la familia en general; en cuanto a empaques para la distribución a otras regiones, los muebles se empaquetan en papel de azúcar y en cobijas para que no sufran ningún tipo de raspadura o daño, brindan garantía de madera por termino indefinido y a su vez consideran que este es el valor agregado del producto.

Los precios varían, se puede decir que se encuentran productos para todas las necesidades por ejemplo el precio de una cocina va desde \$1'000.000 hasta \$25'000.000.

Existe dificultad en la estandarización de los diseños o modelos especialmente con las cocinas, en el caso de los muebles se esta trabajando con referencias lo que dificultaría en alguna medida describir los productos a los futuros compradores. Aunque ahora con INTERNET se facilita realizar catálogos y emplear el comercio electrónico.

El principal mercado de las empresas es el regional y esporádicamente ciudades como Bogotá, Cali, Popayán y remotamente Ecuador.

Finalmente se puede concluir que en general se necesita aumentar la demanda , buscar nuevos nichos de mercado, para colocar en marcha la maquinaria que se encuentra ociosa de las empresas y generar mayores oportunidades de empleo.

Nariño necesita generar industria y aun mas preservar y promover la existente representada en las pequeñas y medianas industrias agremiadas en ACOPI Seccional Nariño, dado que el sector de la madera y los cueros en los últimos años han sido los sectores que jalonan la economía de la región.

Para la investigación se toma concretamente muebles de madera línea hogar, como son, juego de alcoba, juego de sala, juego de comedor, dicha línea elaborada en la ciudad y cuyo destino es la exportación y en referencia a precios se ha optado tomar el orden económico para dichos productos como una forma de ingresar a un mercado nuevo con un producto ya existente.

Figura 1. Productos elaborados en San Juan de Pasto, Fábrica del Mueble.



Alcoba genérica



Comedor genérico



Sala económica

6.1 ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR MUEBLES DE MADERA EN COLOMBIA

- ✓ Permanente innovación en los acabados como es el caso de muebles tapizados en cuero o telas.
- ✓ Implementación de tecnología moderna, sin descuidar la esencia artesanal del oficio.
- ✓ Combinaciones en la materia prima de metal con madera.
- ✓ Calidad en producto que incluyen materias primas importadas como telas, espumas, herrajes, cinchas; dada la dificultad de adquirir estos insumos de calidad en Colombia.
- ✓ En cuanto a materia prima básica como es la madera, existe poco control en su manejo dadas las condiciones del país y sobretodo las condiciones de las

personas que habitan en las reservas forestales del país como es el Litoral Pacífico, la Cuenca del Río Atrato y la amazonía.

- ✓ Baja oferta de tecnología de punta de fabricación nacional para la industria de la madera y los muebles.
- ✓ Importancia en mercadeo de el servicio al cliente por parte de empleados o dueños.
- ✓ Poca capacidad de asociatividad. Falta de financiación.
- ✓ Deficiencia en la calidad de la madera aserrada.
- ✓ Altos costos de transporte desde los centros de extracción hasta las empresas.
- ✓ Deficientes procesos de secado y tratamiento de la madera.
- ✓ Los materiales más utilizados son los aglomerados contrachapados.
- ✓ El proceso de producción se caracteriza por una amplia gama de productos, la oferta colombiana, de muebles se concentra en Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali, Cúcuta, Armenia y Pereira.
- ✓ En cuanto a control de calidad se está desarrollando un programa nacional de mercados verdes y el programa nacional de ecoetiquetado para otorgar etiquetas verdes o ecosello nacional.

6.2 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO POSIBLE A EXPORTAR

“6.2.1 Alcoba genérica. Partida arancelaria 940350.00.00 que incluye un cabecero, un piecero, dos largeros, dos mesitas de noche, un tocador.

Peso: 120 kilos.

Medidas: 1.20 x 1.90

El tipo de madera utilizado primordialmente es la pandala así como también tableros aglomerados MDF y triples pizano.

Además del uso de otros materiales como es cuerotes y prannas, la pintura utilizada para este tipo de muebles son lacas y aerosoles y se utiliza una espuma de alta densidad que proporciona mayor comodidad y durabilidad al mueble, dichos materiales son del orden industrial lo que garantiza la calidad de los muebles.

El fabricante ofrece garantía de la madera término indefinido y precios competitivos dado que son distribuidores en el mercado de muebles de la ciudad. Además cuentas con diseños innovadores y creativos que gozan de aceptación en el mercado.

6.2.2 Comedor genérico. Partida arancelaria: 940360.00.00 que incluye una mesa, 4 sillas y buffet.

Peso: 220 kilos
Medidas: 1.60 x 40

Madera predominante pandala al igual que la alcoba se utilizan materiales como cuerotes, pranas, telas, lacas, aerosoles de orden industrial, garantía de la madera por término indefinido precios competitivos.

6.2.3 Sala económica. Partida arancelaria: 940360.00.00 incluye una poltrona grande, tres sofás pequeños, dos mesas.

Peso: 130 kilos
Medidas: poltrona grande 1.90 x 50, sofás pequeños 1 x 50 m

Se garantizan diseños nuevos y propios de la empresa para el caso de la sala económica se cuenta con diseños como es Málaga y Sinderelle de autoría del propietario de la fábrica.

La madera predominante es la pandala e igual que en los otros muebles se cuenta con materiales de orden industrial y garantía de la madera y las espumas por término indefinido. Precios competitivos*.

Cuadro 1. Precio de los productos.

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO \$	UNIDADES	VALOR TOTAL \$	VALOR UNITARIO U\$	VALOR TOTAL U\$
Alcoba Genérica	646.000	60	38.760.000	235,76	14.145,6
Comedor genérico	927.000	20	18.540.000	338,32	6.766,4
Sala Económica	582.000	60	34.920.000	212,40	12.744,0
TOTAL		140	\$ 92.220.000		33.656

Tasa de cambio de referencia \$2.740 pesos por dólar Enero 2004.

Producción para exportación 140 unidades mensuales

Peso bruto de la mercancía 18.400 kilos ≅ 18.4 Toneladas

*ENTREVISTA con Luis Antonio Narváz y Alexander Estupiñán, Propietarios Fabrica el Mueble. San Juan de Pasto, 24 de octubre de 2003.

7. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL MERCADO OBJETIVO PERÚ

7.1 ENTORNO ECONÓMICO

La compleja situación que se desencadenó en el Perú desde los primeros meses del año 2000 y parte del 2001 desalentó la inversión interna y extranjera; posteriormente se fueron mostrando índices positivos de productividad después de las elecciones. La precariedad de la situación financiera obligo a poner en marcha un tercer programa de rescate de las empresas y el crédito al sector privado volvió a contraerse. La incertidumbre imperante dificulto el avance del programa de privatización que se lleva tras años atrás,

El gobierno de Alejandro Toledo por lo tanto encamina sus actividades a reactivar la demanda interna y reducir el desempleo del 2002.

La economía peruana, séptima en Latinoamérica se expandió en el 2002 5,2% frente al 0,2% del 2001.

La producción nacional durante septiembre de 2003 registró un crecimiento del 3,6% respecto al nivel alcanzado en similar mes de 2002 continuando con la tendencia positiva iniciada hace 27 meses.

En este mes, los sectores de la actividad primaria registraron resultados favorables: agropecuario creció 0,8% y la minería e hidrocarburos en 10%, recuperando su ritmo de crecimiento, sustentado en la expansión de la producción de oro y zinc.

En los sectores de transformación, la actividad de la construcción experimentó un crecimiento de 2,3% y la actividad manufacturera de 2,6%, determinado por la mayor actividad de la industria no primaria que crecieron el 2,6%.

Los sectores de los servicios, observaron aumentos en su actividad: electricidad y agua en 3,6% y otros servicios en 2,5%. Los derechos de importación y los otros impuestos a los productos registraron un incremento real de 10,2% o el durante el período enero - septiembre del presente año, la producción nacional y registró a un crecimiento acumulado del 4,3%. En el periodo analizado octubre 2002 - septiembre 2003 la actividad productiva del país experimentó un crecimiento del 4,4%.

7.1.1 Sector agropecuario. En septiembre del año 2003 producción agropecuaria registró un ligero crecimiento de 0,8% de respecto al nivel de producción alcanzado en similar mes del año anterior, debido al incremento obtenido en el subsector pecuario de 2,2%, que fue atenuado con la caída del subsector agrícola en el - 0,7%.

El subsector pecuario alcanzó un crecimiento de 2,3%, explicado por el aumento de las aves el 2,8%, los mayores colocaciones de pollos " BB " línea carne, que atendieron la mayor demanda de los departamentos de la Libertad, Loreto, Lambayeque y el mercado de Lima metropolitana.

Así también, creció la producción de vacuno en 4,3%. La leche fresca de vaca creció en un 1,2% por el aumento de la producción de las principales cuencas lecheras como Lima, Cajamarca y Arequipa que el conjunto adoptaron el 62,5% de la producción del mes. Contrariamente la producción de huevos decreció en 2,7% por el menor número de gallinas en postura y por la menor colocación de pollitas BB. Además parte de las gallinas de postura han cumplido su ciclo óptimo de producción, manteniéndose aún con bajos rendimientos, aunado a la desactivación de algunas granjas avícolas de postura en Lima.

Contrariamente, el subsector agrícola cayó en 0,7%, debido a la menor producción de algunos cultivos como la papa que se redujo en 7,3 %, ante el exceso de humedad que ha ocasionado el retraso de las siembras y la pérdida de los cultivos, al ser atacadas por enfermedades fungosas. La caña de azúcar cayó en 6,7%, por lo de menores rendimientos en Lambayeque. El maíz amarillo duro decreció en 26,4% por las menores áreas sembradas en los meses de marzo y abril, ante la falta de recursos y hídrico.

El maíz amiláceo disminuyó su producción en 70,3%, debido al adelanto de cosecha para los meses de julio y agosto. El café bajo el 28,2%, por la extrema humedad de los suelos, que propició la aparición de enfermedades fungosas como la roya, la misma que afectó las fases de floración y fructificación del grano. También disminuyeron su producción el mango en 22,0%, camote 17,7%, tomate en 18,8% y apio en 3,8% entre otros.

Sin embargo, registraron crecimiento el algodón rama que aumentó su producción en 222,0%, logrados principalmente en el departamento de Piura (702,9%), debido a las mayores siembras realizadas en los meses de marzo y abril y al mejor rendimiento obtenido. Coadyuvaron a este resultado las buenas condiciones agroclimáticas observadas durante la actual campaña.

Entre las frutas aumentó la producción de uva en 6,2%, reportados en los valles costeros de Pisco y Chincha, favorecido por las buenas condiciones térmicas que propiciaron la aparición de botones y flores en el sus diferentes variedades como Italia, cardinal y borgoña; mientras que las otras variedades continúan en pleno

periodo vegetativo. El limón elevó su producción en 176,5%, por el registro de temperaturas más cálidas, en la transición de estación de invierno primavera, que beneficiaron la fructificación del cultivo, los mayores volúmenes se registraron en Piura (436,3%). Así también, la mandarina creció en 126,6%, concentrando su mayor volumen en el departamento de Lima (186,7%).

7.1.2 Sector pesca. Durante el mes de noviembre de 2003, la actividad pesquera experimentó un ligero decrecimiento de 0,4%, explicado por la menor disponibilidad de especies como el atún, sardina, abalón pota y mariscos, aunque cabe destacar el registro de mejores condiciones oceanográficas, que permitió la presencia de las principales especies y de la anchoveta, recurso que se presentó ampliamente distribuido en la región norte hasta el centro, principalmente desde Pimentel (Lambayeque) hasta Chicama (Libertad). En la región sur la distribución se registró cercana al litoral entre Ático (Arequipa) y Morro Sama (Tacna).

La pesca marítima, cayó en un 1,7%, debido al menor desembarco en especies destinadas al congelado (- 36,6%) y enlatado (-78,7%). Sin embargo se registró un incremento en especies para consumo en estado fresco (12,5%), entre las que destacan el jurel con 5,9%, merluza 238,1% cojinova 13%, coco 13,7% cachema 25,1%, calamar 82,2% y concha de abanico en 50%. Asimismo aumentó la pesca para curado en un 7,6%.

Para el consumo industrial, el desembarque de Anchoveta alcanzó 1.051 mil toneladas, 4% más que las registradas en noviembre del 2002; mientras la captura de otras especies se redujo en 19,3%. de otro lado, la pesca continental observó un crecimiento del 30,9%, explicado por la mayor extracción de especies para consumo en estado fresco y curado.

En general, durante enero - noviembre del 2003, la actividad pesquera registró una disminución del 10,6%, debido a las condiciones oceanográficas adversas para la pesca.

7.1.3 Sector minería e hidrocarburos. En el período enero-noviembre de 2003, el sector minería e hidrocarburos, muestra con crecimiento acumulado de 7%, impulsado principalmente por el dinamismo de la actividad minero metal que se expandió en 8,2%, evidenciándose en los niveles superiores de producción todos los metales con la única excepción del cobre (-2,9%), destacando el oro (14,6%), zinc (12,1%) y plata (3,3%), los cuales determinaron el resultado positivo del subsector por su importancia relativa dentro de la estructura productiva minera. Asimismo, cabe resaltar la evolución creciente en las producción de oro por parte del Shougang Perú, empresa que produce el 100% del metal, mostrando un aumento importante de 11,4%, favorecida por la creciente demanda del mercado asiático, principalmente China, país tal cual se destina aproximadamente el 40% de las exportaciones de hierro. En los metales preciosos y la mayor producción también ha sido de influenciada por una coyuntura favorable en el valor de sus

cotizaciones en el mercado internacional, de principalmente en los meses de enero, mayo, julio, septiembre, octubre y noviembre. Entre las empresas que han contribuido a la expansión del subsector minero figuran la compañía minera Antamina, Yanacocha, Barrick, Misquichilca, Southern Perú Copper corporation, Buenaventura, Milpo, Atacocha, Los Quenuales (antes Yauliuacu), El Brocal, Inversiones Minera del Sur, Castrovirreyna, Ares, Shougang, Minsur, Chancadora Centauro, entre las principales.

El subsector hidrocarburos presenta una variación acumulada negativa de 4.7% como consecuencia de la caída de 5.8% en la extracción de petróleo crudo, de los pozos localizados en la selva norte donde opera Pluspetrol, principal productor de crudo en el país, cuyo nivel extractivo se redujo en 7.4%. Por su parte, Petrobras, Mercantile, Graña y Montero Petrolera y Río Bravo obtuvieron resultados positivos en su producción acumulada, atenuando principalmente la menor producción acumulada de gas natural alcanzó una tasa de crecimiento de 14.3%, debido a la mayor demanda de gas por parte de las plantas de generación eléctrica de origen térmico del Sistema Eléctrico Interconectado Nacional, observándose aumentos en los volúmenes de producción acumulada de las cinco empresas contratistas que operan en el mercado de gas: Aguaytia, Petrobras, Petrotech Sapet, Graña y Montero Petrolera y Olympic.

7.1.4 Sector manufactura. En los primeros 11 meses del año 2003, la actividad manufacturera experimentó un crecimiento de 2.4%. Esta evolución positiva se explica principalmente por el favorable desempeño de la industria fabril no primaria (3.4%) que se vio atenuado por el comportamiento negativo de la industria fabril primaria en 1.5%.

El aumento de la producción de la industria no primaria se explica por la mayor producción de bienes intermedios 5% y bienes de consumo 2.5%, mientras que los bienes de capital acumularon una disminución del 6.3%.

Entre las ramas industriales que determinaron el incremento de la producción de bienes intermedios, destacan otros productos elaborados de metal 17.7%, productos de arcilla y cerámica no refractaria para uso estructural 21.7%, actividades de impresión 12.3%, sustancias químicas básicas 11.6% y fundición de metales no ferrosos 20.5%, entre otras.

Así mismo las ramas industriales que explicaron la mayor producción de bienes de consumo fueron prendas de vestir excepto prendas de piel 7.8%, tejidos y artículos de punto y ganchillo 7.8%, periódicos, revistas y publicaciones periódicas 14.3%, otras industrias manufactureras 6.8%, muebles 7.8% y productos lácteos 8.4%.

La contracción de la producción de bienes de capital se registró en las industrias de otros tipos de maquinaria de uso general - 35.4%, motores, generadores y

transformadores eléctricos -8.4%, instrumentos y aparatos para medir -97.9% y carrocerías para vehículos automotores -6.9%.

De otro lado, la contracción de la industria primaria en los primeros once meses del 2003 (-1.5%), responde a la menor producción acumulada de harina y conserva de pescado -14.7 y refinación de petróleo -2.5%. Sin embargo, observaron un comportamiento positivo las industria dedicadas a la producción de metales preciosos y no ferrosos 1%, refinerías de azúcar 9.3% y carne y productos cárnicos en 3.9%.

7.1.5 Sector Electricidad y Agua. En noviembre del 2003, el sector electricidad y agua registró un crecimiento de 5% con respecto a similar mes de año anterior, como resultado del desenvolvimiento favorable de los sectores electricidad (5.6%) y agua (0.5%).

La generación de energía eléctrica en este mes fue de 1804, 1 GWH, cifra superior en 5.6% al obtenido en noviembre 2002, el cual se explica por la mayor generación de energía de origen térmico que creció 176.2% resultado que revertió la caída de la producción de energía eléctrica de origen hidráulica en 10.4%.

La disminución de energía eléctrica de origen hidráulica se explica por la menor disponibilidad de agua en los centros de aprovisionamiento, en el lago Junín el almacenamiento disminuyó en 69.3%, lagunas Edegel 39.3%, represas río Chili 34.8% y laguna Aricota 16.0%.

Entre las empresas generadoras de energía eléctrica térmica que incrementaron sus niveles de producción tenemos a Enesur (50%) y Termoselva (394.8%); las cuales elevaron su participación de 7.1% registrado en noviembre 2002, a 14.2% en noviembre de 2003.

El subsector agua mostró un ligero crecimiento de 0.5% en el mes de noviembre de 2003 con respecto a similar mes del año anterior, resultado que se explica principalmente por el desempeño favorable de la empresa Sedapal (Lima Metropolitana) que obtuvo un crecimiento de 1.3% seguido de EPS Grau (Piura) con 0.5%.

Los niveles de agua potable en Sedapal, se deben principalmente a la mayor generación de agua proveniente de las plantas de tratamiento No 1 y No 2, con crecimientos de 0.9% y 3.6% respectivamente.

Durante el periodo enero - noviembre del 2003, los niveles de producción del sector electricidad y agua tuvieron un crecimiento de 4.6%, como resultado del desempeño positivo mostrado por el subsector eléctrico 5.1% y el subsector agua 1.7%.

Entre las principales empresas generadoras de energía eléctrica que registraron crecimiento están EDEGEL con 5.7%, ENERSUR 11.4% y EGASA 7.6%, mientras que, entre las empresas productoras de agua potable figuran Sedapal (Lima Metropolitana) que creció en 2.4%, Seda Chimbote (Ancash) 1.7% y EPSEL (Lambayaque) 1.6%

7.1.6 Sector Construcción. En noviembre del 2003 el sector construcción experimentó un ligero crecimiento de 0.1% con respecto a similar mes del 2002, reflejado principalmente en el incremento del consumo interno de cemento 3.4%. Sin embargo, el avance físico decreció en 36.4%.

El mayor consumo interno de cemento es explicado por la continuación de las construcciones de edificios de centros comerciales y los proyectos municipales, las obras de rehabilitación del sistema de agua potable y alcantarillado, construcciones en la central hidroeléctrica de Yuncan, la planta de fraccionamiento de gas en Pisco, construcción de conjuntos habitacionales, edificios multifamiliares, condominios y otras construcciones menores para vivienda.

Las empresas productoras de cemento, que registraron aumentos en sus ventas fueron: Cementos Lima 3.9%, Cementos Andinos en 4.2%, Yura en 0.2% y Cementos Sur en 26.4%. Sin embargo, bajaron su nivel de despacho, Cementos Pacasmayo 0.3% y Cementos Selva en 1.1%.

Los gastos ejecutados en las obras de mantenimiento, mejoramiento de carreteras y construcción de caminos rurales disminuyeron en 36.4%, registrándose este mes una inversión de 24.7 millones de dólares.

Las obras públicas de rehabilitación y mejoramiento de carreteras que se registraron con financiamiento durante el mes de noviembre fueron, los tramos Yura, Patahuasi -Santa Lucia (tramo 1), Chalhuanca - Abancay - (tramo 2), Tingo María - Aguaytia (tramo 2), Imperial - Izcuchaca, Tarapoto - Juanjui, Héroes de la Breña (tramo 4), San Mateo - La Oroya, Lima - Canta - Unish: tramo Canta - Unish, y con recurso de tesoro publico se financió la carretera Ingenio - Chachapoyas, tramo Dv, Leymebamba - Chachapoyas, entre otras obras, enmarcados en el programa de Pro-Vías Nacionales.

La actividad construcción, entre los meses de enero - noviembre del 2003, registró un incremento 3.4% con respecto a similar período del año anterior.

7.1.7 Sector Comercio. En noviembre de 2003, la actividad comercial experimentó un leve decrecimiento de 1.4% con el pescado en estado fresco, en el mercado de Lima Metropolitana, mostró un crecimiento de 13.6% con relación al mes de noviembre de 2002, debido a los mayores niveles de oferta de especies como el jurel, pota, caballa, perico, merluza, chorro, lisa, tollo, chachema, lorna, pejerrey.

Durante el periodo enero - noviembre del 2003, la actividad comercial se incrementó en 3.7%, con respecto a similar periodo de 2002.

7.2 ALGUNOS DATOS SOCIOECONÓMICOS 2003

POBLACIÓN	→	27' 148.000
PIB	→	U\$ 56.857'444.000
CRECIMIENTO	→	PIB 5,2%
PIB PER CÁPITA	→	U\$ 2.126
TASA DE INFLACIÓN	→	1,5%
TASA DE DESEMPLEO	→	9,40

7.3 ENTORNO LEGAL

7.3.1 Acuerdos comerciales.

▪ **Comunidad Andina de Naciones.** Perú como Colombia pertenecen a la comunidad Andina de Naciones que es una organización subregional con personería jurídica internacional constituida por Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela y compuesto por los órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración.

Ubicados en América del Sur, los cinco países andinos agrupan a más de 109 millones de habitantes en una superficie de 4.700 kilómetros cuadrados y su Producto Bruto Interno asciende a más de 292.000 millones de dólares.

En la Comunidad Andina, la Zona de Libre Comercio fue acordada en 1992 y puesta en vigencia desde 1993 por Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela. En el caso del Perú, aplazó su plena vinculación a la Zona de Libre Comercio hasta 1997. Vinculación que culminó con la Decisión 414 del 31 de Julio de 1997, la cual definió un programa de liberación recíproco.

▪ **Zona de Libre Comercio.** La evolución reciente de la Comunidad Andina pone en evidencia una etapa de renovación y reactivación, que trajo como resultado la puesta en marcha de la primera Zona de Libre Comercio en la región, mediante Decisión 324 en agosto de 1992, se perfeccionó el Programa de Liberación y se expidieron los parámetros básicos para el Arancel Externo Común.

Así mismo, el 30 de Septiembre de 1992, por medio de la Decisión 324, Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela, acordaron culminar el proceso de formación de la zona de libre comercio, eliminando los gravámenes para aquellos productos que a esa fecha aún los mantenían en las transacciones entre estos países.

Lo anterior se cumplió como fue previsto y en consecuencia, la Zona de Libre Comercio del Grupo Andino comenzó a funcionar de manera plena, en Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela, en Febrero de 1993.

Medidas para garantizar la plena operación del mercado ampliado. La Comisión ha aprobado normas comunitarias mediante las cuales los países miembros asumieron los compromisos de eliminación de las franquicias arancelarias de efectos económicos, normas de origen, propiedad industrial, transporte, sanidad agropecuaria. Igualmente se destaca la aprobación de la decisión 477 sobre tránsito aduanero internacional, para facilitar la movilización de mercancías dentro del espacio ampliado, aprovechando el desmonte de restricciones y gravámenes a las importaciones de los países miembros y facilitando el transporte multimodal.

- **Arancel Externo Común.** Actualmente, el Arancel Externo Común está en vigencia entre Colombia, Ecuador y Venezuela. Bolivia está autorizada para aplicar los niveles del 5% y 10% y respecto de Perú, la Decisión 414 señala que no está obligado a aplicarlo hasta tanto la Comisión decida los plazos y modalidades.

- **Ordenamiento Jurídico del Acuerdo de Cartagena.** El conjunto de normas que rigen las acciones inherentes al proceso de integración del Grupo Andino y que regulan las relaciones entre sus Países Miembros, están contemplados en los siguientes protocolos:

Acuerdo de Cartagena, sus Protocolos Modificatorios e Instrumentos adicionales.

Tratado de creación del Tribunal de Justicia.

Decisiones de la Comisión.

Resoluciones de la Secretaría.

Para consolidar el nuevo impulso al proceso de integración, se adelantó una Reforma Institucional, en el marco del VIII Consejo Presidencial Andino, realizado el 10 de Marzo de 1996 en la ciudad de Trujillo (Perú), en la que se aprobó el Protocolo Modificadorio del Acuerdo de Cartagena. De este modo, se conformó la Comunidad Andina - CAN y el Sistema Andino de Integración.

Para el fortalecimiento y profundización del proceso de integración, se debe resaltar el Acuerdo para la vinculación plena de Perú a la Zona de Libre Comercio de la Comunidad Andina, que se adoptó en Julio de 1997. Se estableció un programa de liberación gradual que se inició en Agosto de 1997 y se prolongará hasta el año 2005, cuando se deberá dar la liberación total. A partir del 2001, menos de 900 subpartidas quedarán pendientes de desgravar.

- **Programa de liberación arancelaria entre Colombia y Perú.** Por medio de la Decisión 414 de la CAN, el Gobierno del Perú asumió el cronograma de liberación arancelaria para las importaciones de 4.182 subpartidas originarias que proceden de los países integrantes de la Comunidad Andina, las cuales están agrupadas en ocho anexos a los que corresponden diferentes tramos de desgravación.

La Zona de Libre Comercio en vigencia, establece la liberación de aranceles total o paulatina de los productos que deben ingresar al mercado peruano; para ello, se elaboraron los anexos, y cada uno de ellos contiene un determinado número de productos. Los productos contenidos en los Anexos I, II y III ya no pagan arancel.

Los productos contenidos en los Anexos IV al VIII están sujetos a una desgravación paulatina. Las desgravaciones se aplican sobre el arancel peruano (Perú cuenta con dos niveles arancelarios: 12 y 20%).

El referido cronograma constituye la pieza clave del proceso de desgravación arancelaria entre el Perú y sus socios andinos, que terminará en el año 2005.

- **Aplicación por parte de Perú a favor de Colombia y otros miembros de la CAN de la cláusula de la nación más favorecida.** El Perú aplicó a favor de Colombia y los otros países miembros de CAN, la Cláusula de Nación más Favorecida del Acuerdo de Cartagena (Art. 155), por medio del cual, cualquier preferencia arancelaria otorgada por el Perú en los mecanismos de la ALADI, que resulte más favorable que las preferencias otorgadas en los Acuerdos Suscritos en el marco de la CAN serán extendidas al producto similar originario y procedente de los países miembros de la CAN.

En la actualidad se benefician alrededor de 200 productos, para beneficiarse de esta Cláusula debe aplicarse lo establecido en la Circular interna de la Superintendencia de Aduanas del Perú, No. 46 - 36 - 99 ADUANAS / INTA DEL 14 de Octubre de 1999, publicada en el Libro Oficial del Perú: NORMAS LEGALES "El Peruano" del 18 de Octubre de 1995.

7.3.2 Tributación en el Perú.

- **En la importación AD-Valorem.**

Objeto del Impuesto: Este tributo grava la importación de los bienes al país.

Base imponible: Valor en Aduanas determinado sobre la base del Acuerdo del Valor de O.M.C.

Tasa Impositiva: Tres (03) niveles: 4%, 12% y 20%

▪ **Sobre Adicional Arancelaria.**

Objeto del Impuesto: Este tributo grava temporalmente a las importaciones de algunos bienes (ejemplo: Malta, Cerveza de la Malta, Vino de Uvas Frescas incluso encabezado, Mosto de Uva, Maíz amarillo duro, azúcar, etc.)

Base Imponible: Valor CIF Aduanero

Tasa Impositiva: 5% Ad- Valorem CIF

▪ **Impuesto selectivo al Consumo.**

Objeto del Impuesto: Este tributo grava la importación de determinados bienes, tales como combustibles, Licores, Vehículos, Gaseosas, Cerveza, Cigarrillos.

Base Imponible: Variable

Tasas Impositivas:

Cuadro 2. Impuestos para cigarrillos.

PARTIDAS ARANCELARIAS	PRODUCTOS	NUEVOS SOLES
2402.20 10.00	Cigarrillos de Tabaco Negro	S/ 0.025 por cigarrillo
2402.20 20.00	Cigarrillos de Tabaco Rubio tipo Standard	S/ 0.050 por cigarrillo
2402.20 20.00	Cigarrillos de Tabaco Rubio tipo premiunt	S/ 0.10 por cigarrillo

Gaseosas: Tasa aplicable: 17%

Agua Mineral natural o mineral medicinal: 17%.

Partida Arancelaria 2201.10.00.11 y agua sin gasear 2201.90.00.10.

Alcohol etílico y aguardiente desnaturalizado de cualquier graduación: 20%.

Partida Arancelaria: 2207.20.00.00.

Cerveza: 75% Partida arancelaria: 2203.00.00.00.

Vehículos: Tasas Variables de 0%, 10% y 30%.

Combustibles.

Tabla 1. Impuestos para combustibles.

SUB PARTIDA NACIONAL	CÓDIGO ISC PRODUCTOS	NUEVOS SOLES POR GALÓN
2710.00.19.00 01	Gasolina para motores de hasta 84 octanos	S/.2.05
2710.00.19.00 02	Gasolina para motores de mas de 84 octanos hasta 90 octanos	S/.2.68
2710.00.19.00 03	Gasolina para motores de 90 hasta 95 octanos	S/.2.95
2710.00.41.00	Kerosene	S/.0.47
2710.00.50.10	Gasoiils (Diessel 2)	S/.1.31
2710.00.50.90	Gasoiils - Las demás	S/.1.31
2711.11.00.00	Gas de Petróleo licuado - Gas Natural	S/ .0.47
2711.12.00.00	Gas de Petróleo licuado - Gas Propano	S/ .0.47
2711.13.00.01	Gas de Petróleo licuado - Butano	S/ .0.47
2711.14.00.01	Gas de petróleo Ecuador - Etileno, Propileno, butileno y butadieno.	S/ .0.47
2711.19.00.00	Los demás	S/ .0.47

▪ **Impuesto General a las Ventas (IGV).**

Objeto del Impuesto: Este tributo grava la importación de bienes en el país.

Base Imponible: Monto que asciende, de la suma del Valor CIF Aduanero, más los derechos arancelarios y demás impuestos que grava la importación.

Tasa Impositiva: 17% O

(") Ley No. 28033, incremento temporal de la tasa del IGV a partir del 01 de agosto del 2003.

▪ **Impuesto de Promoción Municipal.**

Objeto del Impuesto: Este tributo grava las importaciones afecta al IGV

Base Imponible: La misma base imponible que la del Impuesto General a las Ventas.

Tasa Impositiva: 2%

▪ **Derechos Antidumping y Compensatorios.**

Objeto del Derecho: Los Derechos Antidumping se aplican a determinados productos cuyos precios "dumping" causen o amenacen causar perjuicio a una producción peruana debiendo existir resolución previa emitida por el INDECOPI. Los Derechos Compensatorios se aplican para contrarrestar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente en el país de origen, cuando ello cause o amenace causar perjuicio a la producción peruana debiendo existir resolución previa emitida por el INDECOPI.

Base Imponible: Monto al que asciende el Valor FOB consignado en el Certificado de Inspección o Factura Comercial cuando corresponda.

Tasa Impositiva: Variable

En Perú para lo único que se requiere licencia de importación es para importar armas de fuego, municiones y explosivos, algunos compuestos químicos utilizados para la producción de cocaína, abonos con nitrato de amoníaco que han sido utilizados para la creación de bombas terroristas. Los productos alimenticios de higiene y farmacéuticos que requieren un certificado de libre venta.

7.3.3 Prohibiciones a la importación y entradas temporales. De ropa y calzado usado (excepto donaciones), algunos insecticidas, fuegos artificiales, residuos tóxicos, automóviles usados de más de 5 años de antigüedad, camiones usados de más de 5 años de antigüedad, neumáticos usados.

Entradas temporales: A las mercancías admitidas temporalmente en Perú re exportándose en el plazo de 1 año, se les devuelve el arancel pagado.

7.3.4 Documentos necesarios para exportar a Perú.

Factura comercial redactada en español que incluye:

- ✓ Número, fecha y lugar de emisión.
- ✓ Número y fecha de pedido.
- ✓ Número y fecha de crédito.
- ✓ Número y dirección del importador: marcas, números.
- ✓ Número de bultos y su peso bruto.

- ✓ Descripción detallada de las mercancías, sus partidas arancelarias y eventualmente sus números de series, el valor de cada producto cuando se clasifican en partidas arancelarias diferentes.
- ✓ Origen de los productos.
- ✓ Valor por cantidad, que se suele comercializar (unidad, docena, centena, entre otros).
- ✓ Valor FAS - FOB - OCIF detallando los diversos elementos.

Con relación al impuesto general a las ventas que debe pagar las importaciones. Según Ley # 28033 de 18 de julio de 2003, la tasa general es del 17% más 2% correspondiente al recurso para los entes locales el llamado impuesto de promoción municipal por lo tanto la tarifa efectiva es del 19% el código arancelario del Perú para los muebles es el 94 03600000.

Los demás muebles de madera y el arancel nominal es del 12% y el arancel efectivo es del 0% por efectos de la Comunidad Andina de Naciones.

7.3.5 Regulaciones, restricciones y requerimientos especiales.

- **Regulaciones.** La autoridad aduanera peruana se ha reformado y se ha modernizado durante los últimos cinco años, con ayuda del Banco Interamericano de Desarrollo y el programa de Desarrollo de las Naciones Unidas. Aunque se promulgó una ley aduanera que facilitara el proceso de importaciones, algunos exportadores continúan encontrando problemas con la aduana del Perú.

Uno de los casos más frecuentes es frente a una de las reformas, diseñada para combatir contrabando crónico, y es el caso de un examen previo al embarque de las mercancías en el país de origen. El servicio de aduana requiere que todas las importaciones mayores a U\$ 5.000 F.O.B. sean examinadas antes del envío, autorizan a tres compañías internacionales privadas, Bureau Veritas, Cotecna, y SGS, a conducir los exámenes de pre-embarque. El importador paga hasta el 1% del valor F.O.B. de las mercancías para cubrir el costo de la valorización.

En Perú ya no existen Licencias para importaciones, ni Registros. Una persona natural puede desarrollar labores de importación, e incluso puede desaduanizar la mercancía sin utilizar los servicios de una sociedad de intermediación aduanera, y para facilitar los trámites de comercio internacional, se ha desarrollado un único documento (Declaración Única de Aduanas) que sirve para exportar o importar, bajo cualquier régimen como admisión temporal, internamiento temporal, etc.

Las Normas Técnicas para el ingreso de manufacturas, son elaboradas y difundidas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la

Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. Para el sector madera y sus manufacturas existen normas técnicas para la producción nacional.

Los certificados para productos vegetales son otorgados por el Ministerio de Agricultura, y el Registro Sanitario requerido para alimentos procesados, medicamentos, y bebidas es otorgado por el Ministerio de Salud.

▪ **Barreras al Comercio.** En Perú no existen restricciones de ningún orden para la mayoría de los productos, únicamente se aplica una sobre tasa del 5% para leches y derivados, carnes y despojos, granos de cereales, hortalizas preparadas, jugos de frutas, vinos, aguardientes y licores. Otros productos como los embutidos, tienen una sobre tasa del 10%.

La sobre tasa se calcula sobre una base semanal, según los precios internacionales que prevalecen para cada materia.

Los productos para consumo humano requieren Certificados Fitosanitarios; para la importación de productos farmacéuticos se requiere un certificado de calidad y libre venta.

▪ **Tarifas.** De acuerdo con la Decisión 507 de la Comisión de la Comunidad Andina, Perú ajustó, a partir del 1° de enero de 2002, su arancel de importaciones de conformidad con el nuevo texto único de la NANDINA que es la nomenclatura arancelaria común utilizada por los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

La NANDINA está basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías y su última versión se halla actualizada hasta la Enmienda No. 3 del sistema. Su código numérico tiene una extensión de 8 dígitos pero en Perú, al igual que en los restantes países andinos, se utilizan 2 dígitos adicionales para clasificar mercancías a un nivel nacional más detallado.

Los derechos arancelarios vigentes en el Arancel de Aduanas de Perú fueron establecidos, a partir del 1° de enero de 2002, por el Decreto Supremo No. 239-2001 de 26/12/01. Rige una tasa general del 12% con excepción de las mercaderías sujetas al 20%, detalladas en el Anexo del Decreto Supremo No. 100-93-EF y sus modificatorios. Por Decretos Supremos No. 073-01-EF de 25/04/01, No. 103-2001-EF, de 21/07/01 se redujeron al 4% ad-valorem CIF, los derechos arancelarios para la importación de los insumos, partes y piezas detallados como Anexos de dichos decretos.

Mediante D.S. No. 047-2002-EF del 16 de Marzo del 2002, el Gobierno redujo las tasas arancelarias desde 12% (en algunos casos 20%) a 7%, a la totalidad de partidas denominadas como bienes de capital y materiales de construcción de acuerdo a la Clasificación según Uso o Destino Económico. Esta medida generó

una ola de críticas de diversos gremios industriales, porque supuestamente mostraba cierta inconsistencia con las señales que el Gobierno venía transmitiendo respecto de una mayor protección a la industria nacional como mecanismo de reactivación productiva.

Posteriormente, mediante D.S. No. 063-2002-EF del 10 de Abril del 2002, el Gobierno reconsideró la medida y aplicó una sobre tasa temporal de 5% a 312 partidas empleando como criterio de evaluación si los bienes afectados por la rebaja arancelaria son o no producidos en el país. Los cambios arancelarios recientemente aprobados y la discusión generada, muestran lo complicado que resulta la aplicación de un esquema arancelario escalonado que, además, observa el criterio de "bienes producidos y no producidos localmente".

Perú impone un 12% de impuesto al 95% de los Ítems sobre la tarifa, el 20% sobre el porcentaje restante (especialmente en textiles, calzado y algunos productos agrícolas).

- **Etiquetado.** Los requisitos de etiquetado en este país son relativamente simples. Los productos normalmente mantienen sus etiquetas originales; el nombre y número de identificación de contribuyente (RUC) importador / distribuidor debe agregarse al empaque.

Tratándose de alimentos o medicamentos principalmente, se exige que las etiquetas muestren el Registro Sanitario expedido por la entidad peruana respectiva (Ministerio de Salud o Ministerio de Agricultura).

7.3.6 Derecho de propiedad intelectual. Perú todavía no proporciona la protección adecuada y eficaz a los derechos de propiedad intelectual. Sin embargo, en Abril de 1996 se firmaron dos decretos en propiedad industrial e intelectual, en los que se clarifica el régimen de propiedad intelectual de Perú, contienen varias deficiencias y parecen violar la ley de la Nación más favorecida (MFN) según los términos del acuerdo de OMC en aspectos de comercio relativo de los derechos de propiedad intelectual

Además, aunque que se ha intensificado la aplicación, la piratería sigue siendo significativa. Perú ha ratificado este decreto, pero no se han puesto en marcha completamente todavía las provisiones del acuerdo de TRIPS.

Los países miembros de la Comunidad Andina cuentan con una legislación comunitaria, y regulada por entidades de cada país, en el caso peruano, denominada Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y Propiedad Intelectual - INDECOPI.

Esta normatividad comunitaria está normada por las siguientes Decisiones: DECISIÓN 344 sobre Propiedad Intelectual de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, aprobada en Octubre de 1993 y vigente a partir de Enero de 1994.

Es la normativa que está vigente para regular los aspectos relativos a la propiedad intelectual, ésta decisión se ajusta a los estándares internacionales y sus principios guardan armonía con la legislación sobre este tema, emitido por la OMC y comprende entre otros puntos:

- ✓ Protección de las patentes por un plazo de 20 años.
- ✓ Protección de la marca notoria.
- ✓ Paternamiento de productos y procedimientos que cumplan con las condiciones de paternabilidad (novedad, nivel inventivo y aplicación industrial).

Todos los países miembros de la CAN vienen asumiendo los compromisos adquiridos en el marco del Acuerdo sobre los Aspectos de los derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC) que está en vigencia en su totalidad desde el año 2000, al tiempo que han firmado o ratificado diversos instrumentos jurídicos en los marcos regionales o bilaterales.

En Perú, todo registro se realiza ante la Oficina de INDECOPI solicitando una ficha donde se inscriben los datos de la marca, logotipo, publicación, patente, etc., solicitud que debe ser publicada en el Diario Oficial para el respectivo conocimiento de la opinión pública y prevenir a potenciales interesados. Posteriormente y ante ningún reclamo, se procede a otorgar el certificado respectivo.

En el caso de un Registro de Marca el proceso cuesta unos U\$ 100.00 (Cien dólares americanos) pero en el caso de empresas extranjeras el costo se incrementa debido a que deben otorgar poderes a un estudio de abogados para que ellos procedan a realizar los trámites respectivos en su nombre.

▪ **Registro de marcas y patentes.** El decreto de propiedad industrial de abril de 1996 proporciona a un término eficaz de la protección para las patentes, prohíbe los dispositivos que decodifican señales basadas en los satélites cifrados, y contiene otras mejoras, tales como aumento del término de la protección para los diseños industriales. Sin embargo, el decreto excluye de la protección de la patente varias áreas cubiertas previamente por el régimen de Derechos de Propiedad Intelectual de Perú: procesos para hacer o usar productos ya sabidos, productos farmacéuticos patentados en la lista modelo de la Organización Mundial de la Salud (WHO) de medicinas esenciales, los elementos que existen en la

naturaleza (aislado y purificado), y las invenciones que implican el desarrollo de un software.

El decreto también contiene requisitos de funcionamiento tales que un Propietario de la patente debe "hacer uso" de la invención patentada en Perú, pero también dispone que puede hacer uso de éste en cualquier país de la Comunidad Andina, a esto se suma que la falsificación de marcas registradas en Perú es frecuente.

- **Propiedad intelectual.** Los propietarios de la propiedad intelectual, tienen todavía que emplear nuevas opciones de aplicación disponibles para ellas, permitiendo que la propiedad intelectual siga desatendido extensamente. Los libros de textos y los libros en temas técnicos son rápidamente copiados, y las copias ilegales de audio cassettes están extensamente disponibles. Las copias pirateadas de las películas de video se encuentran en muchas tiendas de alquiler de video. El software pirateado constituye más del 80% del mercado.

El instituto nacional para la defensa de la competencia y la protección de la propiedad intelectual (INDECOPI), establecida a finales de 1992, ha intervenido en los últimos años en los utilizadores de software, así como en distribuidores de software pirateado, libros, videos, y grabaciones de sonido. Se ha agarrado mercancía, las multas administrativas impuestas, y los casos refirieron a la judicatura para el procesamiento. INDECOPI ha hecho un esfuerzo admirable; sin embargo, faltan recursos para tratar el problema de la piratería de manera más efectiva en Perú.

7.3.7 Formas de organización de los negocios. Para establecer empresas en el Perú este brinda un nuevo mecanismo para la estabilidad legal de la inversión extranjera, otorgando garantías, libertades y derechos. Las inversiones extranjeras que se efectúen en el país no requieren autorización previa, solo basta una comunicación que señale que la inversión se ha realizado.

La inversión extranjera que se efectúe en moneda libremente convertible deberá ser canalizada a través del Sistema Financiero Nacional. Las utilidades en su totalidad pueden ser repartidas por los inversionistas extranjeros sin limitación alguna.

A continuación describen los lineamientos generales para establecer una empresa en el Perú.

- **Empresas nuevas o sucursales.** Los inversionistas y / o empresas extranjeras tendrán que decidir si operan a través de la constitución de una empresa nueva o una sucursal.

Las leyes del Perú reconocen diversas formas empresariales, entre las que están sociedad anónima, sociedad comercial de responsabilidad limitada, sociedad

colectiva, sociedad civil de responsabilidad limitada, sociedad en comandita por acciones, asociaciones en participación y las sucursales. De las forma societarias antes mencionadas tenemos que las sociedad anónimas y las sucursales de empresas extranjeras son las más usadas en el país, por las ventajas que otorgan.

- **Sociedad anónima.** La sociedad anónima podrá adoptar cualquier denominación, pero deberá figurar necesariamente la indicación Sociedad Anónima, o las iniciales "S.A."

- **Capital.** El capital social esta representado por acciones normativas y se integra por aportes de socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales. Para que se constituya la sociedad es necesario que tenga su capital suscrito totalmente, y cada acción suscrita pagada, por lo menos, en un 25%. No existiendo un monto mínimo de capital.

- **Accionistas.** El número de accionistas no puede ser menor a 2 personas naturales o jurídicas, residentes o no residentes

- **Constitución.** Existen dos formas de constituirse, en un solo acto (Constitución Simultánea), o en forma sucesiva (Constitución por Oferta de Terceros). En ambos casos es imprescindible la intervención del Notario Público. También, en ambos casos, los fundadores de la sociedad deberán entregar al Notario los documentos e información necesaria para poder iniciar la constitución.

- **Tiempo de duración.** El tiempo de duración es indeterminado, salvo que en los estatutos se establezca lo contrario.

- **Sucursales.** Las empresas extranjeras pueden libremente establecer sucursales en el Perú, debiendo inscribirlas en el registro del lugar de su funcionamiento en el país. El representante legal nombrado en el Perú, deberá tener poderes suficientes para resolver cualquier cuestión relacionada con las actividades de la empresa, para obligar a la sociedad por las operaciones que realice la sucursal y las generales de representación procesal que exige la ley.

Joint Venture (Empresas Conjuntas) y Asociación en Participación. Los Joint Ventures y las asociaciones en participación son contratos suscritos entre las partes, no siendo necesaria su inscripción en el Registro Mercantil. Carecen de personalidad jurídica y de razón o denominación social.

Se considerará inversión extranjera directa a los recursos destinados a los contratos mencionados anteriormente que otorguen al inversionista extranjero una forma de participación en la capacidad de producción, sin que ello suponga aporte de capital, y que correspondan a operaciones comerciales de carácter contractual a través de las cuales el inversionista extranjero provee bienes o servicios a la

empresa receptora a cambio de una participación en volumen de producción física, en el monto global de las ventas o en las utilidades netas de la empresa receptora.

▪ **Contratos asociativos.** Los contratos asociativos crean y regulan la participación e integración en negocios o empresas determinadas, en interés común de los intervinientes.

Este tipo de contrato, no genera una persona jurídica, deberá constar por escrito y no está sujeto a inscripción en el registro.

Existen 3 formas de contratos asociativos: el contrato de asociación en participación, el consorcio y el joint venture (empresas conjuntas). Se considerará la inversión extranjera directa a los recursos destinados a los contratos mencionados anteriormente, que otorguen al inversionista extranjero una forma de participación en la capacidad de producción, sin que ello suponga aporte de capital y que corresponde a operaciones comerciales de carácter contractual a través de las cuales el inversionista extranjero provee bienes o servicios a la empresa receptora a cambio de una participación en volumen de producción física, en el monto global de las ventas o en las utilidades netas de la referida empresa receptora.

7.3.8 Proceso de inmigración de los empresarios. Los ciudadanos colombianos pueden ingresar al Perú solo con pasaporte en caso de viaje turístico; cuando se trate de negocios debe solicitar una visa de negocios en el Consulado de Perú en Colombia.

Es importante señalar que si piensa radicarse en el Perú, o va a iniciar trámites para formar una empresa, etc., requerirá ingresar al territorio peruano con una visa de negocios, ya que internamente no puede cambiar el régimen de turista por el de negocios.

▪ **Documentos requeridos por el Consulado de Perú en Colombia para adquirir Visa de Negocios.** Entendiendo ésta para realizar transacciones económicas, como compras ó ventas locales, importaciones, exportaciones (no para prestación de servicios o desempeñarse en actividades económicas por largo tiempo).

- ✓ Carta de la empresa dirigida al Cónsul en original y copia.
- ✓ Certificado de la Cámara de Comercio constitución de la empresa en Colombia en original y copia.
- ✓ Dos fotos.
- ✓ Pasaporte vigente.

✓ Costo \$58.750.00 (Pesos colombianos).

▪ **Documentos requeridos por el Consulado de Perú en Colombia para adquirir Visa de residente.** Esta se otorga a aquellas personas que tengan un contrato previo de trabajo, a inversionistas o independientes que estén constituyendo algún negocio en este país.

✓ Registro Civil de Nacimiento original expedido por la notaría, se lleva a Notario y Registro, luego al Ministerio de Relaciones Exteriores y finalmente al consulado. Este proceso tiene un costo de \$67.500 (Pesos colombianos)

✓ Antecedentes disciplinarios ó pasado judicial (original), se lleva al Ministerio de Relaciones exteriores y luego al consulado.

✓ Fotocopia de la cédula y de la primera hoja del pasaporte (\$67.500 pesos colombianos)

✓ Registro de la empresa que se está constituyendo en Lima.

7.3.9 ALADI: Acuerdo Regional #4 parcial; preferencia arancelaria regional.

Con relación a la asociación latinoamericana de integración ALADI existe una preferencia arancelaria regional entre los países de Argentina, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela donde se incluye entre la lista de productos el capítulo 94 “muebles” que comprendería el producto objeto de posible exportación. (Muebles para hogar en madera) y a demás se encuentra el mercado objetivo, Perú y Colombia.

El mencionado acuerdo instituye la preferencia arancelaria regional de conformidad con lo previsto en el artículo 5 del tratado de Montevideo de 1980 y en la resolución 5 del Consejo de Ministros de la ALALC. Establece en 5% la tasa básica de la partida.

Existen tres protocolos de dicho acuerdo.

Protocolo 1. profundiza a 10% la preferencia básica. Establece una categoría especial a favor de los países de menor desarrollo económico, limita la extensión de las listas de excepciones.

Protocolo 2. Profundiza a 20% la preferencia básica y reduce la extensión de las listas de excepciones.

Protocolo 3. Cuba asume todos los derechos y obligaciones emanadas del acuerdo e incorpora su lista de excepciones de aplicaciones de la partida².

7.4 ENTORNO DEMOGRÁFICO

La sociedad peruana en las últimas décadas ha experimentado un acelerado proceso de urbanización, litorización y selvaticización. Siendo este último reciente. La urbanización se expresa en el creciente predominio de la población urbana que primacía de la costa que evoluciona del 2,8% al 5,5% de la población. Mientras la población de la sierra decrece relativamente.

De acuerdo al Instituto Nacional de estadísticas e informática del PERÚ (INEI). La población para el periodo 2002 - 2005 es:

2002 26749.000; 2003 27'148.000 y 2005 27'947.000 con una tasa de crecimiento anual de 1,46%.

La mayor población del Perú la constituyen indígenas con 46%; mestizos 38%; blancos 15%, asiáticos / negros 1%.

En cuanto a la migración interna Lima y Callao son las principales ciudades receptoras, sin embargo la mayor emigración corresponde también a las mencionadas ciudades.

La inmigración a Lima metropolitana disminuye en términos relativos. pero mantiene su primacía a nivel nacional; se podría dividir las ciudades en Sur y Norte; las ciudades del sur son predominantemente jóvenes: Puno Arequipa y Cusco; tanto nativos como migrantes participan significativamente de la educación superior, la PEA migrante se ubica mayormente en el sector terciario especialmente en comercio y servicios personales. Los migrantes antiguos se concentran en el comercio al por menor.

En el norte, Trujillo, Chiclayo y Piura son ciudades de mayor desarrollo, la primera junto con Chimbote constituyen polo compensatorios de Lima y Callao en lo que es agroindustrial, la siderúrgica e industrias conexas.

² ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Acuerdos [en línea]. [Montevideo, Uruguay]. 9 de julio, 2004 [citado jul, 2004]. Disponible en internet: <URL:http://www.aladi.org/>

7.4.1 La fecundidad. En la proyección nacional de la fecundidad la hipótesis media supone que las acciones a favor de la planificación familiar mejoran de tal manera que la TGF (Tasa Global de Fecundidad) disminuye de 3.0 hijos por mujer en el quinquenio 1995 - 2000 a 2.1 hijos por mujer en el quinquenio 2020 - 2025 para el año 2003 se cuenta con una tasa de fecundidad de 2, 81.

La tasa global de fecundidad quinquenio 2020 - 2025 promedio ser de 1,9 hijos en el área urbana y de 2,8 hijos en el área rural.

Las proyecciones de fecundidad, en términos de tasas específicas por grupos de edades se acentúan hacia los de menor edad así mientras en el quinquenio en 1995 - 2000 los grupos comprendidos entre 20 -29 años de edad tuvo una contribución de 49,8%, en el quinquenio 2020 - 2025 estos mismos grupos lo harán con el 51,6 % de la TGT nacional.

7.4.2 La mortalidad. Se cuenta con 2 formas de medición de la mortalidad que expresadas como indicadores de tasa de mortalidad infantil y esperanza de vida al nacer, sintetizan el riesgo de muerte en el primer año que se espera vivirá una persona recién nacida respectivamente.

Las acciones tendientes a reducir las tasas de mortalidad infantil fueron las de mayor éxito en el país peruano.

Las proyecciones de la esperanza de vida al nacer determinan mejoras anuales cada vez más pequeñas. Para el quinquenio 1995 - 2000, la esperanza de vida para ambos sexos bordea los 68 años y llegar a casi 75 años durante el quinquenio 2020 - 2025.

Por su lado la tasa de mortalidad infantil para ambos sexos de 45.0 por mil en el quinquenio 1995 - 2000 a 21.5 por mil en el quinquenio 2020 -2025.

La esperanza de vida para el año 2003 es de 70.9 años

7.4.3 Migración. La crisis económica iniciada en 1973 y los efectos adversos de los grupos subversivos, ocurridos desde 1980, incentivaron la migración de los peruanos al exterior. Esta emigración fue en aumento durante la 2 últimas décadas, se espera un descenso de 140 mil habitantes en el quinquenio 1995 - 2000 a 30 mil habitantes en el quinquenio 2010 -2015.

7.5 ENTORNO GEOGRÁFICO

7.5.1 Situación geográfica de Perú. El Perú se encuentra ubicado en el hemisferio sur, meridional o austral, con relación a la línea del Ecuador. Esta en el Continente Americano, en la América del Sur, en su parte central y occidental. Sus costas son bañadas por el Océano Pacífico. Todo el país se localiza dentro de la

zona tropical del Sur, motivo por el cual su clima debe de ser cálido y húmedo; sin embargo las existencias de accidentes y fenómenos geográficos diversos, Andes, Movimiento Anticiclónico de masas de aire del pacífico sur, corriente peruana etc., hacen que el territorio peruano sea un complejo geográfico; no solo climático, sino también morfológico, geológico, así como ecológico y económico. Además, a lo largo del territorio, la población peruana presenta estructuras sociales diferentes así como diversas formas de vida.

7.5.2 Límites. Por el oeste, el Océano Pacífico, que baña las costas del territorio peruano, limita además con cinco países sudamericanos: Ecuador y Colombia por el norte, Brasil y Bolivia por el este y Chile por el sur.

Con todos los países mencionados, los límites están establecidos por Tratados internacionales, ratificados tanto por el Congreso Peruano, así como el de los países vecinos.

7.5.3 Extensión. Extensión Superficial: La superficie del territorio peruano incluyendo las islas costaneras en el Mar de Garu o Pacífico Peruano, y la parte peruana del Lago Titicaca, es de 1'285.216 kilómetros cuadrados.

7.5.4 Punto más alto. La cumbre más elevada es el nevado Huascarán, pico estructural que en su cima sur, tiene una altura de 6.746 msnm. Forma parte de los nevados de la cordillera Blanca, en el Departamento de Ancash, al Norte de Lima.

7.5.5 Principales Ríos. Tumbes - Piura - Santa - Marañón entre otros.

7.5.6 Clima.

Costa árida.

Zona forestal cálida

Sierra desde templado hasta glacial

7.5.7 Principales Ciudades. Lima, Arequipa, Callao, Trujillo.

7.6 ENTORNO CULTURAL

El país peruano se caracteriza por sus tradiciones y costumbres ancestrales, remontándose a la cultura Inca, dado que la mayoría de la población es indígena 46% casi la mitad de la población, casi todos los indígenas son de lengua Quechua y una mitad de ellos no habla español o apenas lo conocen. Es probable que ahora la población de habla Quechua tenga el mismo número de individuos que en el apogeo del imperio Inca.

La tendencia de los gobiernos anteriores y del actual y prácticamente todos los partidos políticos ha sido integrar al indio en la cultura nacional como hombre occidental las indígenas de lengua Quechua se consideran uno de los pueblos mas importantes y que exhibe mayor uniformidad cultural.

La principal religión de los peruanos. Es la católica con 95% y otras 5%.

Los principales días de fiesta son:

AÑO NUEVO	1 de enero
JUEVES SANTO	28 de marzo
VIERNES SANTO	29 de marzo
DÍA DEL TRABAJADOR	1 mayo
SAN PEDRO Y SAN PABLO	29 Junio
FIESTAS PATRIAS	28/29 de Julio
SANTA ROSA DE LIMA	30 de Agosto
COMBATE DE ANGAMOS	8 de Octubre
TODOS LOS SANTOS	1 de Noviembre
INMACULADA CONCEPCIÓN	8 de Diciembre
NAVIDAD	25 de Diciembre

7.6.1 Cultura de negocios. Los peruanos están entre los mas formales y reservados de Sur América, para los peruanos el trabajo dificilmente es lo mas importante en la vida, sin embargo son estrictos con los compromisos adquiridos. Valoran la diplomacia, el buen tacto y la sensibilidad y detestan la agresividad abierta y la brusquedad.

Las citas se deben realizar con 2 o 4 semanas de anticipación y deben confirmarse.

Los peruanos raramente son puntuales, aunque se espera que el visitante sí lo sea.

Mantener las relaciones comerciales dándole la suficiente importancia a la relaciones personales es vital para el negociador peruano dando como resultado una buena negociación.

El empresario peruano se caracteriza por no tomar la decisión de un negocio en la primera cita, por lo que probablemente se requerirá más de un viaje para concluir el acuerdo.

8. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

8.1 CONDICIONES GENERALES DE ACCESO DESDE COLOMBIA

El acceso físico de cargas de exportación colombianas al Perú, se facilita por las tres modalidades de transporte, lo cual genera ventajas para el comercio.

Por vía marítima se presentan condiciones apropiadas en cuanto a la regularidad, capacidad y tipos de carga que se pueden movilizar entre los principales puertos de los dos países.

La conexión carretera, que podría considerarse la vía más apropiada por permitir relativamente menores costos y transporte puerta a puerta, no es utilizada en forma significativa.

8.1.1 Transporte marítimo. La infraestructura portuaria de Perú, la cual se extiende a lo largo de litoral, esta compuesta por más de 30 puertos, entre los que se destacan Callao, Ilo, Matarani, Paita y Pisco.

Callao ubicado en una bahía al Oeste de Lima, se constituye en el principal puerto del Perú para el manejo de carga general y contenedorizada. El puerto es considerado uno de los más seguros y espaciosos de Sudamérica. Es centro Importador de textiles, cereales, maquinaria, papel y alimentos en conserva.

El puerto de Callao está adquiriendo una gran importancia al albergar una zona franca industrial y comercial que sirve de base a las exportaciones e importaciones bolivianas. Además, de tráfico marítimo, en Perú hay un destacado tráfico fluvial a lo largo de 8.600 Km. de cauce navegable en los afluentes del Amazonas y 300 Km. en el Lago Titicaca.

Los otros puertos como: Ilo, Paita, Mataran y Pisco, se especializan en el manejo de minerales, trigo, maíz, harina de pescado, aceite de soya, urea y frutas. La estructura actual de transporte marítimo, cuenta con una amplia oferta en trayectos directos, que garantiza un número importante de zarpes, principalmente a Callao, desde los puertos colombianos del Atlántico y Buenaventura. Una de las fortalezas en este tráfico, es lograr por parte de los exportadores, la consecución de transporte para cualquier tipo de carga: Suelta, consolidada, contenedorizada, refrigerada etc.

En el aspecto tarifario los niveles que actualmente se encuentran en el mercado para carga seca desde Buenaventura oscilan entre U\$600 y U\$750 para contenedor de 20 y entre U\$900 y U\$1.200 por contenedor de 40 pies. Desde Costa Atlántica los fletes se encuentran entre U\$1.300 y U\$1.400 por contenedor

de 20 pies y para contenedor de 40 pies entre U\$ 1.500 y U\$1.600. Para equipos refrigerados fluctúan entre U\$ 2.500 y U\$ 2.800 para contenedor de 40 pies.

Para despachos menores a un contenedor se puede contar con seis (6) servicios: Desde Buenaventura tres (3) consolidadores y una (1) Línea Marítima en ruta directa en tiempos de travesía entre 2 y 4 días. Con tarifas que oscilan entre U\$ 80 y 110 por Tonelada o Metro Cúbico.

Los restantes tres (3) ofrecen servicios vía Miami desde Cartagena y Buenaventura, con tiempos de tránsito altos que oscilan entre 33 - 34 días. Los niveles de fletes se encuentran en el siguiente rango: U\$ 190 - U\$ 290 por tonelada o Metro Cúbico.

8.1.2 Transporte aéreo. El aeropuerto internacional JORGE CHÁVEZ de Lima es el principal receptor de carga internacional del país. También cuentan con servicio aduanero los aeropuertos de Arequipa, Chiclayo, Cuzco, Iquitos, Tacna, Moquegua, Pucalpa, Talara, Trujillo y Tumbes.

La movilización de carga hacia Perú se realiza fundamentalmente en vuelos de pasajeros. Esta circunstancia genera, en oportunidades, restricciones para el transporte de carga, especialmente de carga voluminosa.

Aparte de los servicios directos están las diversas posibilidades que ofrecen las conexiones en Quito, Panamá y Miami, alternativas que pueden representar tiempos de tránsito elevados, hasta seis días.

De acuerdo con la demanda de carga que se presenta en esta ruta, es frecuente encontrar la organización de vuelos charter por parte de aerolíneas o de agencias de carga.

Como alternativa para el transporte de muestras sin valor comercial, envíos urgentes y exportaciones de pequeños volúmenes, están los servicios de carga y courier los cuales permiten garantizar tiempos de entrega precisos. Dentro de esta modalidad puede contarse DHL, FEDEX y UPS, entre otros.

Las tarifas para carga general, despachos superiores a 500 Kg se ubican al nivel de U\$ 0.60 y U\$ 1.65/Kg., para flores entre U\$ 0.70 y U\$ 1.84 y para frutas entre U\$ 0.70 y U\$ 1.82/Kg.

Adicional a la tarifa básica, las aerolíneas tienen autorización para cobrar U\$ 0.03 por kilo transportado por recargo de seguridad; también pueden cobrar un recargo por combustible, aunque no todas lo cobran, que oscilan entre U\$ 0.05 y U\$ 0.15 por kilo.

8.1.3 Transporte terrestre. Aunque la normativa Andina contempla la libre movilización de la carga vía terrestre, situaciones operativas, hacen de esta modalidad de transporte una alternativa poco usual. No obstante ser posible, la carga de exportación ha sido desviada paulatinamente a los modos marítimos y aéreo, según el tipo de carga y clase de servicio requerido.

La internación de productos colombianos en Perú por vía carretera, se facilitará en la medida en que se utilicen empresas que cuenten con certificado de idoneidad en Colombia y el correspondiente permiso de prestación de servicios en Perú.

9. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR MADERA Y SUS MANUFACTURAS EN PERÚ

9.1 SECTOR FORESTAL PRIMARIO

Perú, alberga una cuarta parte de las selvas tropicales del planeta, dichos bosques contienen una gran población arbórea que supera las 2.500 unidades por hectárea, así como una gran diversidad como la atestiguan los bosques Yanamano y Mishana (Loreto), con 300 y 289 especies de árboles por hectárea respectivamente. Lo anterior representa una gran riqueza nacional y oportunidad de negocios; aunque dicha industria aún sea poco desarrollada.

En el Perú existen más de 400 especies maderables de tamaños comerciales; pero únicamente 10 de ellas representan el 80% de la producción lo que indica que hay muchas especies arbóreas que aún no se han explotado comercialmente, debido a que el cambio de las preferencias de los consumidores en el uso de este producto se realiza muy lentamente.

9.1.1 Regulaciones del sector forestal.

- **Política del sector.** La política forestal peruana está orientada a impulsar el desarrollo sustentable de los bosques y de los recursos asociados como instrumento para el desarrollo rural integral, incorporándolos al sistema productivo nacional con el fin de satisfacer necesidades de consumo de mercado interno, incrementar las exportaciones y mejorar la calidad de los productos y la producción nacional.

El marco institucional: La administración de los recursos naturales del Perú es competencia del Instituto de Recursos Naturales (INRENA), que tiene como objetivo la promoción del uso regional, de la conservación y de la preservación de los recursos naturales, incluidos los forestales.

- **Marco Legal.** La producción se encuentra regulada por la Ley forestal y de fauna silvestre (Ley No 21.147), el reglamento de extracción y transformación forestal de la misma (DS 161 - 77 - AG) y el reglamento de aprovechamiento forestal en bosques nacionales (DS 002-79 - AA). Estos dispositivos legales regulan los contratos de extracción forestal, tanto referidos a la madera como a sus derivados.

El citado reglamento de extracción y transformación regula la transformación de los productos forestales, su transporte, las infracciones y el control, así como los procedimientos y registros administrativos establecidos. En su artículo 110 señala

que sólo se podrá comercializar madera rolliza seca, preservada y adecuada para uso como poste de 3 metros.

En su artículo 69, prohíbe la exportación con fines industriales o comerciales de productos forestales y de fauna silvestre en estado natural.

Entre los principales dispositivos legales que modifican la ley forestal se encuentra la ley de promoción y desarrollo agrario (DL02), la cual crea el canon de reforestación para garantizar la reposición del recurso y los contratos de extracción en bosques de libre disponibilidad, mientras que en bosques nacionales el contratista está obligado a planificar y realizar la reforestación en un esquema de 2 x 1 (2 árboles sembrados por uno extraído).

Los derechos cobrados por el estado incluyen el derecho por contratos de exploración y evaluación forestal y por contratos de extracción.

La mencionada ley forestal define los bosques de libre disponibilidad como bosques aptos para la producción permanente de madera, otros productos forestales y de fauna silvestre que pueden ser utilizados por cualquier persona debidamente autorizada.

Los 38 bosques de libre disponibilidad, con 36.739.750 Hectáreas de extensión constituyen la reserva forestal del Perú. A diferencia de los bosques nacionales que no son otorgados en concesión a extractores forestales si no que se otorgan contratos de extracción forestal sobre áreas de hasta 100.000 hectáreas por periodos de 10 años renovables.

- **La extracción.** La producción de madera se centra fundamentalmente en la madera aserrada y el parqueté.
- **El transporte.** muy pocas empresas producen bienes finales en tonas de extracción. Debido a que la industria de transformación secundaria se encuentra primordialmente en Lima, el costo de transporte de materia prima es muy elevado (madera aserrada), representando entre el 2.5 y el 30% del precio de la misma puesta en su región de origen.
- **La transformación.** La transformación primaria presenta 3 ejes de desarrollo Loreto, Ucayali y la selva central. En estas áreas el 95% de las actividades económicas gira en torno a la industria maderera.

Los procesos de transformación primaria cuentan con una maquinaria obsoleta y sobredimensionada. En la sierra existen algunos aserraderos pequeños, estas pequeñas industrias producen carbón vegetal, madera aserrada, puntales para mina, muebles rústicos y postes preservados. En la costa norte existen pequeños

aserraderos especializados en la fabricación de cajones de embalaje para frutas y en la producción de parqueté.

La industria de transformación secundaria está conformada por numerosas empresas madereras pequeñas y medianas, cuyos productos (80% manufacturas y 20% muebles) abastecen principalmente el mercado nacional. Las 30 más grandes plantas de muebles se concentran en Lima.

La industria de triplay está integrada por 8 empresas ubicadas en la selva: tres en Iquitos y 5 en Pucallpa. Se producción nacional destinada al mercado nacional, es de calidad BC y en espesores 6, 9, 12, 15, 18 y 19 mm.

- **Los recursos.** La Sierra: A pesar de que en la sierra 2.092.000 hectáreas presentan aptitud para cultivos forestales permanentes y de que solo 25.169.000 hectáreas son calificadas como industria maderera alguna.

La Selva: en la selva 46.432.000 hectáreas presentan aptitud para cultivos forestales permanentes. Además, la ubicación geográfica de los bosques húmedos tropicales posibilita el rápido acceso de sus recursos forestales tanto a los mercados del Atlántico como del Pacífico.

- **El mercado nacional.** En Perú existen más de 2.500 especies forestales, de las cuales alrededor de 250 han sido estudiadas para fines industriales.

El comercio nacional de maderas se limita a apenas 120 especies maderables de las cuales solo 20 han sido debidamente estudiadas e identificadas.

Entre las especies que tienen valor comercial a escala industrial, así como una mayor demanda están: caoba, cedro, el tornillo, la catahua, la copaiba, la cumula entre otras, así como la incorporación de uso de maderas menos conocidas en el mercado con excelentes resultados como la capirona, pumaquiro, congora, andidora, entre otros. Algunas de estas maderas son substituidas de maderas finas como la caoba y el cedro.

- **Manufacturas.** Para las manufacturas, las especies más demandadas son las maderas tropicales duras claras (que permiten mejores acabados finales), destacando a nivel mundial el mercanti claro, el lovan y la seraya.

9.2 ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LA SITUACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN DE LA MADERA:

La industria del aserrado en algunos aserraderos y pequeños depósitos en los últimos años contemplaron por iniciativa propia a su línea de aserrado ofrecer servicios como corte y maquinado y eventualmente secado, con lo que

incursionaron en el mercado nacional con productos como madera predimensionada, machihembre, molduras.

Pocos cuentan con condiciones para exportar de manera sostenida, los controles de costos, procesos, cantidades y calidades no son muy eficientes; la mayoría de las pequeñas y medianas empresas no cuentan con información financiera de costos y gerencial para administrar el negocio de manera integral.

La industria de productos planos (triplay). La industria de terciados, alistonados y laminados decorativos, esta constituida por 8 empresas 4 en Pucallpa, 3 en Iquitos y 1 Yurimaguas algunos de los cuales operan con serias restricciones y en forma intermitente. Se trata de emprendimientos cuyo equipo principal generalmente es de procedencia europea, americana o brasileña con una antigüedad superior a 15 años.

En conjunto las triplayeras cubren el mercado nacional y generan excedentes para exportación, desde su concepto estas industrias fueron orientadas hacia la exportación y 2 de estas plantas forman parte de complejos que cuentan con otras líneas de producción.

La industria de la construcción y el sector industrial del mueble son los mayores consumidores de los productos planos a nivel nacional.

La industria de productos intermedios y finales se estima que a nivel nacional operan aproximadamente 30 medianas y grandes empresas, calificados como tales por su tecnología como por el número de personal que emplea, representando aproximadamente el 3% y correspondiente 97% restante a la micro y pequeñas empresas.

La producción se caracteriza por una amplia gama de productos.

La productividad aproximadamente en términos de facturación por obrero / año dependiendo del tamaño y el nivel organizacional y tecnológico oscila entre U\$ 3.500 para las micro y pequeñas empresas incrementándose a U\$ 12.000 para las medianas y grandes.

Para las carpinterías medianas a grandes y las mueblerías. Los canales de distribución están bajados en las llamadas galerías comerciales propias y sobre pedidos de clientes, así como participación en ferias.

Estas manufacturas con son los muebles, cuentan con un valor agregado alto con una dimensión empresarial representada en organizaciones medianas y grandes.

Y en los últimos años ha sufrido muchos cambios que van desde el tipo de producto elaborado hasta el tipo de materia prima utilizada. Dos de las zonas que

más se han desarrollado en este campo son el distrito de Villa El Salvador (Lima) y la Ciudad de Trujillo.

Aunque como contradicción son pocas las empresas que han logrado colocar sus productos en el mercado exterior, y este hecho de exportar de dichas empresas se debe a la exclusividad en el diseño y el uso de especies poco comerciales.

9.3 EXPORTACIONES SECTOR MADERA Y SUS MANUFACTURAS 2003

9.3.1 Evaluación Según Subsector. (Enero Diciembre de 2003).

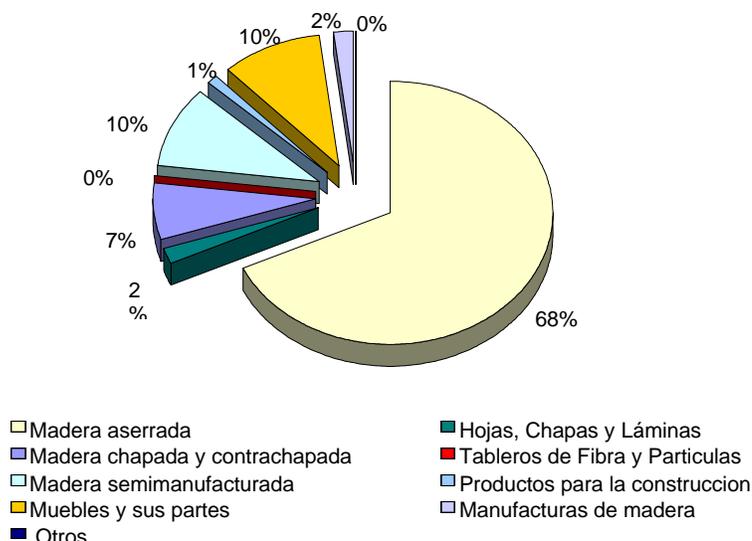
Los seis principales productos que en términos de valor representan el 93% de las exportaciones madereras peruanas son: madera aserrada, frisas y pinos; triplay; muebles de madera; láminas y chapas; y asientos con estructura de madera.

Como se puede apreciar, el grupo de madera aserrada, como principal rubro de exportación con el periodo anterior 2002-2003, se redujo en -6.52%, expresado por la baja en las exportaciones de los sub - sectores de productos para la construcción y maderas en bruto.

La caída se genera como consecuencia de la reducción en la exportación de madera aserrada, donde la madera caoba significa aproximadamente el 17% de las exportaciones y en consecuencia este incremento ha sido suficiente para contrarrestar la caída de las exportaciones del sector.

Los muebles, laminas y los asientos con estructura de madera, han mantenido en conjunto casi los mismos valores del año 2002.

Figura 2. Distribución de las exportaciones de madera por grupo de productos. (Enero – Diciembre de 2003).



Cuadro 3. Evaluación según subsector Enero – Diciembre de 2003. (En miles de U\$).

	Ene-Dic (2002)	Ene-Dic (2003)	Variación %	Contribución %
Madera Aserrada	78.274,2	73.172,6	-6,52	67,6
Muebles y sus partes	10.466,6	10.823,7	3,41	10,0
Madera semi manufacturada	10.037,3	10.697,8	6,58	9,9
Madera chapada y contrachapada	7.673,5	7.751,8	1,02	7,2
Chapas y láminas	2.106,6	2.386,6	13,30	2,2
Manufacturas de madera	1.797,5	2.255,5	25,49	2,1
Productos para la construcción	3.014,4	1.002,6	-66,74	0,9
Tableros de Fibra y Partícula	60,6	54,5	-10,13	0,1

Fuente: PROMPEX Perú

9.3.2 Principales productos. (Enero - Diciembre 2003). Del cuadro siguiente se puede observar la disminución de los montos exportados de la partida correspondiente a la madera aserrada, principalmente las especies Caoba y Cumala (4407240000), afectada en gran medida por la inclusión de la especie Caoba en el Apéndice II de CITES, que autoriza la extracción comercialización de dicha especie siempre que provengan de bosques de bosques bajo planes de manejo, disposición que en Perú recién se está implementando.

Las partidas que también reducen sus exportaciones son maderas contrachapadas (4412130000) y la correspondiente a los muebles de madera del tipo de los utilizados dormitorios (9403500000). Sin embargo cabe destacar que las partidas

correspondientes a los demás muebles de madera (9403600000) y la de asientos con armazón de madera (9401690000) si reflejan un importante crecimiento por cuanto se vienen exportando más muebles individuales.

Las otras partidas que han mostrado crecimiento son: Maderas Aserradas de las maderas tropicales nota de SubCap. 1 (4407290000). Las cuales registran exportaciones de maderas duras aserradas y volúmenes de cedro y nogal aserrado, contribuyendo con un 10.8% del total exportado, esto debido a la demanda existente en USA, México y China.

Otra partida de similar comportamiento es la correspondiente demás hojas para chapado (4408900000), producto derivado de la madera que tienen una característica especial de comercialización al exterior ya que se realiza en un 80% desde un puerto fluvial de Iquitos.

Cuadro 4. Principales productos. Enero - Diciembre 2003 en miles de U\$.

	Ene-Dic (2002)	Ene-Dic (2003)	Variación %	Contribución %
Madera Aserrada, mahogany (swieteniaspp), Imbura y Balsa	65.575,5	56.694,3	15,66	52,4
Maderas Aserradas de las maderas Tropicales de la nota de Subp. 1 de este Cap	11.351,3	13.466,8	15,71	12,4
Tablillas y Frisos para parques, sin ensamblar, distinta de las confieras	8.453,7	8.799,0	3,92	8,1
Los demás muebles de madera	6.090,2	6.184,9	1,53	5,7
Demás maderas contrachapadas, que tengan por lo menos una hoja externa distinta de confieras	4.740,4	4.959,0	4,41	4,6
Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios	2.607,9	2.484,7	-4,96	2,3
Demás hojas para chapado y contrachapado y demás maderas aserradas long. Espesor mayor igual a 6mm	1.686,4	2.367,8	28,78	2,2
Demás maderas aserradas o debastadas longitudinalmente, cortada o desembrollada	1.130,4	2.162,3	47,72	2,0
Demás asientos con armazón de madera	789,50	175,40	32,83	1,1
Demás maderas contrachapadas constituidas por hoja de espesor unit <= 6mm	939,7	1.152,3	18,45	1,1

	Ene-Dic (2002)	Ene-Dic (2003)	Variación %	Contribución %
Demas manufacturas de madera	730,2	1.011,1	27,78	0,9
Demás maderas perfiladas longitudinalmente distinta de confieras	903,4	955,6	5,46	0,9
Demás Partidas	8.521,8	6.784,6	-25,60	6,3
Total General	113.520,4	108.197,8	-4,69	100,0

Fuente: PROMPEX Perú.

9.3.3 Principales mercados. (Enero - Diciembre 2003). Los principales mercados importadores siguen siendo Estados Unidos, a pesar de la disminución de sus compras, primordialmente debido a la falta de oferta de madera Caoba, por las nuevas regulaciones y restricciones; el mercado mexicano, que ha incrementado en 10.3% las importaciones de madera aserrada: Cumala, Marupa, Cedro y Triplay, seguido de Hong Kong que ha registro un crecimiento del 2.6% con relación al mismo periodo del año anterior, manteniéndose en el tercer lugar, seguidos de China, también con un importante crecimiento del 156% en importaciones de madera para pisos. Actualmente, 39 empresas peruanas del sector están exportando a Hong Kong como principal mercado y luego China, lo que confirma que son los mercados con mayor potencial exportador de productos de madera con valor agregado.

Se debe resaltar el gran crecimiento de algunos mercados como Puerto Rico que ha incrementado sus importaciones en 262%, principalmente de otras especies de maderas tropicales. Asimismo debemos mencionar el significativo incremento de las exportaciones a países de la Unión Europea, como Italia, Dinamarca, España, Reino Unido y Alemania, demandando productos semi - manufacturados en maderas duras y demostrando que a corto plazo pueden convertirse en mercados potenciales para otras especies tropicales.

Cuadro 5. Principales mercados. Enero - diciembre 2003.

	Ene-Dic (2002)	Ene-Dic (2003)	Variacion %	Contribucion %
ESTADOS UNIDOS	70.038,8	58.835,5	-16,00	54,4
MEXICO	24.642,7	27.191,6	10,34	25,1
HONGKONG	6.881,0	7.059,8	2,60	6,5
REPUBLICA DOMINICANA	4.311,6	2.936,4	-31,90	2,7
ITALIA	1.743,5	2.732,2	56,71	2,5
CHINA	983,5	2.524,3	156,67	2,3
PUERTO RICO	535,1	1277,6	138,75	1,2
ESPAÑA	369,1	1055,9	186,05	1,0
DINAMARCA	279,4	487,9	74,58	0,5
AUSTRALIA	244,3	409,0	67,41	0,4
REINO UNIDO	51,2	384,9	651,96	0,4
ALEMANIA	112,4	308,5	152,09	0,3
OTROS PAISES	3.317,8	2994,1	-9,76	2,8
TOTAL GENERAL	113.520,4	108.197,7	-4,69	100,0

Fuente: PROMPEX Perú

9.3.4 Principales Productos Por Mercado (Enero - Diciembre 2003). Según se muestra en el cuadro siguiente las exportaciones por tipo de productos y mercados de destino muestran que el grupo del madera aserrada mantiene la mayor demanda y esta se da en diversos países siendo los principales: Estados Unidos, México, Republica Dominicana, Hong Kongm Puerto Rico y China. El segundo producto en importancia es el de muebles y sus partes y el de madera semifabricada y manufacturada, siendo Estados Unidos el principal importador, seguido de Hong Kong, China e Italia.

La madera contrachapada, las hojas, chapas y láminas de madera, mantiene su mercado en EE.UU. y México.

Para el caso de los productos madera semifabricada para pisos, China y Hong Kong siguen siendo mercados potenciales. Para los muebles y sus partes, así como artesanías en madera además de los EE.UU. mercados como México han presentado un crecimiento en las exportaciones, mostrando que los productos de madera peruana con alto valor agregado van teniendo reconocimiento en nuevos mercados. Leña y carbón vegetal en los mercados de China y Hong Kong ha tenido un incremento importante.

9.3.5 Ranking de Empresas). (Enero - Diciembre 2003). La empresa Maderera Bozovich SAC se mantiene como la principal empresa exportadora del sector, que si bien refleja un a baja en el conjunto de lo exportado en el año 2003, ha incrementado sus exportaciones de productos con mayor valor agregado como son las frisas, principalmente al mercado asiático, logrando el 39% de las

exportaciones y posicionándose como el principal exportador a ese mercado, seguido de Palacios Hnos. Corporación Maderera S.A., Industria Ucayali SAC, KingLumber Company SAC.

Las principales empresas exportadoras de maderas aserradas como: Madera Vulcano SAC, Procesos Industriales Madereros SAC, Industria Unicaly SAC también han experimentado una baja en sus exportaciones; así como la principal empresa exportadora de muebles para el hogar, Exportimo SAC que contribuye con el 5.35% al total de las exportaciones del sector, ha reflejado una baja del orden del 17.11% comparado al año anterior.

Sin embargo, las exportaciones de muebles y sus partes durante el año 2003 han tenido un crecimiento de del 6.58%, básicamente por la participación de nuevas empresas exportadoras de muebles y por el incremento de las tradicionalmente exportadoras a nuevos mercados en la Unión Europea, empresas que en conjunto contribuyen con el 48% de las exportaciones de muebles.

Es importante mencionar que el sector maderas de la region Loreto se convierte en un potencial polo de desarrollo para nuestras exportaciones, por cuanto viene contribuyendo con el 12% del total exportado por el sector, principalmente en madera aserrada como Cumala, Marupá y otros productos de madera con valor agregado, como son los palos de escoba, estacas, blanks.

Dichos productos tienen como destino México y Estados Unidos, mercados al que despachan cada dos meses debido a que existe un solo barco de la línea Naviera NAPSA de bandera nacional que llega a los puertos de Tampico en México y Houston y Port Engrlades en los EE.UU.

Existe un marcado interés de los empresarios de la región Loreto en incursionar en el mercado Americano con pisos de maderas duras como Violeta, Estoraque, Quinilla, Shihuahuaco y el Tahuarí.

Cuadro 6. Ranking de empresas. Enero 2002 - Diciembre 2003.

	Ene-Dic (2002)	Ene-Dic (2003)	Variacion %	Contribucion %
MADERA BOZOVICH S.A.	30.671,0	22.645,3	26,17	20,9
MADERA VULCANO SAC	13.949,4	11.850,6	-15,05	11,0
EXPORTIMO SAC	6.924,6	5.739,9	-17,11	5,3
PROCESOS INDUSTRIALES MADEROS SAC	7.529,6	4.857,1	-35,49	4,5
INDUSTRIAL UCALY SAC	4.554,8	4.538,4	-0,36	4,2
TRANSFORESTAL C.C.C. SAC	155,5	4.256,1	2.637,68	3,9
FORESTAL INDUSTRIAL YAVARY S.A.	2.616,1	3.261,6	24,67	3,0
TRIPLAY ENCHAPES SAC	2.938,8	3.211,0	9,26	3,0
DESARROLLO FORESTAL S.A.	2.456,7	3.111,2	26,64	2,9
ALPI ROSA SAC	5.001,8	2.559,1	-48,84	2,4

Fuente: PROMPEX Perú

9.4 IMPORTACIÓN DEL SUBSECTOR MUEBLES DE MADERA

Los demás muebles de metal (15,19%) y los muebles de metal del tipo de los utilizados en oficinas (10,8%), constituyen los principales productos importados en el año 2000 en el Perú.

Cuadro 7. CIIU 3610: Principales productos importados - 2000. (Valor CIF, miles de U\$).

PARTIDA	DESCRIPCION	2000	%
9403200000	Los demás muebles de metal	3.754,8	15,19
9403100000	Muebles de metal del tipo de los utilizados en oficinas	2.669,4	10,80
9403600000	Los demás muebles de madera	2.175,6	8,80
9403300000	Muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas	1.687,5	6,83
9401300000	Asientos giratorios de altura ajustable	1.611,2	6,52
9403700000	Muebles de plástico	1.587,2	6,42
9401800000	Los demás asientos	1.579,2	6,39
9403902000	Partes para muebles de metal	1.497,5	6,05
Otras		8.153,6	32,99
TOTAL		24.718,5	100,00

Fuentes: Aduanas:INFOSIEV

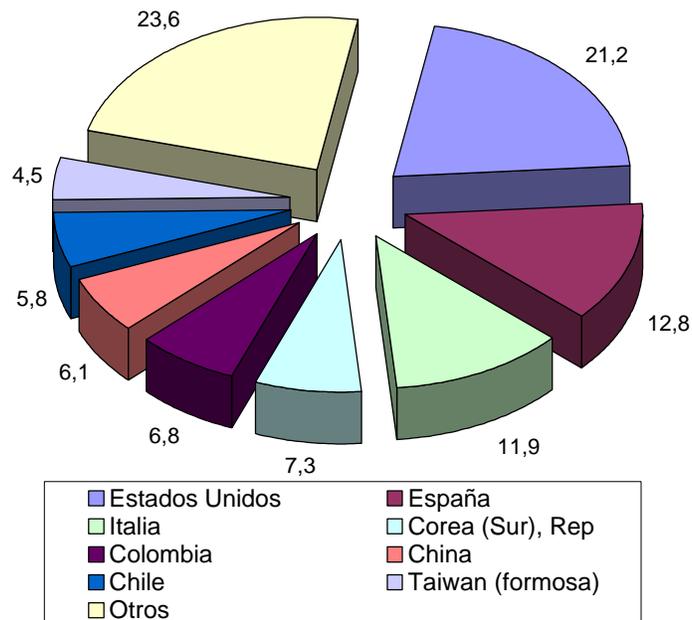
9.4.1 Países de origen de las importaciones. Las importaciones provienen mayormente de Estados Unidos (21,2%), España (12,8%) e Italia (11,9%), que en conjunto representan el 45,9% del total de las importaciones, tal como se muestra en la tabla y el gráfico , siguientes:

Cuadro 8. CIU 3610: Principales países de origen de las importaciones. (Valor CIF, miles de U\$).

PAIS	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%
Estados Unidos	11.192,0	33,4	9.252,4	28,3	5.565,6	21,9	5.236,0	21,2
España	2.540,0	7,6	3.529,2	10,8	3.244,4	12,7	3.160,8	12,8
Italia	2.210,3	6,6	2.388,5	7,3	3.573,4	14,0	2.935,1	11,9
Corea (Sur), Rep	2.643,6	7,9	2.428,3	7,4	1.273,7	5,0	1.809,8	7,3
Colombia	1.369,3	4,1	880,8	2,7	835,9	3,3	1.670,7	6,8
China	894,9	2,7	815,0	2,5	707,5	2,8	1.508,9	6,1
Chile	3.896,7	11,6	1.996,0	6,1	2.061,6	8,1	1.442,7	5,8
Taiwan (formosa)	1.807,2	5,4	1.420,9	4,3	1.052,3	4,1	1.122,8	4,5
Otros	6.976,2	20,8	10.041,4	30,7	7.149,1	28,1	5.826,9	23,6
TOTAL	33.530,1	100	32.750,7	100	25.463,4	100	24.713,5	100,0

Fuente: Aduanas: INFOSIEV

Figura 3. CIU 3610: Principales mercados de importación 2000. (Valor CIF, miles de U\$).



En la actualidad de el Perú está importando madera en bruto; de la partida 4403100000 para cuero del 2004 en millones de dolares. Valor fob 2,48 y para febrero del año en curso varlo Cif 2,89.

9.5 EVALUACIÓN DEL SECTOR MADERA Y MANUFACTURAS

9.5.1 DOFA.

▪ Fortalezas.

- ✓ Dispone de un potencial forestal con posibilidad de incrementar hasta en 17 veces el actual abastecimiento de madera a la industria
- ✓ El alto índice de crecimiento demográfico y la perspectiva de una mejora en los ingresos de la población peruana permiten esperar en el corto plazo un crecimiento anual del consumo per capita de madera de 0,085 a 0,1 m³
- ✓ Se ha previsto, para el año 2010 un déficit en la oferta de maderas tropicales en el mercado internacional de aproximadamente 50 millones de m³ al haber alcanzado los países del sud este asiático su máxima capacidad de producción.
- ✓ El Perú ha tomado la decisión de aprovechar su recurso forestal de manera sostenible para asegurar el presente y futuro abastecimiento de materia prima a la industria y la certificación forestal.
- ✓ Al contar con innumerables especies de baja, media y alta densidad, las diversas maderas se pueden manejar y comercializar sosteniblemente.
- ✓ Disponibilidad de especies tropicales de alto valor comercial en el mercado internacional.

▪ Debilidades.

- ✓ Marco regulatorio cambiante que no contiene la suficiente seguridad para inversiones de largo plazo como las del sector forestal.
- ✓ Deficiente infraestructura de transporte carretero y fluvial marítimo que incrementa los costos, restando competitividad a los productos peruanos en el medio internacional.
- ✓ Deficiente capacitación y desarrollo tecnológico que afecta la productividad y calidad de la producción.
- ✓ Falta de una base de datos del sector a través del desarrollo de un área de inteligencia comercial virtual.

- ✓ Tímida y escasa participación del estado en la promoción del desarrollo de la actividad de transformación de la madera.
- ✓ Falta de instalaciones de proceso de secado artificial.
- ✓ Dificil acceso desde los centros de procesamiento a las zonas boscosas, lo que dificulta un aprovisionamiento continuo de materia prima a la industria.
- ✓ La informalidad del sector.

▪ **Oportunidades.**

- ✓ Disponibilidad de importantes volúmenes de madera tropical con posibilidades de utilización inmediata para generar riqueza y empleo, especialmente en beneficio de la población rural.
- ✓ Creciente demanda de maderas tropicales en los mercados internacionales y disminución de la oferta por parte de los proveedores, lo que facilita el acceso del Perú a los mercados externos.
- ✓ Aumento del comercio internacional de maderas de U\$ 104.000 millones en el año 1990 a mas de U\$ 150.000 millones en el 2000 con una tendencia sostenida de crecimiento.
- ✓ Interés de la inversión extranjera en los países de Sur América Latina y en especial en el Perú por su alta densidad y densidad boscosa.

▪ **Amenazas.**

- ✓ Exigencias a corto plazo de la certificación forestal (sello verde) en la Unión Europea y algunos compradores americanos.
- ✓ Competencia con productos sustitutos de bajo precio sobretodo en Asia y Europa.
- ✓ Falta de normas y reglamentación clara que asegure la provisión continua de materia prime a la industria maderera nacional.

9.6 SECTOR MUEBLES Y SUS MANUFACTURAS – PARALELO DE COMPARACIÓN COLOMBIA (PASTO) – PERÚ

Tabla 2. Paralelo de comparación.

Paralelo Semejanzas	
Colombia – Pasto	PERÚ
Cuenta con una gran riqueza forestal representada en la llanura del pacífico y la llanura selvática húmeda (Tumaco - Putumayo)	En general el Perú en la zona selvática cuenta con una gran población arbórea aunque no sea explotada en su gran mayoría
El eslabón de muebles en madera cuenta con una proyección ascendente en la región con una trayectoria que data desde la época de la colonia	El subsector de muebles en madera ha sufrido grandes cambios desde el cambio de materias primas hasta el tipo de producto lo que lleva a su crecimiento en la economía
No existe participación nacional aunque se ha detectado algunos nichos del mercado en Latinoamérica, Europa y USA	Pocas empresas han logrado colocar sus productos en el extranjero su principal mercado los Estados Unidos
El 25% de las unidades productivas se encuentran dentro de la ciudad	La transformación secundaria de la madera - muebles se centra en la ciudad de Lima
Las empresas en su mayoría cuentan con puntos de venta propios	La distribución la realizan en las llamadas galerías comerciales propias
Producción de gran variedad de productos entre otros - juegos de sala, comedor y alcoba en la línea de hogar, puertas, ventanas clóset, cocinas en su línea carpintería, etc.	Gran variedad de productos como madera aserrada, muebles en blanco lijado y rústicos muebles terminados, línea de hogar, juegos de sala, comedor, alcoba, entre puertas, clóset, ventanas en línea carpintería
Subsector de muebles caracterizado por pequeñas y grandes empresas	Subsector predominantemente formado por pequeñas y medianas empresas
Carencia de maquinaria nacional	Necesitan capacitación técnica al igual que maquinaria y equipo en transformación primaria como secundaria
Poca participación del estado en pro del desarrollo del sector	Tímida participación del gobierno en pro del desarrollo del sector
Capacidad de maquinaria subutilizada dado que en su mayoría la producción aumenta por temporadas	Capacidad de maquinaria subutilizada producción sobre pedidos
Baja oferta de mano de obra calificada	Baja oferta de mano de obra calificada
Manejo de costos y controles en cuanto a producción por finanzas inadecuado	Los controles de costos, procesos, cantidades y calidades no son muy eficientes
Carencia tecnología y poca gestión comercial	Deficiente capacitación y desarrollo tecnológico

Diferencias	
Colombia – Pasto	Perú
Su mayoría producción en variedad de productos terminados	Producción en su mayoría madera aserrada
Poca capacidad asociativa	Formación de clusters para cada tipo de productos por área geográfica
Deficiencia en la calidad de madera aserrada	Especialización en la producción de madera aserrada los conlleva a perfeccionamiento
Desarrollo del programa de Ecosello Nacional o mercados verdes para el sector	Informalidad en el sector
Deficientes procesos de secado y tratamiento de la madera	Las aserraderas se están especializando en ofrecer servicios de secado de maderas de calidad
Bajos componentes importados insumos como pinturas, lacas, pegantes, sellantes, etc. para terminados	Realizan importaciones de material para acabados
Importancia en el mercado del servicio al cliente	No se hace mucho énfasis

9.7 POTENCIAL DE EXPORTACIÓN

- ✓ Madera aserrada seca y dimensionada.
- ✓ Tableros contrachapados.
- ✓ Láminas decorativas.
- ✓ Láminas para tableros contrachapados.
- ✓ Maderas para pisos.
- ✓ Puertas acaneladas.
- ✓ Muebles blanco lijado y muebles rústicos.
- ✓ Puertas y frentes de gavetas de cocina.
- ✓ Muebles terminados.

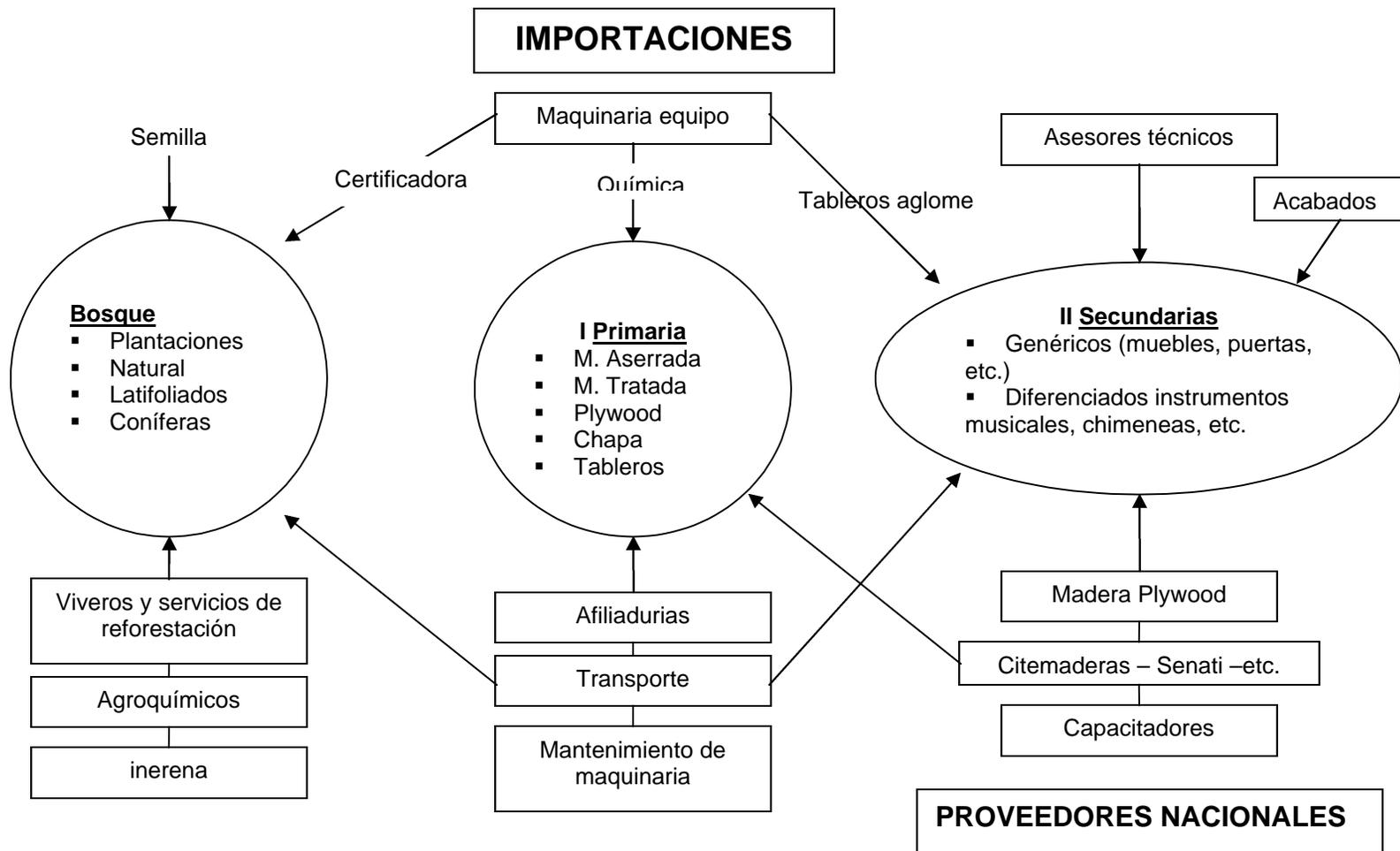
9.8 PRINCIPALES PRODUCTOS CON POTENCIAL EXPORTADOR POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

- Madera aserrada → Pucalpa, Iquitos, Puerto Maldonado, Satipo, Torapoto
- Ply wood → Pucalpa, Iquitos, Puerto Maldonado.

Parquet y pre parquet	➔	Pucalpa
Preparquet	➔	Iquitos, Puerto Maldonado, Satipooo, Tarapoto
Chapas decorativas	➔	Pucalpa, Puerto Maldonado, Lima
Láminas de Lupoma	➔	Iquitos
Puertas	➔	Lima, Trujillo
Muebles en blanco	➔	Lima, Trujillo

9.9 CADENA DE PRODUCCIÓN

Figura 4. Cadena de producción.



9.10 EMPRESAS

9.10.1 OBREGON S.R.L. Empresa de orden familiar con 14 años de experiencia asesorando y fabricando productos y acabados en madera.

- **Ubicación.** La empresa cuenta con una planta matriz de 2.000 m² en el parque industrial de Villa El Salvador en Lima.
- **Principales materias primas.** Todas las variedades de madera tropicales del Perú.
- **Productos.** Muebles - Puertas y Pisos de Madera.
- **Características primordiales.** Acabados de alta calidad. Innovación y diferenciación.
 - ✓ Trabajo artesanal tecnificado y calificado.
 - ✓ Muebles pintados a mano.
 - ✓ Producción de muebles rústicos.

A futuro esperan generar exportaciones de manera sostenida de muebles pintados con culturas precolombinas e Inca.

9.10.2 FERRINI - MUEBLERÍA Muebles y decoración. Empresa fundada en 1939, dedicada al amoblado y decorado.

- **Ubicación.** Ciudad de Lima
- **Productos.** Muebles de hogar, muebles de oficina, tapices, lámparas y accesorios.
- **Clientes.** La familia en general, propietarios de oficinas, instituciones de orden privada y pública.
- **Características primordiales.**
 - ✓ Alto grado de especialización.
 - ✓ Trabajo artesanal – profesional.
 - ✓ Constante innovación.
 - ✓ A tono con las tendencias de la moda.

- **Diseños.** Estilo clasico, y contemporaneo.

Figura 5. Muestra de productos FERRINI.



Sala FERRINI



Comedor FERRINI



Sala FERRINI



Sofá FERRINI



Cama FERRINI

9.10.3 ARTESANIAS TABUADA. Industria de muebles artesanales; Empresa que inicia como un taller netamente artesanal fundada en el año 1974.

- **Ubicación.** Ciudad de Lima
- **Productos.** Artesanías como marcos para espejos y oleos, lámparas en forma de yugo y rueda y muebles tallados artesanales.
- **Características primordiales.**
 - ✓ Gran importancia en la selección de personal idoneo.

✓ Aplicación en los muebles de un estilo colonial peruano “propio”

- **Diseños.** Estilo Colonial peruano propio.

9.10.4 MUEBLES CANZIANI. Tradición y calidad que se renueva en el tiempo. Esta empresa cuenta con 77 años de experiencia.

Figura 6. Muestra de productos CANZIANI.



Silla Canziani



Alcoba Canziani



Comedor Canziani



Mesas Canziani



Sala Canziani



Mesa de centro Canziani

- **Ubicación.** Av Venezuela 23 05 Lima - Perú
- **Principales materias primas.** Madera caoba selecta

- **Productos.** Muebles de hogar, muebles para instituciones como bancos, hoteles, restaurantes, entre otros.
- **Características primordiales.** Muebles hechos a mano.
 - ✓ Cuidado en los detalles y terminación de cada pieza
 - ✓ Aplicación de programas especiales de secado a las maderas para que soporte las exigencias de climas cálidos y ambientes con aire acondicionado.
 - ✓ Atención personalizada
 - ✓ Capacidad para generar Producción especializada como también en serie
- **Diseños.** Clásico, contemporáneo; Conziani Collezioni que involucra el desarrollo de bocetos de grandes diseñadores con el objetivo de crear piezas únicas; Conziani proyectos especiales se refiere a proyectos de amoblamiento para Instituciones, hoteles, Bancos, entre otros.
- **Clientes.** Familia en general en línea hogar, propietarios de hoteles, restaurantes, empresas entre otras.

Algunos clientes institucionales son:

Bellsouth Lima
 Cámara de Valores de Lima
 Embotelladora Coca Cola
 Perú Petro
 Banco Continental
 Banco de crédito
 Inter Bank (Banco)
 Hotel Casino María Angola
 Hotel Los Delfines
 Restaurante chillig
 Kentuucky Fried Chicken
 Pizza Hut

En la última década Canziani ha ingresado en el sector de las exportaciones en sus productos línea clásica - contemporánea, también fabricando muebles bajo diseño especial o réplicas principalmente a Estados Unidos y Europa.

9.11 PRECIOS

Cuadro 9. Lima a nivel deposito detallista.

PRECIOS DE MADERA ASERRADA			
	S/ PT	U\$ / M3	\$
Caoba	7,50	908,00	2.487.920
Cedro de altura	4,70	569,00	1.559.060
Catahua	1,25	151,00	413.740
Cumala	1,40	169,00	463.060
Moena	2,30	278,00	761.720
Tornillo	2,15	260,00	712.400

Fuente: Tropical Forest Consultores Perú.

Cuadro 10. Parquet tipo exportación a nivel detallista Lima.

	S / m ²	U\$ / m ²	\$ / m ²
Caricampi veteado (10 mm) 6x30, 5x30	35,00	10	27.400
Capirona (10 mm) 6x30, 5x30	37,45	10,70	29.318

Fuente: Tropical Forest Consultores Perú.

Cuadro 11. Precios Triplay.

Lima a nivel detallista	S/ PLANCHA	U\$ m ³	\$ m ³
Triplay de Lupuna de 4 mm	16,00	384,00	1'052.160
Triplay de Lupuna de 6 mm	25,00	401,00	1'098.740
Triplay de Lupuna de 8 mm	33,00	396,00	1'085.040
Triplay de Lupuna de 10 mm	38,00	365,00	1'000.100
Triplay de Lupuna de 12 mm	45,50	360,00	986.400
Triplay de Lupuna de 15 mm	56,00	358,00	980.920
Triplay de Lupuna de 18 mm	67,00	357,00	978.180

Fuente: Tropical Forest Consultores Perú.

Cuadro 12. Precio tableros, aglomerados, MDF. Lima a nivel detallista.

	U\$ Plancha	U\$ m ³
Melamina 15 mm 1.88 x 2.50	43,68	636,50
Melamina 18 mm 1.83 x 2.50	47,90	582,00
Enchapada 15 mm 1,50 x 2,40	54,18	1.003,00
Enchapada 18 mm 1,50 x 2,40	58,05	895,00
Aglomerado 8 mm 2,14 x 2,44	12,76	305,00
Aglomerado 30 mm 2,14 x 2,44	43,44	277,00
MDF 12 mm 1,83 x 2,60	30,20	528,50
MDF 15 mm 1,83 x 2,60	37,03	521,50
MDF 18 mm 1,83 x 2,60	42,74	500,50
MDF 20 mm 1,52 x 2,44	37,97	511,00
MDF 25 mm 1,52 x 2,44	47,80	518,00
MDF 30 mm 1,83 x 2,60	74,78	525,00

Fuente: Tropical Forest Consultores Perú.

Cuadro 13. Precio muebles de madera. Lima a nivel tienda San Isidro.

	S/	U\$	\$
Juego de comedor: Modelo Verona: 1 mesa, 1 aparador, 8 sillas tapizadas	25.678,00	7.336,00	20.100.640
Juego de dormitorio: 1 cama de 2 plantas, 2 veladores, 1 cómoda y 1 espejo, marquetería con enchape de caoba / nogal	14.921,00	4.263,00	11.680.620

Fuente: Tropical Forest Consultores Perú.

Cuadro 14. Lima Villa El Salvador a nivel detallista.

	S/	U\$	\$
Juego de comedor: 1 vitrina, 1 aparador, 3 cuerpos, 8 sillas, 1 mesa ovalada en madera tornillo y enchapado	2.600,00	742,00	2'033.080
Juego de comedor: Luis XVI completo, 1 aparador, vitrina de 4 cuerpos, lunas	6.500,00	1.857,00	5'088.180
Juego de dormitorio: 1 cabecera, tarima de 2 plazas, tocador con espejo en madera pino	2.000,00	571,00	1'564.540
Juego de dormitorio: 1 cómoda con espejo de 6 cajones, 2 veladores y 1 cama de 2 ½ plazas en madera cedro	3.540,00	1.011,00	2'770.140

Fuente: Tropical Forest Consultores Perú.

9.12 CONSUMIDOR

Tras la crisis económica que afrontó el Perú en inicios del año 2000 se generó desempleo, bajos sueldos y sobre endeudamiento del sistema bancario; Por lo tanto es consecuente afirmar que el perfil del consumidor peruano actual sea cauteloso, precavido y escéptico a la hora de comprar o endeudarse. El consumidor peruano ahora es muy racional.

Acosta, Horacio afirma que:

De acuerdo a estudios el 44% de consumidores peruanos prefiere comprar productos de marca aunque deba pagar un poco más, un 13% dice que compra a un buen precio indiferentemente de la marca y otro 44% afirma que si encuentra una marca que no es conocida pero si es de calidad aceptable y a buen precio opta por esta.

Lo que indica que la preferencia que tenía la marca para el consumidor peruano ha pasado a competir con una calidad aceptable pero sobretodo con precios bajos.

El consumidor peruano busca hacer rendir más su dinero y compra lo que le conviene, y aunque las condiciones del país continuaran en mejora la tendencia al consumo sería igual como lo revelan las estadísticas donde un 86% de los consumidores al mejorar la situación del país gastarían lo mismo².

Concluyendo antes de la crisis las marcas en el Perú trabajaban con márgenes relativamente grandes, hoy en día primacía el precio. Por lo tanto para el producto (muebles de madera línea hogar elaborados en San Juan de Pasto - Colombia) es importante lograr precios competitivos. Además de tener como estrategia la perfección técnica en los procesos para generar excelentes terminados en los muebles; capacidad con la que cuenta el sector en la ciudad a diferencia de gran parte del sector en Perú que primordialmente se esmera en atender el consumidor estadounidense, su principal comprador.

Concretamente, hablar de consumidor final es difícil en el momento, para las empresas productoras de muebles en la ciudad de San Juan de Pasto, porque esto implica montar una empresa propia en Perú. Aunque las condiciones sean favorables para invertir en dicho país se puede llegar al consumidor final a través de comercializadores o distribuidores que en síntesis es el consumidor o mejor el comprador o importador de los productos muebles de hogar pastusos.

² ACOSTA HORACIO. El consumidor peruano tras la crisis. Lima : Biblioteca Nacional del Perú, 1994. p. 25.

Importador que es el elemento clave en la cadena de comercialización por su conocimiento sobre el consumidor sus gustos, tendencias y costumbres y quien puede suministrar dicha información al productor en la Ciudad de Pasto.

Podría tomarse inicialmente como objetivo del mercado Lima como la Ciudad Capital con mayor población y además que se encuentra en la parte costera desértica cerca de el puerto del Callao, dado que Perú cuenta como ya se menciono con zonas de bosque que contrasta con zonas desérticas.

Y si talvez el mercado de Lima se encontrara saturado dado que allí funcionan la mayor y gran concentración de fábricas y empresas de muebles.

Se podría contemplar ciudades de esta área desértica como: Arequipa, Ica, Huancavelica, Chimbote, Trujillo, Chiclayo, como otras opciones.

Una empresa peruana que se desenvuelve como importadora es:

Tradiciones Gonzáles Exportador - Importador.

Tiene experiencia de 5 años se especializa en el trabajo de muebles rústicos, estilo colonial policromados, envejecidos en todo tipo de madera.

Dirección tienda: Avenida Pdo Nro 11 - 29 interior 2 Monterrico - Surco - Lima - Peru.

Central telefónica (511) - 458 - 0136

Celulares (511) - 9927 - 1985 / (511) - 9858 - 9537

E_mail: tradicioesg@yahoo.com

Horario de atención: Lunes a Viernes de 9:00 am a 1:00 p.m. y de 2 pm. A 6:00 pm., sábados de 9:00 am a 1:00 pm

Además existe otra empresa interesada en el producto muebles para oficina aunque no es el producto objeto de la investigación.

Muebles Canziani

Dirección: Avenida Venezuela 23 - 05 Lima

Teléfono: (511) 337 5279 / (511) 337 5276

Fax: (511) 337 5275

E_mail: info@canziani.com.pe

10. MATRIZ DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

10.1 EN EL PAÍS EXPORTADOR COLOMBIA

Tabla 3. Costos en el país exportador, Colombia.

CONCEPTO	COSTO U\$	HORAS
VALOR MERCANCIA	33.556	-
DIRECTO		
EMBAJALES	1.000,69	24
DOCUMENTACIÓN	14,96	9
MANIPULEO LOCAL	29,20	12
TRANSPORTE LOCAL	923,35	12
SEGURO LOCAL	335,50	-
ALMACENAJE	106,70 (3%)	24
MANIPULEO EMBARQUE	25 (elevador)	1
ADUANERO	105,00	3
BANCARIO	25,00	-
AGENTES		-
SUBTOTAL (FOB)	36.130,4,	85
INDIRECTO		-
ADMINISTRATIVOS	3.727,00	
TOTAL	39.857,40	85

10.2 MATRIZ DE COSTO EN EL TRANSITO INTERNACIONAL (PUERTO BUENAVENTURA - PUERTO CALLAO) EN U\$ TRANSPORTE MARÍTIMO PARA MUEBLES DE HOGAR EN MADERA ELABORADOS EN SAN JUAN DE PASTO

Tabla 4. Costos en el transito internacional.

CONCEPTO	COSTO U\$	HORAS
DIRECTO		
TRANSPORTE MUNICIPAL	640	144
SEGURO PRINCIPAL	722,6	
ALMACENAJE	12	
MANIPULEO		
DESEMBARQUE	100	6
AGENTES	200	
SUBTOTAL (FOB)		
INDIRECTO	15.746	150
ADMINISTRATIVOS		-
TOTAL	15.746	150

10.3 MATRIZ DE COSTO EN EL PAÍS IMPORTADOR (PERU) EN U\$ TRANSPORTE MARÍTIMO PARA MUEBLES DE HOGAR EN MADERA ELABORADOS EN SAN JUAN DE PASTO

Tabla 5. Costos de exportación en Perú.

CONCEPTO	COSTO
Documentación	15
Mamp local importación	20
Trasnporte local	100
Seguro local	335,5
Almacenaje	40
Aduanero	200
Bancario	25
Agentes marítimos	50
SUBTOTAL	7.855
INDIRECTOS	-
ADMINISTRACIÓN	-
SUBTOTAL	7.855
VALOR DDP	63.458,4

Determinación de valor DDP por unidad marítima, Puerto Buenaventura - Callao para juego de alcoba, comedor y sala

Tabla 6. Determinación de valor DDP por unidad.

	V. Unitario U\$	UNIDADES	V. TOTAL U\$	Porcentaje %
Alcoba genérica	235,76	60	14.145,60	42,03 %
Comedor genérico	338,32	20	6.766,40	20,10 %
Sala económica	212,40	60	12.744,00	37,87 %
Valor total Mercancía			33.656,00	100,00 %

Valor DDP mercancía => U\$ 63,458,4 => 100%
por lo tanto:

Alcoba genérica	42,03%	= > U\$ 26.671,50
Comedor genérico	20,10%	= > U\$ 12.755,14
Sala económica	37,87%	= > U\$ 24.031,70

de donde

Alcoba genérica	U\$ 26.671,50 / 60 Uds = U\$ 444,53	Valor DDP de una alcoba
Comedor genérico	U\$ 12.755,14 / 20 Uds = U\$ 637,76	Valor DDP de un comedor

Sala económica U\$ 24.031,70 / 60 Uds = U\$ 400,53 Valor DDP de una sala

Finalmente se puede establecer una comparación con los precios del Perú así:

COLOMBIA PASTO	PERU LIMA
Alcoba genérica U\$ 444,53	Juego de dormitorio U\$ 571,0
Comedor genérico U\$ 637,76	Juego de comedor U\$ 742

Al obtener todos estos costos y determinar el valor DDP por unidad para muebles de hogar lo que es alcoba, comedor y sala se puede concluir que en precios el sector muebles de madera de la Ciudad de San Juan de Pasto es competitivo, porque los costos de llevar el producto al Perú son relativamente bajos, dada la cercanía de las ciudades peruanas en la Costa , en lo referente a Lima - Callao.

Se debe tener en cuenta las condiciones de la investigación exploratoria, para una futura exportación, ya que los costos abran vencido.

11. CONCLUSIONES

A pesar de la crisis económica que afronta el Perú a principios del año 2000 su economía se encuentra en expansión lo que representa oportunidades para inversión.

El Perú es un país que cuenta con un gran potencial boscoso ventaja a la hora de adquirir materias primas para la fabricación de muebles.

La mayor proporción de exportaciones peruanas están representadas en madera aserrada más no en muebles concretamente.

El Perú genera producción de muebles en madera pero el subsector aún no es competitivo debido a la falta de infraestructura y capacidad técnica para el perfeccionamiento en los procesos.

Dado el potencial con que cuenta el Perú con respecto a la industria del mueble se podría optar por penetrar el mercado con diseños contemporáneos, nuevos de vanguardia apuntando a la comodidad y la reducción de espacios y fácil manejo desechando diseños típicos o precolombinos que son los que manejan algunas empresas en Perú.

Además como se busca penetrar un mercado nuevo con un producto ya existente, sería ventajoso ingresar con precios promedio dado que en el mercado peruano se puede encontrar variedad de precios para todos los estratos.

De gran importancia para penetrar dicho mercado es ventaja para los empresarios de la ciudad es el perfeccionamiento en acabados como una estrategia para competir.

Es de importancia considerar la constitución de un clouster para muebles, en madera con todas las empresas agremiadas en ACOPI del sector.

12. RECOMENDACIONES

Es necesario encontrar oportunidades comerciales en otros países para aprovechar la maquinaria subutilizada que se encuentra en las empresa de la ciudad de San Juan de Pasto.

Los colores también hacen parte del diseño de los muebles, y es importante anotar que por los diseños y valores apreciados en las fábricas del Perú a través de internet, se observa que llaman la atención los colores pastel, por lo tanto es importante tener en cuenta estos colores a la hora de fabricar productos para este mercado.

Dado el potencial con el que cuenta el Perú con respecto a la industria del mueble se podría optar por entrar al mercado con diseños contemporáneos, de vanguardia, apuntando a la comodidad y reducción de espacios y fácil manejo; desechando diseños típicos, precolombinos que son los que manejan algunas empresas en Perú.

A demás, como se busca penetrar un mercado nuevo, con un producto ya existente, sería ventajoso ingresar con precios promedio, dado que en el mercado peruano se pueden encontrar variedad de precios para todos los estratos.

De gran importancia para penetrar dicho mercado y como ventaja, generar excelentes acabados como una estrategia para competir.

Es de gran importancia considerar la constitución de un cluster para muebles en madera con todas las empresas agremiadas en ACOPI.

BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA HORACIO. El consumidor peruano tras la crisis. Lima : Biblioteca Nacional del Perú, 1994. 95 p.

ADUANAS PERÚ. Informe: Descripción del subsector muebles de madera. [en línea]. [Lima, Perú]. 2000 [citado 19 feb, 2004]. Disponible en internet : <URL: <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informag>>

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Acuerdos [en línea]. [Montevideo, Uruguay]. 9 de julio, 2004 [citado jul, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.aladi.org/>>

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. Archivo: correlacionador exportaciones no tradicionales por sector económico – partida arancelaria. [en línea]. [Lima, Perú]. 2002 – 2004 [citado 19 Feb, 2004]. Disponible en internet : <URL: <http://www.bcrp.gob.pe/>>.

BANCO DE LA REPUBLICA. Nariño exportaciones no tradicionales registradas en valor FOB, según clasificación CIU. En: Informe de conyuntura regional. Colombia. Vol 18. (ene. – mar. 2002)(ene. – mar. 2003); p. 30 - 31.

CÁMARA DE COMERCIO LIMA. Comercio exterior [en línea]. [Perú]. 2000 – 2004 [citado 19 feb, 2004]. Disponible en internet : <URL:<http://www.camaralima.org.pe/Cexter.htm>>

CANZIANI MUEBLERIA. Que hacemos: fábrica de muebles para exportación [en línea]. [Perú]. 2003 [citado 19 feb, 2004]. Disponible en internet : <URL: http://www.canziani.com.pe/cz_home.htm>

CIDEIBER. Informe: Centro de Información y Documentación Empresarial sobre Iberoamérica. Perú actividades del sector primario. Sector forestal. [en línea]. [Peru]. 1995 - 2002. [citado feb, 2004]. Disponible en internet : <URL: <http://www.cideiber.com/infopaises/reparte1.asp?p=8>>

COMUNIDAD ANDINA. Brújula empresarial Andina: acceso a mercados. [en línea]. [Perú]. Junio 2003 [citado feb, 2004]. Disponible en internet : <URL: <http://www.comunidadandina.org/brujula.asp>>

_____. Datos básicos, datos económicos, días festivos en Perú. [en línea]. [Perú]. Junio 2003 [citado 20 Ene, 2004]. Disponible en internet : <URL: <http://www.comunidadandina.org/quienes/peru.htm>>

_____. Mercado común. [en línea]. [Perú]. Junio 2003 [citado 19 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.comunidadandina.org/mercado/mercado.htm>>

_____. Unión aduanera. Zona de libre comercio. [en línea]. [Perú]. Junio 2003 [citado 19 feb, 2004]. Disponible en internet : <URL:[url:http://www.comunidadandina.org/union/zona.htm](http://www.comunidadandina.org/union/zona.htm)>

FERRINI MUEBLES. Mubles de hogar. [en línea]. [Lima, Perú]. 2003 [citado 23 feb, 2004]. Disponible en internet : <URL:<http://www.mueblesferrini.com>>

GARCIA, Edwin. La industria del mueble en Brasil, un ejemplo digno de imitar. En : El mueble y la madera. Colombia. Vol. 39. (May. 2003); p 70 - 77.

GARCIA, Hector O. Diez años tapizando el éxito. En : El mueble y la madera. Colombia. Vol 7. (1995); p. 22 - 24.

GONZÁLES Celso. Buscador de todas las paginas del Perú. [en línea]. [Lima, Perú]. 1997 - 2002. [citado 16 Feb, 2004]. Disponible en internet : <URL:<http://www.adonde.com/buscar/search.php?regNum=10&termino=muebles>>

INEI. Informe: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática Perú. Población y demografía. Fecundidad. Migraciones. Población y proyecciones. [en línea]. [Perú]. 2002 [citado 19 dic, 2003]. Disponible en internet : <URL:<http://www.inei.gob.pe/biblioinei.htm>>

LATINEXPO. Datos generales Perú. [en línea]. [Perú]. 1995 [citado 19 ene, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.latinexpo.com/cgi-bin/porpais.cgi?pais=Per%FA&pregunta=datos+generales.>>

LÍNEAS MARÍTIMAS PERÚ. Barcos. [en línea]. [Lima, Perú]. 2002 [citado 17 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.barcos.com/index.php?categoria=23>>

MAPIS. Maritime & port information system: Agencias Maritimas Shipping Agent. Terminal marítimo Marítimo Muelles el Bosque. [en línea]. [Colombia]. 2004 [citado 20 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:[url:http://www.mapis.com.co/tarifas.htm](http://www.mapis.com.co/tarifas.htm)>

_____, Tarifas portuarias. [en línea]. [Colombia]. 2004. [citado 20 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL: [url:http://www.mapis.com.co/agencia.htm](http://www.mapis.com.co/agencia.htm)>

MATUK Farid. Informe: Avance Económico y Social Regional. [en línea]. [Lima, Perú]. Noviembre 2003 [citado 14 ene, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.inei.gob.pe/biblioinei.htm>>

MINISTERIO EXTERIOR DE COLOMBIA, Pagina web de la organización de estados americanos OEA. Sistema de información de comercio exterior SICE. Dirección general de relaciones económicas internacionales. Informe: Aplicación por parte de Perú a favor de Colombia de la cláusula de la nación mas favorecida. [en línea]. [Colombia]. 26 Agosto 2002 [citado 19 ene, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.proexport.com.co/>>

NACIONAL TRADE DATA BANK., Informe: Contry comercial Guide Perú. [on line]. [Lima, Perú]. 30 April 2002 [cited 18 feb, 2004]. Available from internet: <URL: <http://www.proexport.com.co/>>

OCÉANO GRUPO EDITORIAL. S.A. El maestro ebanista. Encilopedia práctica de la ebanistería. Barcelona, España : Océano, 1999. p. 11.

_____, La madera. Encilopedia práctica de la ebanistería. Barcelona, España : Océano, 1999. p. 15.

OBREGÓN SRL. Productos. Muebles rústicos, puertas, pisos pintados a mano. [en línea]. [Lima, Perú]. 2000 [citado 20 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL: <http://www.peruwoodproducts.com/productos.html>>

PROEXPORT. Aranceles y otros impuestos a las importaciones: Datos socio económicos. [en línea]. [Colombia]. 30 abril 2002 [citado 24 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL: <http://www.proexport.com.co/VBeContent/categorydetail.asp?idcategory=845&Name=País%20PERU&IDCompany=1.>>

_____, Informe: Perfil del transporte desde Colombia hacia Perú. [en línea]. [Colombia]. 10 Junio 2003 [citado 15 ene, 2004]. Disponible en internet: <URL: <http://www.proexport.com.co>>

_____, Informe: Guia para exportar a Perú. [en línea]. [Colombia]. 20 de Junio de 2002 [citado 4 nov, 2003]. Disponible en internet: <URL: <http://www.proexport.com.co>>

_____, Informe: Evaluación del sector maderas. Principales mercados. [en línea]. diciembre 2003 [citado 26 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL: [http://www.prompex.gob.pe/prompex/.](http://www.prompex.gob.pe/prompex/)>

_____, Informe: Evaluación sectorial. Sector maderas y sus manufacturas. Plan nacional para el desarrollo de las exportaciones al 2006. [en línea]. [Lima, Perú]. 2000 [citado 26 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:[http://www.prompex.gob.pe/prompex/.](http://www.prompex.gob.pe/prompex/)>

ROLDAN SIA. Nuestras oficinas. [en línea]. [Cali, Colombia]. 2004 [citado 24 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.roldansia.com.co/espanol/oficinas.htm#>>.

SRPBUN. Sociedad portuaria regional de Buenaventura: tarifas. [en línea]. [Cali, Colombia]. 2004 [citado 23 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.sprbun.com>>.

SUNAT. La aduana sin papeles. Importación, exportación definitiva. [en línea]. [Perú]. 2004 [citado 16 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informag/importac.htm>>

TABOADA. Mueblería. Industrias de muebles artesanales. Muebles. [en línea]. [Lima, Perú]. 2004 [citado 20 feb, 2004]. Disponible en internet: <URL:<http://www.artesaniastaboada.com.pe/paginas/mueble-lima.htm>>

TROPICAL FOREST CONSULTORES S.A.C. Información del sector. Tropical Forest. Servicio de información precios y estadísticas comercial SIPEC. [en línea]. [Perú]. 13 de Marzo del 2001 [citado 20 feb, 2004]. Boletín No 2. Disponible en internet: <URL:<http://www.peruforestal.org/Boletines/SIPEC%2002.doc>>

ANEXOS

Anexo A. Cronograma de actividades de pasantía en la asociación colombiana de pequeñas y medianas industrias ACOPI - SECCIONAL NARIÑO. Septiembre 3 2003 - marzo 3 de 2004

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE PASANTIA EN LA
ASOCIACION COLOMBIANA DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS
ACOPI - SECCIONAL NARIÑO
SEPTIEMBRE 3 2003 - MARZO 3 DE 2004**

ACTIVIDAD	TP	TE	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Documentación del sector madera y manufacturas en San Juan de Pasto																																		
Elaboración de entornos																																		
Presentación de informe parcial																																		
Elaboración de características de la producción en el sector madera y sus manufacturas en Perú, mercado objetivo																																		
Documentación y construcción de matriz de costos y tiempos de exportación																																		
Elaboración de características claves del consumidor																																		
Elaboración de informe final																																		
Entrega de informe final																																		

Anexo B. Cuestionario aplicado a las empresas productoras de muebles en madera línea hogar, localizadas en la ciudad de Pasto y agremiadas en ACOPI seccional Nariño.

Objetivo: Recaudar información básica de fuentes primarias, como son las empresas productoras de muebles en madera de la línea hogar agremiadas en ACOPI sobre: Materia prima e insumos, proceso productivo del mueble para hogar, tipo de muebles para hogar y diseños, y producto terminado.

Entrevista

Tiempo: 1 Hora.

Proceso a seguir: Aplicación del cuestionario al gerente, director o persona delegada, capaz de dar todo tipo de información acerca de la fabricación de muebles para hogar.

Cuestionarios.

Materia prima

1. ¿Que tipo de madera es la mas utilizada? ¿Por qué?
2. ¿Cuál es su principal proveedor?
3. ¿Existe una forma especial de almacenamiento de la madera?
4. ¿Qué propiedad física de la madera tiene usted en cuenta a la hora de seleccionarla?
5. ¿Que es prioridad para usted en todo lo que hace, calidad, precio, las dos, ninguna?

Proceso productivo

1. ¿Cuáles serian las etapas a su criterio que involucra el proceso de elaboración de un mueble línea hogar? ¿Cuáles son?
2. ¿Que tipo de tecnología utiliza?
3. ¿Existe a lo largo del proceso un control de calidad?
4. ¿Quién ejerce el control de calidad?
5. ¿Qué capacidad y volumen de producción tiene?

6. ¿Esta en capacidad de aumentarla o cambiarla?
7. ¿Saca provecho de los subproductos que generan los procesos?
8. ¿Cómo selecciona su personal?
9. ¿Qué es para usted hacer muebles?

Líneas de productos y diseños

1. ¿Cuál es el producto líder de la empresa en cuanto a demanda.
2. ¿Por qué especializarse en la línea de muebles para hogar?
3. ¿Cuenta con un diseñador?
4. ¿De donde provienen sus diseños?
5. ¿Qué tiene en cuenta a la hora de escoger un diseño para los muebles?
6. ¿Qué concepto le merece la innovación y la exclusividad a la hora del diseño?

Producto terminado

1. ¿Cómo realiza la distribución del producto terminado?
2. A parte del costo de producción mas la utilidad, ¿Qué determina el precio de venta?
3. ¿Quién es el consumidor objetivo para muebles de hogar en su empresa?
4. ¿Existen características especiales en cuanto al empaque de los muebles?
5. ¿Utiliza etiquetas sobre garantías, componentes o instrucciones sobre el producto?
6. ¿Cuál considera que es el valor agregado que usted ofrece a su cliente?
7. ¿Cuál es su principal mercado?