

Proyecto PD 540/09 Rev. 2 (I) “Apoyo para mejorar la productividad de la industria maderera peruana para elaborar productos con mayor valor agregado”



EXPERIENCIAS DE EXPORTACIÓN DE UN PRODUCTO MADERABLE CON VALOR AGREGADO

Luis Agustín Tácunan Cuellar



CAMARA
NACIONAL
FORESTAL



SERFOR Servicio
Nacional
Forestal y
de Fauna
Silvestre

Proyecto PD 540/09 Rev. 2 (I) "Apoyo para mejorar la productividad de la industria maderera peruana para elaborar productos con mayor valor agregado"

EXPERIENCIAS DE EXPORTACIÓN DE UN PRODUCTO MADERABLE CON VALOR AGREGADO

Autor

Luis Agustín Tácunan Cuellar
Consultor forestal

Revisión y edición

Walter Nalvarte Armas
William Chipana Curiñaupa

Puerto Maldonado - Perú
Marzo, 2015

Primera edición, marzo 2016

EXPERIENCIAS DE EXPORTACIÓN DE UN PRODUCTO MADERABLE CON VALOR AGREGADO

PD 540/09 Rev. 2 (I) “Apoyo para mejorar la productividad de la industria maderera peruana para elaborar productos con mayor valor agregado”, ejecutado por la Cámara Nacional Forestal en convenio con la Organización Internacional de las Maderas Tropicales - OIMT y el Servicio Forestal y de Fauna Silvestre - SERFOR del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI).

Producido en Perú

Publicación electrónica disponible en
www.cnf.org.pe

Autor

Luis Agustín Tácunan Cuellar
Consultor forestal

Revisión y edición

Walter Navalte Armas
William Chipana Curiñaupa

Editado por Cámara Forestal Nacional



Email: cnf@cnf.org.pe
www.cnf.org.pe

Oficina Principal

Calle Ramón Dagnino 369, Jesús María,
Lima 11 - Perú
Tel. (511) 651 6197 - Fax. 01-6516198

Oficina Ucayali

Jr. Libertad 218-222,
Pucallpa
Tel. 061-570381

Oficina Madre de Dios

Av. La Joya 167
Puerto Maldonado
Tel. 082-573461

Oficina Arequipa

Centro Comercial Independencia
Block D Of. 328 - Arequipa
Tel. 956-384845

ISBN N° 978-612-47171-1-6

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
1. OBJETIVOS	8
1.1 Objetivo general	8
1.2 Objetivo estratégico	8
1.3 Objetivos específicos	8
2. CONCEPTOS GENERALES	8
2.1 ¿Qué es exportar?	8
2.2 Técnicas de exportación	9
2.3 Ventajas y riesgos de la exportación	10
2.4 ¿Cómo determinar si la empresa está preparada para exportar?	11
2.5 Criterios para la selección de mercados	12
2.6 Aspectos que se deben considerar una vez seleccionado el mercado	13
3. PROCESO DE EXPORTACIÓN DE UN PRODUCTO MADERABLE CON VALOR AGREGADO	14
3.1 Empresa maderera	14
3.2 Planeación de la exportación	14
3.3 Implementación del plan de exportación	14
3.4 Transacción, contrato de compra venta	15
3.5 Despacho de la mercancía	16
3.6 Cobranza	16
3.7 Seguimiento y medición de la satisfacción del cliente	17
3.8 Diagrama del proceso de exportación	17
3.9 Documentos para exportación	19
3.9.1 Factura comercial	19
3.9.2 Booking	19
3.9.3 Lista de paquetes (packing list)	21
3.9.4 Documento de transporte (guía de transporte forestal)	22
3.9.5 Certificado de origen	23
3.9.6 Certificado fitosanitario	24
3.9.7 Certificado de fumigación	25
3.10 Incoterms	26
3.11 Consideraciones complementarias	27
3.11.1 Seguros de carga	27
3.11.2 Medios de pago internacional	27
4. PRESUPUESTO	28

INTRODUCCIÓN

Madre de Dios es un departamento con una gran diversidad de especies arbóreas maderables presentes en sus bosques naturales. La superficie forestal ocupa el 80% del departamento, con una extensión de 85 300,54 km² y la población tiene como una de las principales fuentes de ingresos la venta de la madera y sus derivados, siendo la demanda de madera dura, principalmente para pisos, un importante rubro; por lo que es de vital importancia la calidad que se pueda ofrecer en el momento de su comercialización. El país se encuentra en una permanente apertura comercial, que lo ha llevado a negociar, a través de tratados de libre comercio (TLC), con diversos países, a fin de asegurar un acceso preferencial de los productos nacionales a los principales mercados del mundo. Es así que se ha suscrito el TLC con los Estados Unidos de Norteamérica, de innegable trascendencia para el país; asimismo, se está negociando con Tailandia, Singapur, Chile e igualmente con México, EFTA (Suiza, Liechtenstein, Noruega, Islandia), Canadá, entre otros países, registrándose avances significativos en el comercio de madera con valor agregado con la Unión Europea y China; a nivel andino se cuenta con una zona de libre comercio y preferenciales arancelarias especiales en los países de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Esta política está contribuyendo con mejorar la posición competitiva de las exportaciones de madera, de tal forma que éstas vienen creciendo sostenidamente durante los últimos años. Uno de los elementos para aprovechar la apertura comercial es la información con la que cuenten los empresarios madereros para incursionar con eficiencia en la exportación de productos maderables con valor agregado; tanto de información relacionada con el acceso a los mercados de destino, como de los procedimientos necesarios para realizar las operaciones de exportación. En tal sentido, en el marco del presente proyecto, se ha desarrollado una experiencia de exportación con una empresa maderera de Madre de Dios y con el fin de socializar la misma se ha elaborado la presente publicación, como medio para brindar una mejor orientación a los empresarios madereros e inversionistas interesados en el comercio de exportación. Esperamos que el documento, cuyo texto ha sido concordado con la Ley General de Aduanas, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1053, del año 2008, sea de utilidad y promueva la exportación de productos maderables, especialmente de aquellos con valor agregado.

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo general

Contribuir con el sector maderero exportador de Madre de Dios, a través de un mayor conocimiento con los procesos de exportación y otros aspectos inherentes a la operación exportadora, mediante la difusión de una experiencia de exportación, a través de una publicación.

1.2 Objetivo estratégico

Incentivar a aquellas empresas madereras, especialmente las que no poseen tradición exportadora, para que se inserten en el mercado internacional, creando una cultura exportadora de productos maderables con valor agregado.

1.3 Objetivos específicos

- Facilitar la información relevante sobre las exportaciones desde el punto de vista de los procedimientos necesarios para realizar una exportación.
- Apoyar al exportador a entender los procesos y conocer las entidades e instituciones que intervienen en las exportaciones.
- Considerar las modalidades de acuerdos comerciales que actualmente tiene el país, para aprovechar las oportunidades comerciales.

2. CONCEPTOS GENERALES

2.1 ¿Qué es exportar?

Una definición rápida y concreta, a qué es exportar, es vender fuera de las fronteras; parece simple, pero todo empresario que cotidianamente trabaja para producir, administrar y vender productos sabe que implica un esfuerzo permanente de empeño organizado, de entrega diaria a una labor que fructifica sólo con la aceptación del producto en el mercado externo.



Cuando una empresa decide incursionar en los mercados internacionales, debe tener razones claras para hacerlo. Es importante analizar con detenimiento la variedad de opciones que ofrecen los mercados internacionales y tomar la decisión cuando se esté seguro de querer exportar; no se debe hacer sólo por seguir a la competencia, sino porque se tiene previo conocimiento de lo que implica.

La exportación es un proceso que involucra tiempo, capacitación, inversión, adaptación de los productos a las exigencias de los mercados externos hacia los cuales se quiere llegar.

2.2 Técnicas de exportación

Existen dos maneras mediante las cuales se puede llevar el proceso de exportación: exportación directa y exportación indirecta.

a) Exportación directa

Consiste en establecer contacto directo con el importador y realizar todo el proceso de la operación de exportación. Involucra la utilización de mayores recursos, contar con una infraestructura adecuada (oficinas), así como recursos humanos bien capacitados en comercio internacional y con una red de contactos de proveedores de servicios a las exportaciones.



En otras palabras, la empresa exportadora realiza todas las operaciones de venta en el exterior, sin el apoyo de ninguna intermediación. Lo cual implica que debe asumir los riesgos de esta operación; es decir, la empresa realiza la operación exportadora, bajo su nombre y responsabilidad, manteniendo el respectivo control operativo.

La empresa elige el mercado de interés, busca clientes, los contacta y realiza negociaciones con ellos. Luego de esta etapa, se realiza el envío de las mercancías y se procede a la cobranza de los bienes exportados.

Las ventas al exterior se pueden realizar, mediante dos alternativas:

- Establecimiento de filiales y oficinas en el exterior: su función es realizar la importación y la distribución de los productos.
- Envío de notas dirigidas a los potenciales compradores, mencionando los datos de la empresa y la oferta internacional de los productos.

b) Exportación indirecta

En este tipo de exportación, la empresa vende localmente los productos a otra, la cual se encarga del proceso de exportación, asumiendo los costos y riesgos que esto implique. Esta técnica es recomendada para las empresas de pequeña escala, que no cuentan con los recursos, infraestructura, y conocimientos básicos que les permita realizar por si mismas el proceso exportador.



Algunas ventajas de utilizar esta técnica:

- Se requiere de un monto menor en la inversión
- Recuperación a corto plazo (menor tiempo)
- Menor exposición a riesgos (no pago)
- Aumento de experiencia y conocimientos
- Mejora continua
- La exportación indirecta se puede realizar a través de:
 1. Representantes y/o agentes
 2. Distribuidores y concesionarios exclusivos
 3. Comisionista exportador
 4. Corredor o broker
 5. Consorcio de exportación
 6. Compañías de comercialización internacional o trading company
 7. Visitas personales al exterior
 8. Técnicas de exportación

2.3 Ventajas y riesgos de la exportación

Algunas de las razones por las que se decide exportar son:

- Tratar de disminuir el riesgo de colocar los productos en un solo mercado.
- Incrementar el volumen de ventas, ampliando el segmento de mercado cautivo.
- Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Buscar mayor rentabilidad en los mercados



internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.

- Mejorar la competitividad y calidad de los productos ofrecidos, ya que estas características mejoran considerablemente cuando la producción se adapta a los estándares internacionales.

Por otro lado, al incursionar en los mercados internacionales también pueden presentarse riesgos potenciales, tales como:

- **Capacidad productiva**

El pretender abarcar muchos mercados al mismo tiempo, sin considerar la capacidad de producción para atender las demandas de altos volúmenes.



- **Riesgos financieros**

Antes de cualquier negociación se debe investigar los contactos y solicitar referencias, ya que es posible que el exportador envíe la mercadería y no reciba el pago correspondiente.

- **Riesgos políticos**

Son aquellos que pueden darse debido a movimientos multitudinarios de la población, restricciones a la transferencia de divisas, restricciones sorpresivas a la importación de determinados productos, políticas de proteccionismo a productos locales, etc.

- **Cálculo erróneo de costos**

Si no se realiza un estudio de la competencia, es posible que no se alcance competitividad por un cálculo deficiente del costo y determinación del precio.

2.4 ¿Cómo determinar si la empresa está preparada para exportar?

Los recursos de los que dispone una empresa determina su potencial como exportadora, entre estos se encuentran:

- a) **Capacidad de producción.** Aptitud de organizar y programar la producción, que le permita cumplir con los compromisos que adquiere al ingresar al mercado internacional, para hacer frente a la demanda del mercado local y del mercado externo. Obteniendo costos competitivos y en un período adecuado.



- b) **Recurso humano.** La empresa debe disponer con una estructura organizativa que colabore y domine los mecanismos de exportación que forman parte en el desarrollo de negocios internacionales; por lo que se requiere de personal técnicamente capacitado, comprometido con el objetivo de internacionalizar la empresa.

- c) **Disponibilidad de recursos financieros.** La empresa debe contar con capital financiero para el desarrollo de negocios en el exterior, investigaciones de mercado y el período de recuperación de las ventas externas. Toda inversión toma tiempo para alcanzar el objetivo.
- d) **Objetivos y prioridades de la gerencia.** La empresa debe establecer objetivos claros en torno al desarrollo de las actividades de exportación. Es importante saber seleccionar y establecer un plazo de respuesta para todos aquellos puntos importantes que se consideren prioridad.
- e) **Producto competitivo.** Cuando un producto es altamente competitivo no es el mismo en todos los mercados, es conveniente identificar apropiadamente los elementos, como tecnología, costes de producción, valor de marca, entre otros que lo hace diferente de los demás.
- f) **Decisión de exportar.** Una vez que la empresa ha decidido invertir e iniciar con el proceso de exportación, debe tomar conciencia de la importancia de hacerlo. El equipo directivo debe ser firme en su desempeño, de manera que puedan superar las primeras fases que se convierten en la etapa más difícil de afrontar.

2.5 Criterios para la selección de mercados

Después de haber tomado la decisión de exportar, la empresa debe dirigirse hacia un mercado específico, en el que cuente con una demanda reducida que le permita satisfacer las necesidades de todo consumidor.

Estudiar el mercado objetivo implica investigar los mercados potenciales para su producto, sus condiciones y exigencias. Esta investigación de mercados debe ser rigurosa, porque de ella dependerá en gran medida el éxito o fracaso de la exportación. Para que las exportaciones sean exitosas, la empresa debe identificar los mercados de exportación más atractivos y accesibles, de acuerdo a sus posibilidades.

Debe considerarse:

- a) **Ubicación geográfica.** Es conveniente dirigirse a mercados más cercanos al país de exportación. Conocer y evaluar aspectos, tales como cultura, idioma, tradiciones, necesidades, gustos y preferencias.
- b) **Situación política y económica.** Un aspecto relevante al momento de seleccionar un mercado es escoger un país que muestre altos índices en estabilidad económica.



- c) **Tamaño del mercado.** Se debe seleccionar un mercado que cuente con un tamaño atractivo, beneficio que permite a la empresa cubrir la demanda existente.
- d) **Experiencia de empresas exportadoras.** La experiencia y el conocimiento brindado por otras empresas ayudan en el proceso de selección de mercados internacionales.
- e) **Limitaciones a la importación.** La empresa debe informarse y conocer el país objetivo, es importante conocer además las restricciones legales impuestas por los gobiernos y el acceso a esos compradores potenciales en el extranjero.

2.6 Aspectos que se deben considerar una vez seleccionado el mercado

Entre los aspectos a tener en cuenta una vez que se ha definido el mercado, son:

- a) **Producto.** Es importante investigar y comparar los productos ya existentes en el mercado seleccionado y los ofrecidos por la competencia, ya que es probable que para exportar se deba modificar empaque, embalaje o etiqueta para lograr la aceptación en los mercados internacionales.
- b) **Precio.** Es necesario tener en cuenta que nuestros precios tienen que estar alineados con los correspondientes de la competencia, y para un cálculo correcto, se debe tomar en cuenta aspectos como fletes internacionales, gastos de seguros, costos de producción y de adaptación de los productos, entre otros.
- c) **Competencia.** Se debe elaborar un análisis de la empresa local y extranjera que forman parte del mercado de interés, para identificar a los competidores importantes, su participación en el mercado, ubicación de los establecimientos, capacidad, planes, relación con los canales, tecnología disponible y relación con los proveedores.
- d) **Consumidores.** Se debe analizar la segmentación, la fidelidad de los consumidores hacia el producto, los motivos de compra y usos del producto, factores culturales o religiosos, el uso de los colores, las costumbres, los gustos y las modas, entre otros.
- e) **Canales de distribución.** Es importante definir cuál canal es el más adecuado para la correcta distribución del producto, las compañías que ofrecen servicio de transporte, costos promedio de transporte de carga, las formas frecuentes de comercialización de productos en el mercado seleccionado, etc.
- f) **Aspectos generales.** Es muy importante el conocimiento del idioma de trabajo, los servicios que ofrecen las entidades financieras, licencias o permisos de importación, requisitos fitosanitarios y zoonosanitarios, requerimientos especiales: ambientales, calidad, etc.

3. PROCESO DE EXPORTACIÓN DE UN PRODUCTO MADERABLE CON VALOR AGREGADO

3.1 Empresa maderera

Se debe contar con una empresa debidamente constituida y habilitada para exportar, para lo cual debe estar inscrita y contar con la licencia de funcionamiento habilitada. De igual manera con el registro de exportador. Asimismo, la empresa debe estar autorizada para la emisión de facturas comerciales y contar con el número de RUC.

3.2 Planeación de la exportación

Es necesario que la empresa maderera diseñe un plan de mercadeo internacional, el cual debe establecer objetivos y metas de exportación, indicando las estrategias y acciones a realizarse para penetrar y/o consolidar el mercado escogido. El plan debe contar con información sobre los productos de madera con valor agregado que ofrece la empresa y el mercado objetivo al que se pretende ingresar. De manera especial, la empresa debe asegurarse de contar con productos de calidad, garantizando una capacidad de producción que permita el cumplimiento del volumen de los pedidos y la debida continuidad en su entrega al mercado internacional. Es necesario contar con una clara descripción de las características del producto, estándares de calidad, volumen de madera, listado de paquetes, etiquetado, marca comercial y código de barras internacional, entre otras.

3.3 Implementación del plan de exportación

Etapa que comprende la ejecución del plan de mercadeo internacional. La implementación incluye la fijación de precios, el envío de muestras y las cotizaciones, así como los diferentes mecanismos promocionales, entre otros.

La empresa maderera inicia sus negociaciones en búsqueda de la mejor combinación de los términos comerciales que darán origen al contrato de compraventa internacional, haciendo más segura y rentable la operación.

El exportador puede contactarse directamente con el comprador (por correo electrónico), o a través de un “recibidor” (bróker), haciéndole llegar muestras de madera, listas de precios, costos de transporte, validez de la oferta y la factura proforma, en la cual se detallan todos los costos que inciden en el precio del producto maderable.



3.4 Transacción, contrato de compra venta

Si el importador (comprador) o bróker considera ventajosa la oferta, formaliza la compra a través de un contrato de compraventa internacional.

El contrato es el documento que estipula los derechos y obligaciones de cada una de las partes contratantes (exportador - importador o bróker), con relación a una determinada mercancía, convirtiéndose en un acto jurídico perfecto y la transacción absolutamente legal. Es importante que el contrato se ajuste a las necesidades de la empresa exportadora, especialmente las condiciones de pago y de entrega.

Los principales elementos del contrato son:

- Información del exportador e importador
- Condiciones de entrega - INCOTERMS
- Leyes aplicables al contrato
- Descripción del producto maderable, especificándose el peso, embalaje, calidad, cantidad, etc.
- Precio unitario por calidad y precio total
- Condiciones y plazos de pago
- Bancos que intervienen en la operación
- Documentos exigidos por el importador
- Plazo de entrega o de disponibilidad
- Modalidad de seguro (si fuera aplicable al producto)
- Modalidad de transporte y pago del flete
- Lugar de embarque y de desembarque
- Inclusión de los costos en el precio de la mercancía, para la obtención de documentos requeridos para la exportación
- Comisión de venta si se trata de un receptor (bróker).

3.5 Despacho de la mercancía

El exportador envía a la agencia de aduanas los documentos comerciales de embarque exigidos por el importador.

La agencia de aduanas o despachador oficial con base en la documentación recibida del exportador realiza los trámites ante ADUANAS solicitando la numeración de la declaración de exportación aduanera (DAE o FAUCA), documento oficial para regularizar la salida legal de las mercancías al exterior. Asimismo, la agencia de aduanas solicita a la agencia de carga el visto bueno de la orden de embarque y la numeración del “Bill of Lading” o “Airway Bill”.

La agencia de carga emite la numeración al conocimiento de embarque (Bill of Lading o Airway Bill), y solicita los servicios de traslado del producto a la nave o aeronave.



3.6 Cobranza

La agencia de aduanas entrega al exportador los documentos de embarque para que a su vez los remita a su banco y vía courier a su importador.

El banco del exportador (pagador) envía los documentos al banco emisor, si éste los encuentra conforme y procede al desembolso a la cuenta del exportador.

3.7 Seguimiento y medición de la satisfacción del cliente

Es importante el contacto con el cliente para verificar la satisfacción de la operación. Toda empresa exportadora debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. La medición de la satisfacción del cliente es una herramienta vital, en la que se considera la conformidad con los productos, el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes, así como también el precio y la entrega del producto. Algunas fuentes de información sobre la satisfacción del cliente son las quejas, cuestionarios y encuestas, etc.

El objetivo de la mejora continua, a nivel de la organización de la empresa exportadora, es precisamente incrementar la probabilidad de aumentar la satisfacción de sus clientes, luego el seguimiento que realice con ellos le ayudará a identificar oportunidades de mejora.

3.8 Diagrama del proceso de exportación

En la siguiente gráfica se presenta el diagrama del proceso de exportación.

Diagrama del proceso de exportación



3.9 Documentos para exportación

3.9.1 Factura comercial

Formato tradicional que estipula la dirección, teléfono, RUC, etc. de la empresa. Debe estar firmada por el exportador; además debe contener la cantidad y descripción del producto de madera y valor unitario y total.

Este documento debe presentarse ante la aduana, indicando el término comercial internacional de la negociación entre las partes.

S.A.C.		001- N° 000606	
Señor(es): <u>CICON TIMBER A/S</u>			
Dirección: <u>VIBORGVEJ 930 DK-8471 SABRA DENMARK</u>		Guía de Remisión: _____	
R.U.C.: <u>EXPORTACION</u>		Fecha de emisión: _____	
CANT.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	IMPORTE
23.003	M3 DE MADERA SHIHUAHUACO (CUMARU) DECKING S4S64E KD	FOB \$1,700	\$39,105.10
	FSC-100%		
	SW-COC-005263		
	SE ACOGE A DRAWBACK		
SON: TREINTA Y NUEVE MIL CINTO CINCO CON 10/100 DOLARES AMERICANOS			
IMPRENTA MOLICOPIAS EIRL RUC 20507313591 Telefax: 368-1385 Serie: 001 del 0201 al 0700 Aut.: 5267890023 F.J.: 19-01-07		CANCELADO Lima, de del 200.....	
		SUB - TOTAL	\$39,105.10
		I.G.V. %	
		TOTAL	\$39,105.10
COPIA SIN DERECHO A CREDITO FISCAL DEL I.G.V.			SUNAT

3.9.2 Booking

El booking es el documento que se tramita directamente con las navieras, en ésta se debe detallar el tamaño del contenedor (40 o 20 pies de largo); el puerto de destino y si el flete es cancelado por el exportador o importador.

**MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY DEL PERU S.A.C.**

Av. Alvarez Calderón 185 - Of. 501 - San Isidro - Lima 27 - Perú
 Tel: +511 221-7561 / Fax: +511 221-7584
 E-MAIL: mscperu@mscperu.net / WEBSITE: http://www.mscgva.ch

BOOKING NOTE Nr: 103911/2012**Embarcador: CONTINENTAL GLOBAL LOGISTICS SAC****Contacto: ENRIQUE LLONTOP****Solicitado por:****Consignatario: V-TRANS DOMINICANA, S.R.L.****Fecha de Emision de Booking: ene 17,2012****PLAN DE EMBARQUE**

NAVE / VIAJE:	CAPE RACE 1202R	ETA:	21/Enero/2012
Puerto de Embarque:	CALLAO (Perú)	ETB:	22/01/2012
Puerto de Descarga:	RIO HAINA, DOMINICAN REPUBLI	Destino Final:	//
Modo de Transporte:	FCL/FCL	Terminal:	LICSA

Producto:	MADERA	IMO class:	0.00	No.UN:	
Cantidad de Equipos:	2	Tamaño/Tipo de contenedor:	40' HIGH CUBE		
Peso Maximo x Contenedor:	28.00 Por 2				
En ningún caso deben exceder el peso indicado en la placa (payload) del contenedor asignado, en caso contrario la unidad no será embarcada.			Peso total de la carga:	56.00	En 2 x 40' HIGH CUBE

Detalles de Carga Refrigerada:

Temperatura (en °C):	0.00	No.de sensores:	
Humedad:		Atmosfera controlada(C/A):	
Ventilación:		Dióxido de carbono:	
Tratamiento de frio (C/T):			

Detalle de Flete**FRT COLLECT AS PER AGREEMENT****Condicion de Pago:**

Conforme está estipulado en el Conocimiento de Embarque (B/L), se hace notar que el embarcador es solidariamente responsable del pago de flete y demás gastos incluso cuando se trate de flete "collect".

3.9.3 Lista de paquetes (packing list)

Documento que muestra la cantidad de bultos embarcados, peso, volumen y descripciones de la mercancía de cómo se despacha: paletas, cajas, bultos, etc.

Product:	Decking S4S E4E	
Quality:	Clear S4S KD - T/G	
Species:	Cumaru (Shihuahuaco)	
Thickness:	19 mm	
Widths:	90 mm	
Length:	1800 - 4200 mm	

Paq	Espesor	Ancho	Largo	Cantidad	M 3
1	19	90	1800	20	0.062
	19	90	2100	72	0.259
	19	90	2400	40	0.164
	19	90	2700	196	0.905
	19	90	3000	192	0.985
	19	90	3300	40	0.226
	19	90	3600	20	0.123
	19	90	3900	20	0.133
				8	0.057
				608	2.914
2	19	90	1800	10	0.031
	19	90	2100	122	0.438
	19	90	2400	192	0.788
	19	90	2700	4	0.018
	19	90	3000	192	0.985
	19	90	3300	70	0.395
	19	90	3600	10	0.062
				8	0.057
				608	2.774
3	19	90	1800	10	0.031
	19	90	2100	258	0.926
	19	90	2400	182	0.747
	19	90	2700	32	0.148
	19	90	3000	182	0.934
	19	90	3300	80	0.451
	19	90	3600	10	0.062
				8	0.057
				762	3.356
4	19	90	1800	12	0.037
	19	90	2100	307	1.102
	19	90	2400	11	0.045
	19	90	2700	128	0.591
	19	90	3000	46	0.236
	19	90	3300	11	0.062
	19	90	3600	131	0.806
	19	90	3900	12	0.080
				56	0.402
				714	3.362
Total M3				3963	18.796

3.9.4 Documento de transporte (guía de transporte forestal)

Es el documento que certifica la procedencia de la madera y sustenta los volúmenes de madera utilizados para el producto maderable.

GOBIERNO REGIONAL DE MADRE DE DIOS "Programa Regional de Manejo de Recursos Forestales y Fauna Silvestre"		GUIA DE TRANSPORTE FORESTAL			
Administración Técnica Forestal y de Fauna Silvestre TAMBOPATA MANU Fecha de Expedición: 18/11/2011		17 N° 129389 Agencia: ARS-01-Sede Tambopata Fecha de Vencimiento: 25/11/2011			
Contrato N°: 17-TAH/C-2-050-02 Departamento: Madre De Dios Titular del Contrato y/o Permiso: Nilda Madelaine Espinoza Lopez RUC / RUS N°: 10098408792	Permiso N°: Provincia: Taboambato Dirección: Mz C 14-a Parcela 01	N° Guía y/o Lista de Trozas: 017129389 Distrito: Tarma LE/DNI N°:	Fecha: 2010-12-29 Distrito: Tarma LE/DNI N°:		
Propietario del Producto: Corporación Forestal Claudia Sac RUC/RUS N°: 20511993670	Dirección: Av. A. Avalino Cáceres N° 4.5	LE/DNI N°: 511993670 LE/DNI N°: 511993670	LE/DNI N°: 511993670 LE/DNI N°: 511993670		
Destinatario: Corporación Forestal Claudia Sac RUC/RUS N°: 20511993670 Departamento: Lima Provincia: Lima	Dirección: Soc. Colonizadores Tablada De Cerro Negro Distrito: Villa El Salvador				
Pagos Efectuados por el Extractor: FA:013-005985(S/.18.00) Producto al Estado Natural / Recibo N°: pago por concesion Canon de Reforestación / Recibo N°:		Monto S/: Monto S/: Vehículo Placa N°: 11-8528/XH-1188 Licencia N°: 0-08310655			
Tipo de Transporte: Terrestre Conductor: Osorio Niginio Bernardo Calisto N° Guía y/o Lista de Trozas: 017037089 Detalle del Producto:		Licencia N°: 0-08310655			
Código	Nombre Comercial	Forma de Embalaje del Producto		Cantidad	
		Descripción	Cantidad	Unidad de Medida	Total
	Shikualuco / Madera Corta / Koumarouma odorata	Piezas	2326	m³	6.254
GOBIERNO REGIONAL MADRE DE DIOS PROGRAMA REGIONAL DE MANEJO DE RECURSOS FORESTALES Y FAUNA SILVESTRE P.C.F. LA PASTORA N° Reg. 1406/115354 Hora: 10:30 hrs Fecha: 21-10-2011 Responsable: A. Coronel		MINISTERIO DE AGRICULTURA ADMINISTRACIÓN TÉCNICA FORESTAL Y DE FAUNA SILVESTRE SEDE LIMA PUESTO DE CONTROL de PUCUSANA Fecha: 27/11/11 Inspector: Morocco Hora: 1:45			
Sor: SE13 Y 254/1000 m³		2326			6.254
Observaciones: YA CON WFF-002-000543/FACT-0001-000722/0788/0790/0791/0793/0799					
Peso de la Carga: 0.000 Despachado por: Angelina Prado Heyra (Nombre y Apellido)		Autorizado por: Autorizado por:			

3.9.5 Certificado de origen

El certificado de origen es un documento necesario para la liberación de la carga en el puerto de destino y es emitido por la Cámara de Comercio y/o ADEX.



CCL

CERTIFICATE OF ORIGIN

N° 00225

The LIMA CHAMBER OF COMMERCE, certifies that the goods detailed here, exported by
to RIO HAINÁ - REPUBLICA DOMINICANA by
VESSEL CAPE RACE 1202R from CALLAO, PERU according to BILL OF LADING N°
094-110258 dated January 24, 2012 are of Peruvian origin.

MARKS AND NUMBER OF PACKAGES	DESCRIPTION OF GOODS	WEIGHT
16 PACKAGES	SAWNED WOOD OF SHIHUAHAUCO AD	53,910 KGS

Issued in LIMA (PERU) on January 27,



ADOLFO ORELLANA AGUILAR
Centro de Asesoría y Certificación



Signature of authorized signatory



Signature of Chamber of Commerce

Sede Principal: Av. General G. García 853, Of. 601 Galería Plaza - La Victoria T. 219 1843
 Oficina Guayaquil: J. Gamero 853, Of. 601 Galería Plaza - La Victoria T. 219 1843
 Oficina Los Olivos: Av. Alfredo Mendelsohn 3813 - 3815 - Los Olivos T. 219 1843
 Oficina Callao - Centro Adre Comercio: Av. Elmer Faucett s/n, Of. 221, 1664 "W"
 (frente al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez) T. 219 1843
www.camaralima.org.pe

3.9.7 Certificado de fumigación

El certificado de fumigación es emitido por una empresa privada de fumigación, la carga es fumigada dentro del contenedor.




FUMIGACIONES S.R.Ltda
Mz. "J" Lt 6 Urb. Aprovisa - La Molina
Telf.: 3496757 / 998153488

CERTIFICADO A 658

EXP...

Se certifica haber llevado acabo el servicio de FUMIGACION
el día 12 de Diciembre del 2014 a horas 18:00

El Profesional que suscribe en representación de la Compañía de Fumigaciones, CLEANING HOUSE FUMIGACIONES S.R.Ltda., con autorización de persona jurídica que ejecutan tratamientos químicos con fines Fitosanitarios REG-SCV/TQ-03 - Nº 006-2012-AG-SENASA-D8V-8CV, certifica:

PRODUCTO TRATADO	CUMARU DECKING		
PESO	69,550.00 KG	CANTIDAD	39 PAQUETES
VAPOR	MSC SARISKA UW448B		
PROCEDENCIA	CALLAO-PERU	DESTINO	FOS-SUR-MER-FRANCIA
PROD. QUIMICO	PHOSPHINE (FOSFURO DE ALUMINIO) PH3		
DOSIS	3GR/M3	TEMPERATURA 24 ° C.	
TIEMPO DE EXPOSICION	72:00 HORAS	VENTILACION	06:00 HORAS
ALMACEN	APM TERMINAS INLAND SERVICES S.A.C.		
EXPORTADOR	PIETRA FORESTAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
IMPORTADOR	ETABLISSEMENTS PIERRE HENRY ET FILS		
AGENCIA DE ADUANA	CORPORACION LA NOIRE SAC		

CONTENEDOR: 03x40 PRECINTO
 DFSU 8501890 003487/FEJ5271758 Lima 18 de Diciembre del 2014
 MEDU 8588251 003488/FEJ5271759
 TCNU 8018723 003489/FEJ5271760

3.10 Incoterms

El comercio internacional ha venido en constante crecimiento y para tratar de disminuir malentendidos entre las partes firmantes de un contrato de compraventa internacional, la Cámara de Comercio Internacional creó una serie de términos para delimitar las obligaciones de compradores y vendedores llamados incoterms

Estos son importantes porque regulan:

- a) La entrega de la mercancía
- b) Transferencia de riesgos
- c) Distribución de gastos
- d) Trámites documentales

Estas reglas son de aceptación voluntaria por cada una de las partes y pueden ser incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Condiciones que se debe tomar en cuenta en los incoterms:

- a) Lugar de entrega de la mercancía
- b) Pago de los fletes, locales e internacionales
- c) Pago de seguros
- d) Pago de las operaciones de estiba (carga y descarga)
- e) Tramitación aduanera
- f) Pago de derechos e impuestos, de exportación e importación
- g) Pago de licencias
- h) Documentación
- i) Otros, tales como inspecciones, comunicaciones telefónicas, mensajes electrónicos, etc.

A continuación se describe el incoterm utilizado por los exportadores de madera, pues se ajusta a las necesidades de estas empresas por las condiciones y el producto exportado.

FOB - free on Board: Franco a bordo (...puerto de carga convenido)

El vendedor cumple su responsabilidad de entregar la mercancía cuando ésta sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido y sin el pago del flete.

El vendedor está obligado a despachar la mercancía en aduana de exportación.

Este término solo puede usarse para transporte por mar o por vías navegables interiores.

3.11 Consideraciones complementarias

3.11.1 Seguros de carga

El propósito del seguro de carga es proteger los intereses financieros del dueño de la carga mientras esté expuesta a riesgos de transporte. Los transportistas aéreos y marítimos brindan una cobertura limitada mientras la carga esté en sus manos. El seguro de carga exige un conocimiento de embarque, que especifique la responsabilidad que asume el transportista. Cuando un exportador presenta un reclamo contra un transportista, debe probar que éste es directamente responsable por la pérdida. Estos seguros se pueden gestionar con el despachador de carga o con una empresa especializada en asegurar cargas (aérea y marítima).

3.11.2 Medios de pago internacional

Carta de crédito. Es el instrumento que formaliza el acuerdo en virtud del cual un banco, actuando a solicitud de un importador y de conformidad con sus instrucciones, se compromete a efectuar el pago a un exportador, contra la presentación de una serie de documentos exigidos dentro de un tiempo límite especificado, siempre y cuando se hayan cumplido los términos y condiciones previstos en el crédito. Por lo general, el importador requiere tener una línea de crédito con el banco o hacer la provisión de fondos necesarios a fin de tramitar el crédito.

Por medio de este contrato, dirigido a personas físicas, el banco se obliga por cuenta del importador a pagar a su proveedor una determinada suma de dinero por la compra de productos o servicios, siempre y cuando se cumplan las condiciones y términos establecidos, asegurando la recepción de los documentos correspondientes a la transacción.

Beneficios:

- Mecanismo aceptado mundialmente para operaciones de importación y exportación
- Se rige por leyes internacionales que unifican criterios e interpretaciones
- Garantiza el cumplimiento de pedidos
- Garantiza el pago de la venta/compra de mercancías entre el importador y exportador
- Instrumento de garantía para financiamiento pre y/o post embarque
- Disponibilidad de comprobante de todas las comisiones y gastos
- Revisión de documentos para asegurar que se ciñen al contrato
- Información oportuna y veraz sobre el estado de cuenta de sus operaciones en créditos comerciales.

4. PRESUPUESTO

A continuación se presenta un presupuesto, en cuanto a servicios de secado, moldurado y de exportación para un producto maderable con valor agregado (decking s4s e4e seco al horno), en moneda nacional. Tasa de cambio referencial: S/. 3,16 por dólar americano.

1. Secado de madera				
Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total S/.
Servicio de secado de madera	Pt	8500	0,50	4 250,00
Servicio de envarillado y desenvarillado	Pt	8500	0,10	850,00
Subtotal				S/. 5 100,00
2. Moldurado de madera				
Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total S/.
Servicio de moldurado	Pt	8500	0,30	2 550,00
Subtotal				S/. 2 550,00
3. Armado y enzunchado de paquetes				
Materiales, equipos y actividades	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total S/.
Flejes de acero (zuncho) para embalaje, color negro, grado standard, pintado y encerado	kg	38 (rollo)	4,50	171,00
Grapa de acero de 3/4" para embalaje	Millar	1	42,00	42,00
Esquineros metálicos para embalaje	Millar	1	70,00	70,00
Mano de obra	Día	2	100,00	200,00
Subtotal				S/. 483,00
4. Elaboración del packing list				
Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total S/.
Elaboración de packing list (Excel)	Unidad	1	250,00	250,00
Subtotal				S/. 250,00
5. Transporte de paquetes: carga suelta a puerto de embarque – Callao				
Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total S/.
Transporte de paquetes - carga suelta a almacén – Callao	1	1	7 500,00	7 500,00
Subtotal				S/. 7 500,00
Alquiler de almacén - ALCONSA/DPW				
Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total
Alquiler de almacén – ALCONSA/DPW	Día	5	100,00	500,00
Subtotal				S/. 500,00
Servicio de enzunchado y embalado final de paquetes				
Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total
Compra de tacos certificados	U	24	20,00	480,00
Servicio de enzunchado y embalado final de paquetes	Paq.	6	50,00	300,00
Subtotal				S/. 780,00

Trámite del permiso de exportación				
Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total
Derecho de pago 5% UIT según TUPA	UIT	0,05	3 800,00	190,00
Trámite del certificado de exportación	U	1	250,00	250,00
Subtotal				S/. 440,00

Gastos de trámites aduaneros y de agencia aduanera

Gastos trámites aduaneros:

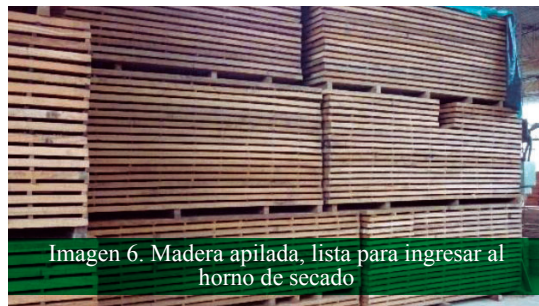
Trámite TUPA exportación	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total S/.
BOX FEE	U	1	105,2	105,2
Documentos fee	U	1	103,5	103,5
Transmisión bl	U	1	50,00	50,00
Derechos de embarque	U	1	112,00	112,00
Manipuleo	U	1	118,00	118,00
Transferencia	U	1	75,00	75,00
SENASA-inspección sanitaria	U	1	65,00	65,00
Gremios marítimos	U	1	107,60	107,60
IGV				132,53
Subtotal				S/. 868,83
Subtotal				S/. 2 432,72

Gastos de agencia aduanera:

TRÁMITES	Unidad	Cantidad	Costo Unit. S/.	Total S/.
Gastos operativos por contenedor	U	1	32	32
Comisión mínima	U	1	320	320
Precinto adicional	U	1	9	9
Documentos de embarque contenedor	U	1	64	64
Conducc transporte almacen-terminal	U	1	600	600
Trámite SENASA	U	1	150	150
Precinto aduana	U	1	9	9
IGV			213,12	
Subtotal				1 397,12
Total trámite – agencia aduanera				S/. 3 829,84

Costo sub total general	S/.	21 432,84
Otros (10%)	S/.	2 143,28
TOTAL GENERAL	S/.	23 576,12

PANEL FOTOGRÁFICO



PANEL FOTOGRÁFICO



Imagen 9. Paquetes enzunchados de Iihpingo



Imagen 10. Cargado y despacho de paquetes al puerto del Callao



Imagen 11. Producto terminado decking S4S E4E KD - PFP SAC



Imagen 12. Armado y enzunchado de paquetes decking S4S E4E KD PFP SAC



Imagen 13. Acopio de paquetes armados decking S4S E4E KD PFP SAC



Imagen 14. Transporte de paquetes. Carga suelta desde PFP SAC hasta almacén de puerto Callao



Imagen 15. Llenado de paquetes al contenedor de 40' HC. En almacén Alconsa



Imagen 16. Cerrado de contenedores llenos y sellados con los precintos de: Línea y Naviera



**CAMARA
NACIONAL
FORESTAL**

Email: cnf@cnf.org.pe

www.cnf.org.pe

Oficina central

Ramón Dagnino 369 - Jesús María, Lima 11 - Perú

Tel. 01-6516197

Oficina Ucayali

Jr. Libertad 218-222

Pucallpa

Oficina Madre de Dios

Av. La Joya 167

Los Castaños

Puerto Maldonado

Oficina Arequipa

Calle Justo Ismodes 117

Urb. Guardia Civil,

Paucarpata