

PERÚ:

PLAN ESTRATEGICO
NACIONAL EXPORTADOR
2003 - 2013
(PENX)

PLAN
OPERATIVO
EXPORTADOR
DEL SECTOR
SERVICIOS

Febrero de 2005

I N D I C E

Palabras del Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Doctor Alfredo Ferrero
Palabras del Viceministro de Comercio Exterior y Turismo, Doctor Pablo de la Flor
Palabras de las Instituciones Representantes de la Comisión Multisectorial Permanente del PENX

Introducción

I. Enfoque de Competitividad	11
1. Competitividad Sistémica	11
2. Diamante de la Competitividad de Servicios en el Perú	12
3. Condición de la Demanda	15
4. Estrategia, Estructura y Competencia de las Empresas	16
5. Sectores Afines y Auxiliares	19
II. Vocación Exportadora Peruana	20
1. Dinámica Exportadora Global	20
2. Dinámica Exportadora Peruana	24
III. Análisis de la Demanda Peruana	26
1. Dinámica Importadora Global	26
2. Dinámica Importadora Peruana	27
IV. Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX)	29
1. Plan Operativo Exportador del Sector Servicios	29
2. Políticas, Objetivos y Tareas	31
V. Vocación Exportadora de Servicios	36
VI. Bibliografía	37

Palabras del Ministro de Comercio Exterior y Turismo

Dr. Alfredo Ferrero



Continuando con el desarrollo de las políticas y estrategias enmarcadas en el PENX, en donde venimos priorizando importantes sectores de exportación que serán la fuente de una nueva oferta exportable para el país, hemos consensuado con el sector público y privado el plan operativo exportador del sector servicios.

Algunos datos que podemos dar a conocer sobre los servicios reflejan el gran potencial que tiene dentro del comercio exterior peruano:

Las exportaciones peruanas de servicios comerciales (servicios de transporte, viajes, etc.) alcanzaron los US\$ 1.679 millones en el 2003, lo cual significa una participación del 3 por ciento del total de las exportaciones latinoamericanas.

A nivel mundial, la participación del rubro denominado otros servicios comerciales, es decir, servicios de comunicación, construcción, seguros, financieros, información y computación y todo tipo de servicios de negocios, ha aumentado durante los últimos años hasta alcanzar la cifra de US\$ 739 mil millones, es decir, un 47 por ciento del total de las exportaciones de servicios comerciales

En ese sentido, ante una creciente competencia mundial es imprescindible estar preparados y aprovechar las oportunidades y beneficios del comercio internacional, no sólo de bienes sino también del sector servicios.

Mirando hacia el futuro podemos mencionar que la exportación de servicios pasará a representar el 50% del comercio mundial en el año 2020, lo cual implica para nuestro país aprovechar el reto de ir desarrollando un proceso tecnológico que acelere nuestro comercio de servicios e impulse su competitividad.

Los países desarrollados son los principales contribuyentes al rubro de exportaciones de servicios, dado el evidente y creciente nivel de inversiones que dirigen hacia dicho sector incrementando su productividad, eficiencia y las sinergias al interior del proceso.

Conscientes de ello, el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) priorizó este sector, formulando el presente plan operativo que destaca 51 acciones fundamentales para el sector público y privado con miras a convertir al sector servicios en una fuente de nueva oferta exportable, competitiva y con valor agregado.

El MINCETUR, tiene la tarea fundamental de desarrollar y trabajar en políticas de exportaciones que promuevan una nueva oferta exportable de bienes y servicios. Por ello, el trabajo plasmado en este plan operativo es fundamental para impulsar nuestras fortalezas existentes en distintos subsectores de esta actividad, tales como el software, consultoría e ingeniería, salud, consultoría empresarial, franquicias, mantenimiento de naves y aeronaves y servicios ambientales entre otros.

Con un lema único de "Sí se puede" queremos convertir al Perú en un país exportador de servicios con una oferta creciente y diversificada en los más importantes mercados internacionales de destino.

Palabras del ViceMinistro de Comercio Exterior

Dr. Pablo de la Flor



Con el objetivo de desarrollar la oferta exportable peruana con valor agregado en el sector servicios, así como buscar acciones y propuestas específicas para su crecimiento en los mercados internacionales, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) ha visto la necesidad de iniciar un trabajo coordinado en el marco del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) a través del lanzamiento oficial de un Plan Operativo Exportador para el sector Servicios.

Dicho plan, es un esfuerzo de una serie de instituciones del sector público y privado comprometido con el desarrollo a largo plazo de este importante sector.

Por ello, cada actor involucrado en esta tarea tiene una serie de responsabilidades que han sido consensuadas y validadas en la Comisión

Permanente del PENX; lo que significa que tenemos una "Hoja de Ruta" para convertir al sector servicios en una fuente de nueva oferta exportable, competitiva y con valor agregado.

Se busca mejorar y crear condiciones de competitividad, fortalecer e impulsar la institucionalidad y desarrollar la oferta exportable y el acceso a los mercados internacionales.

Cabe señalar que el sector servicios tiene un importante rol dentro de la economía del Perú, contribuye con más de la mitad del PBI y genera más del 70% de la PEA.

El Plan Operativo Exportador del Sector Servicios plantea a toda la comunidad sectorial, la realización de un trabajo conjunto, articulado y consistente para asumir el reto de llevar adelante una estrategia que acelere el proceso para que el Perú se convierta en el protagonista de la comercialización de servicios a escala internacional.

No cabe duda que este Plan refleja un primer paso para constituir un trabajo organizado e integral con todos los agentes del sector, así como la importancia de las exportaciones de servicios dentro del comercio mundial y la contribución de este sector dentro de la economía del Perú.

Palabras de los Representantes de la Comisión Multisectorial Permanente

Presidencia del Consejo de Ministros y Consejo Nacional de Competitividad

“Tenemos la expectativa que el Plan Operativo Exportador del Sector Servicios contribuya a aumentar la oferta exportable de servicios peruana tomando en cuenta la necesidad de transformar al Perú en una economía basada en el conocimiento, potenciando su capital humano para competir en el cambiante mercado global».

Sociedad Nacional de Industrias

“La elaboración del Plan Operativo Exportador del Sector Servicios reconoce la importancia y oportunidades que tiene esta actividad para el desarrollo del empresariado peruano. Con el Plan Operativo se potencia las ventajas comparativas que permitirán en el mediano plazo alcanzar una mayor participación en los mercados mundiales contribuyendo a la generación de puestos de trabajo y de divisas.

El Plan Operativo es el resultado del trabajo conjunto, articulado y consistente. Con la participación de todos los integrantes del sector, se logrará el crecimiento y desarrollo sostenido de las exportaciones.”

Cámara de Comercio de Lima

“Tenemos la oportunidad de presentar un nuevo Plan Operativo, esta vez para el Sector Servicios, el cual permitirá dentro de la política de los Planes Operativos y Regionales de Exportación, impulsar la comercialización de Servicios hacia el Exterior.

Una muestra más de como cuando el Sector Privado y Publico trabajan en conjunto compartiendo experiencias así como políticas de desarrollo de país, es posible incrementar nuestras exportaciones como se hace ya en otros sectores.

Estamos complacidos de haber participado en este otro plan el cual estamos seguros traerá beneficios de creación de más puestos de trabajo, tecnología y divisas para nuestro país.”

COMEX PERU

«Esperamos que este plan establezca medidas que permitan liberalizar el mercado de servicios y que faciliten el crecimiento del sector. Consideramos que para que estos objetivos se concreten es fundamental que este proceso se realice a través de medidas que faciliten la producción y comercio de servicios y no de exoneraciones tributarias. Así, no sólo contaremos con una mayor fuente de generación de empleo por el desarrollo competitivo del sector, sino que además se permitirá que los demás sectores, consumidores de servicios, se beneficien de una mayor y mejor oferta de los mismos y así puedan competir con mayor eficiencia en el mercado nacional e internacional.»

ADEX

“El Plan Operativo de Exportador del Sector Servicios, da en marco necesario para el desarrollo de una actividad exportadora de importantísimo valor agregado y por tanto de generación de riqueza.

Vemos en este sector una fuente importante de futuro crecimiento de nuestras exportaciones.

La Participación del sector público y privado es vital para el éxito de este trabajo trascendental dentro del marco del PENX.”

PROMPEX

“Nuestro país no solamente exporta productos provenientes de sus recursos mineros, agropecuarios o pesqueros, existe también una importante oferta exportable caracterizada por su intangibilidad, cuya principal materia prima es el capital humano. Nos referimos al sector servicios, que actualmente contribuye con el 16% del total de las exportaciones peruanas¹ que emplea a más del 70% de la PEA² y contribuye con más del 50% del PBI³.

¹ Fuente: Balanza de Pagos del BCRP

² Fuente: INEI

³ Fuente: BCRP

Somos conscientes de que el Perú tiene la capacidad de conquistar un espacio en el mercado internacional ofertando servicios competitivos, no hay duda de ello. Nuestros profesionales en ingeniería, medicina y gestión de negocios, entre otros han obtenido un merecido reconocimiento en distintos mercados del mundo.

PROMPEX ha tomado la firme decisión de apoyar a este sector, con el lanzamiento del Programa de Promoción de Exportaciones de Servicios e igualmente ha colaborado en la formulación del Plan Operativo Exportador del Sector Servicios correspondiente al PENX. Se trata de un trabajo coordinado entre el sector público y privado para generar un espacio de competitividad, institucionalidad y promoción de las exportaciones de servicios.

*Esta es una tarea de todos. Debemos trabajar para convertir al sector servicios en una fuente permanente de nueva oferta exportable, para ello uno de los aspectos importantes que se debe abordar es la aplicación de mecanismos de facilitación, tanto en el ámbito legal – tributario, como en el de infraestructura y financiamiento. El documento que ahora ponemos a su alcance: el **Plan Operativo Exportador del Sector Servicios** es una herramienta básica y oportuna que permitirá fijar el nuevo horizonte para el desarrollo e impulso de las exportaciones peruanas.*

Ministerio de Relaciones Exteriores

«En esta oportunidad nos complace muy especialmente resaltar el esfuerzo conjunto de todas las instituciones públicas, entre las que se encuentra el Ministerio de Relaciones Exteriores, y privadas que han podido llevar a buen término este Plan Operativo Exportador del Sector Servicios. Es precisamente una de las áreas en las cuales el Perú tiene un gran potencial de desarrollo. La Cancillería desde su rol de apoyo en los mercados externos está como siempre presente y dispuesta a apoyar al engrandecimiento de este sector.»

Ministerio de Economía y Finanzas

“Las exportaciones con valor agregado constituyen un eje de desarrollo económico primordial para el Perú, para lo cual el sector público conjuntamente con el sector privado deben unir esfuerzos para presentar una estrategia eficiente en la promoción de los servicios de exportación, permitiendo orientar nuestros esfuerzos hacia exportaciones de servicios con alto valor agregado, generando un mayor nivel de empleo e incrementando la articulación en el sector servicios.”

Ministerio de Transportes y Comunicaciones

“El Ministerio de Transportes y Comunicaciones está comprometido en un franco proceso de desarrollo de la Infraestructura y mejora de los servicios asociados al Sector. Esto permitirá en el mediano plazo una sustancial mejora de la capacidad competitiva del Comercio Exterior.

En el 2005, el MTC concluirá la elaboración del Plan Intermodal de Transporte para los próximos 20 años y dará inicio a varias iniciativas concretas para reducir los costos logísticos, lo que permitirá afrontar el reto de contar con una logística más competitiva, tal como lo establece el Plan Operativo Exportador del Sector Servicios.”

Ministerio de la Producción

“El sector servicios es en el mundo uno de los principales generadores de divisas, empleo e inversión privada. El Perú no puede estar ajeno a esta realidad y a medida que sea mayor la competencia en el mercado de bienes lo único que podrá diferenciarnos será la calidad de los servicios que ofrezcamos. Existe un gran potencial de desarrollo en áreas como el software, consultoría e ingeniería, salud, entre otros. El Plan Operativo Exportador del Sector Servicios establece las pautas para crear condiciones favorables para Convertir al sector servicios en una fuente de nueva oferta exportable, competitiva y con valor agregado.”

Introducción

El Plan Operativo Exportador del Sector Servicios (POS) cuya Estrategia General es la de *convertir al sector servicios en una fuente de nueva oferta exportable, competitiva y con valor agregado*, comprende tres acciones de Políticas, 17 objetivos específicos y 51 tareas a implementarse por parte de actores del sector público y privado vinculados a dicho rubro exportador.

Planteando la realización de un trabajo conjunto, articulado y consistente para llevar adelante una estrategia ambiciosa que acelere el proceso de conversión del Perú en protagonista de la comercialización de servicios a escala internacional.

El sector servicios tiene un importante rol dentro de la economía del Perú, ya que contribuye con más de la mitad del PBI y genera más del 70% de la PEA. Los servicios representan un importante potencial exportador debido a sus características de intangibilidad y competitividad, por lo que puede generar divisas, empleo y desarrollo empresarial.

El comercio de servicios representa el 20% de las exportaciones mundiales. La globalización y el desarrollo tecnológico han permitido conocer el gran potencial que tiene la exportación de servicios.

Las exportaciones peruanas de servicios comerciales alcanzaron los US\$ 1.679 millones en el año 2003, representando el 16% de las exportaciones totales peruanas, asimismo tuvo una participación del 3% del total de las exportaciones latinoamericanas.

Contamos con capital humano talentoso y capaz de ofertar servicios competitivos en el mercado internacional, como por ejemplo: software, consultoría e ingeniería, salud, consultoría empresarial, franquicias, servicios logísticos, servicios ambientales, entre otros.

El presente documento, pone en evidencia la relevancia de las exportaciones de servicios dentro del comercio mundial y la contribución de este sector dentro de la economía del Perú.

PLAN OPERATIVO EXPORTADOR DEL SECTOR SERVICIOS DIAGNOSTICO

I. ENFOQUE DE COMPETITIVIDAD

1. Competitividad Sistémica

El Plan Operativo Exportador del Sector Servicios plantea a toda la comunidad sectorial la realización de un trabajo conjunto, articulado y consistente para asumir el reto de llevar adelante una estrategia ambiciosa, que acelere el proceso para que el Perú se convierta en protagonista de la comercialización de servicios a escala internacional.

El compromiso de un trabajo conjunto es crucial porque sólo hay posibilidad de alcanzar el éxito exportador fortaleciendo la competitividad sectorial interna, la cual recae en la capacidad del sector para innovar y mejorar continuamente. Ello sólo puede lograrse involucrando y comprometiéndolo a todos los actores institucionales relevantes, vinculados directa o indirectamente al sector.

Esta visión sistémica parte de la premisa de que la competitividad de las empresas exportadoras del sector depende de la posibilidad de acumular 'capital sistémico' como resultado de la confluencia de un conjunto de capitales intangibles macroeconómicos, regionales y extra-regionales.

Se entiende por competitividad en servicios a la capacidad del sector para competir de igual a igual con las principales empresas del mundo prestadoras de servicios, en costos o diferenciación; y para servir con los productos más solicitados por el mercado mundial, con las características y condiciones más demandadas (preferencias del consumidor).

La proyección al mercado interno de los servicios sirve para incrementar la competencia en el sector, estableciéndose una plataforma para la innovación y mejora continua, las cuales incidirán en elevar su productividad, con el resultado de un sector más competitivo a nivel global y, con ello, la oportunidad de expandirse mediante exportaciones.

El capital sistémico sectorial es resultante de diez capitales pilares de la competitividad:



Fuente: PRODUCE

Elaboración: MAXIMIXE

Para impulsar la construcción de capital sistémico del sector servicios es preciso comprometer a todos los actores vinculados, directa o indirectamente, con el comercio exterior sectorial, en la formulación, ejecución y monitoreo del plan.

Asimismo, se requiere construir capital sistémico a nivel de cada servicio a ser priorizado, para lo cual es imprescindible identificar y desarrollar cadenas productivas con los actores específicos vinculados a dichos servicios, sobre la base de acuerdos de competitividad.

2. Diamante de la Competitividad de Servicios en el Perú

1. Contexto Macroeconómico

- El sector servicios tiene un importante rol dentro de la economía del Perú, contribuye con más de la mitad del PBI y genera más del 70% de la PEA.
- Las exportaciones de servicios representan el 2,6% del PIB y el 16% de las ventas totales al exterior.
- La tasa de crecimiento de las exportaciones de servicios durante la década 1992-2002 fue más alta que el promedio mundial y latinoamericano.
- El 86% de la inversión extranjera ha sido orientada hacia sectores de servicios tradicionales (finanzas, comunicaciones y energía).

2. Condiciones de los Factores

- Recursos Naturales

El Perú es un país rico en recursos naturales, particularmente en minerales como cobre, oro, plata, zinc y plomo, en gas natural y pesca, así como en una agricultura con un potencial enorme, sustentada en una rica biodiversidad. Todos estos sectores son potenciales demandantes de servicios especializados, por lo que pueden brindar una base para impulsar proyectos de desarrollo de servicios con alcance exportador.

- Recursos Humanos

Indicador	Perú	L.A.	OECD
Población aprox. (2003) en millones	27,1	242	410
Tasa de crecimiento poblacional-var.% 2003	1,46%	n.d.	n.d.
PBI per cápita (2002) US\$	2.127	2.987	23.135
Ingresos	Bajo Intermedio	Bajo Intermedio	Alto
Tasa de desocupación en Lima (dic 2003)	9,7%	n.d.	n.d.
Analfabetismo (2002)	11,9%	n.d.	n.d.
Presupuesto Educación con respecto al PBI (2003)	3,79%	n.d.	n.d.

Fuente: INEI, MINEDU, World Bank

El Perú es un país con una población de ingresos de nivel bajo-intermedio y una población en edad de trabajar con el siguiente nivel educativo:

Composición de la Población en Edad de Trabajar (2002)	
Sin nivel / Inicial	7,7%
Primaria	30,1%
Secundaria	43,0%
Técnica / Superior	19,2%

Fuente: INEI

La calidad de la educación en el Perú es deficiente. Los resultados del Programa Internacional de Evaluación de Estudiantes -PISA 2001- de la OECD, muestran que el 54% de los estudiantes de 15 años que cursan el nivel secundario se ubica por debajo del nivel más elemental de la escala de alfabetización lectora (fuente: Programa Nacional de Emergencia Educativa 2004).

Los idiomas oficiales en el Perú son el castellano y el quechua. No se enseña de manera intensiva el inglés en la mayoría de colegios estatales, a pesar de ser un idioma «estándar» para los negocios, lo que limita el ingreso de la oferta de servicios a mercados de habla inglesa, pues los rubros de servicios son particularmente intensivos en el uso del idioma inglés.

En general, las actividades de servicios cuentan con buenos profesionales. En el sector de consultoría, particularmente, existe un nutrido contingente de profesionales orientados al cumplimiento de metas y plazos, creativos y con capacidad de trabajo, así como con amplia experiencia en proyectos de gran envergadura.

- Legislación sobre Exportación de Servicios

En el Perú se define como exportación de servicios los siguientes puntos, siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones establecidas en el artículo 9 de la Ley General del Impuesto a las Ventas-Decreto Legislativo N° 821-:

- i. Se preste a título oneroso.
- ii. El exportador sea una persona con domicilio en el país.

- iii. El uso, explotación o aprovechamiento de los servicios por parte del no domiciliado tengan lugar íntegramente en el extranjero.

Las únicas actividades reconocidas como exportaciones de servicios son las transfronterizas y el movimiento de personas, es decir, dos de las cuatro modalidades contempladas por la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

La entidad oficial que registra las exportaciones de servicios es el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), siguiendo la metodología del Fondo Monetario Internacional (FMI).

- Recursos de Capital

El mercado de capitales, pese a su elevado dinamismo en la década de los 90, está poco desarrollado.

El sector bancario creció rápidamente a mediados de la década de los 90, como resultado de la recuperación económica y del ingreso de capital al sistema financiero.

En el año 2003 las colocaciones bancarias dirigidas al sector servicios representaron el 21% del total, concentrándose principalmente en los rubros 'electricidad, gas y agua' y en 'actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler'.

PLAN OPERATIVO EXPORTADOR DEL SECTOR SERVICIOS

Colocaciones Bancarias en Servicios (Saldo Dic. 2003)	
Electricidad, gas y agua	22,4 %
Hoteles y restaurantes	5,7 %
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	16,4 %
Intermediación financiera	12,9 %
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	22,7 %
Administración pública y defensa	2,0 %
Enseñanza	3,7 %
Servicios sociales y salud	1,7 %
Otras actividades de servicios comunitarios	10,8 %
Hogares privados con servicio doméstico y órganos extraterritoriales	1,7 %
Total	100 %

Fuente: SBS

Como evaluación del sistema bancario, se consiguieron índices de obtención de crédito, los cuales evalúan, por un lado, la cobertura de información crediticia, su

distribución, acceso y calidad de registros públicos y, por otro, la protección legal a los derechos del acreedor.

Obtención de Crédito (2001)

Indicador	Perú	Latinoamérica	OECD
Registro de crédito público	54	50	58
Cobertura privada	185	196,6	443,5
Derechos del acreedor	0	1	1

Fuente: World Bank

El Perú cuenta con una mejor cobertura de información crediticia, distribución, acceso y calidad de registros públicos que el promedio regional, no siendo así en el caso de la cobertura de registros privados. En cuanto a los derechos del acreedor, éstos son muy débiles en el país.

Las empresas de servicios en sectores como software, consultoría, comunicaciones, etc. son organizaciones de tamaño medio y pequeño, generalmente familiares. Muchas adolecen por no tener un acceso a capital barato, ya que no se cuenta con fondos para la promoción de estos servicios.

- **Infraestructura Física**

Mejora significativa en la infraestructura de transporte y comunicaciones durante la década de los 90. Se invirtió US\$ 2.000 millones en el sistema vial desde 1992 y se consiguió la privatización de las telecomunicaciones y la concesión del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez. Actualmente se está llevando a cabo la reglamentación de la infraestructura portuaria.

- Infraestructura de Tecnologías de Información y Comunicación

La infraestructura de TIC's ha mejorado en la última década; empero, no existe una demanda muy sofisticada de servicios

debido, entre otras cosas, al bajo poder de compra de los usuarios y a los elevados precios relativos a la región.

Infraestructura Tecnológica	
Teléfonos fijos y celulares (2001) por cada 1.000 hab.	136,7
Computadoras personales por cada 1.000 hab.	47,9
Sistema telefónico	Adecuado
Usuarios de Internet (2001)	3 millones

Fuente: World Bank

- Infraestructura Administrativa

Se tiene una infraestructura administrativa débil e inadecuada. Esto fuerza a que muchos negocios operen de manera informal.

No se observa en las industrias de los servicios de software, consultoría, comunicación, etc. la cercanía geográfica de los actores en dichas industrias, característica importante para la existencia de un conglomerado. La brecha tecnológica en los sectores de servicios de software y consultoría es pequeña, a pesar

de no contar con centros especializados de investigación o desarrollo para las diferentes industrias.

- Infraestructura en Ciencia y Tecnología

Regionalmente, el Perú tiene un pobre desempeño en su capacidad de innovación; además, los trabajos de investigación de las universidades no se orientan a las necesidades de las empresas y, peor aún, se forman profesionales con competencias distintas a las requeridas en el mercado.

3. Condición de la Demanda

La demanda de productos de calidad se ha incrementado en los últimos años. El segmento de altos ingresos de la población genera una demanda de mercado, pero ésta es aún muy reducida. Los contratos del sector público son más abiertos y no discriminan a los inversores extranjeros. Asimismo, INDECOPI tiene también como finalidad establecer y mantener estándares en productos y servicios.

El Perú lleva una política de promoción a las exportaciones. Es por ello que han crecido en importancia sectores

emergentes al comercio internacional como la agroindustria, confecciones textiles, turismo, etc., los cuales podrían aumentar su competitividad por las sinergias que se pueden presentar al relacionarse con industrias de servicios, mejorando estas últimas también su competitividad por la sofisticación de su demanda.

El Estado juega también un rol importante al imponer progresivamente una reglamentación más rigurosa a sectores como los servicios de consultoría

e ingeniería o propiciar la participación de los mismos en proyectos públicos de envergadura; y al legalizar el uso de determinadas prácticas tecnológicas como las firmas y certificados digitales.

Actualmente no se cuenta con una política de difusión de la oferta nacional

de los servicios de software, consultoría e ingeniería, etc. No se tiene un catálogo que centralice toda la oferta exportable de servicios y, más aún, no existe un portal en Internet que la presente al mundo en diferentes idiomas.

4. Estrategia, Estructura y Competencia de las Empresas

En la última década se ha implementado un marco legal que propicia la apertura comercial del país y se han dado pasos para garantizar la competencia. El marco

regulatorio no discrimina las inversiones extranjeras en ninguna actividad económica. En este sentido, se ha implementado la siguiente legislación:

Legislación Nacional	Fecha Promulgación
Constitución Política del Perú Art. 58, 60, 61	1993
Acuerdo de Cartagena, Decisión 285	1991
D.L. 668. Medidas destinadas a garantizar la libertad de comercio exterior e interior como condición fundamental para el desarrollo del país	11/09/1991
D.L. 701. Eliminan las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia	05/11/1991
D.L. 757. Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada	08/11/1991
Ley 25868. Ley de Organización y Funciones del INDECOPI	18/11/1992
Ley 26876. Ley Antimonopolio y Antiligopolio del Sector Eléctrico	18/11/1997

Asimismo, se normó el marco sobre los derechos de la propiedad intelectual. La autoridad nacional especializada en

materia de Propiedad Intelectual es el INDECOPI.

Legislación Nacional	Fecha Promulgación
Grupo Andino, Decisión 344. Régimen Común sobre Propiedad Intelectual	21/10/1993
Grupo Andino, Decisión 345. Régimen Común de Protección a los Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales	21/10/1993
Grupo Andino, Decisión 351. Régimen Común sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos	17/12/1993
D.L. 823. Ley de Propiedad Industrial	23/04/1996
D.L. 822. Ley sobre Derechos de Autor	23/04/1996
CAN, Decisión 391. Régimen Común sobre acceso a los Recursos Genéticos	02/07/1996
CAN, Decisión 486. Régimen Común sobre Propiedad Industrial	01/12/2000

El Perú ha reducido los niveles de aranceles y la competencia se ha incrementado en sectores como el turismo.

En cuanto a los acuerdos comerciales suscritos por el Perú, se pueden mencionar los siguientes:

Acuerdos Comerciales	
Acuerdo de ámbito regional	ALADI
Uniones aduaneras	CAN
Otros acuerdos	Complementación Económica con Chile
	Parcial de Complementación con Colombia, Ecuador, Venezuela y Brasil
Acuerdos bilaterales	Argentina, Bolivia, Colombia, El Salvador, Paraguay y Venezuela
ALCA	Disposiciones sobre el Comercio de Servicios en los Acuerdos de Comercio e Integración del Hemisferio Occidental
	Acuerdos Sectoriales sobre Servicios en el Hemisferio Occidental
Decisión 410 y Decisión 510	CAN
Acuerdo General de Comercio de Servicios	OMC

Sobre el tema empresarial, se obtuvieron cuatro grupos de indicadores que, en conjunto, muestran el clima de los negocios en el Perú.

El inicio de un nuevo negocio es cuantificado a través de los siguientes indicadores:

Inicio de un Negocio (2003)

Indicador	Perú	Latinoamérica	OECD
Número de procesos	9	12	7
Días de duración	100	74	30
Costo (% PIB <i>per capita</i>)	24,9	70,1	10,2

Fuente: World Bank

El Perú muestra un número de procesos inferior al promedio regional, pero con un mayor número de días para concretar el inicio de operaciones de una empresa. El costo para realizarlo es significativamente menor que el promedio de la región.

La siguiente tabla muestra indicadores sobre el nivel de flexibilidad o rigidez de

las leyes laborales. En los índices se incluyen las condiciones de disponibilidad de trabajos de tiempo parcial y tiempo completo, requerimientos de tiempos de trabajo, leyes sobre salarios mínimos y condiciones mínimas de empleo. Cuanto más alto es el índice, mayor es la rigidez de las leyes laborales.

Contrato o Despido de Trabajadores (2003)

Indicador	Perú	Latinoamérica	OECD
Flexibilidad de contratación	71	56	49
Condiciones de empleo	81	79	58
Flexibilidad de despido	69	48	28
Leyes de empleo	73	61	45

El índice 'leyes de empleo' es un promedio de los otros y muestra, de manera general, una mayor rigidez en las regulaciones que el promedio de la región.

Los siguientes indicadores muestran qué tan fácil o difícil es imponer un contrato comercial en el Perú desde el momento del incumplimiento hasta su resolución.

Imposición de Contratos (2003)

Indicador	Perú	Latinoamérica	OECD
Número de procesos	35	33	17
Días de duración	441	363	233
Costo (% PIB <i>per capita</i>)	29,7	38	7,1
Complejidad del procedimiento	82	70	49

Fuente: World Bank

El índice 'complejidad del procedimiento' es un promedio general de los otros índices. En este caso, la complejidad en el Perú es superior al promedio de la región.

Los siguientes índices muestran la habilidad de las cortes para resolver las insolvencias de los negocios.

Cierre de un Negocio (2003)

Indicador	Perú	Latinoamérica	OECD
Duración en años	2,1	3,7	1,8
Costo	8	15	7
Objetivos de insolvencia	67	46	77
Poder de la corte	33	63	36

Fuente: World Bank

El indicador denominado 'objetivos de insolvencia' indica el grado de eficiencia del sistema legal para casos de insolvencia. El Perú tiene un puntaje superior en el sistema de insolvencia que el promedio regional, además de mostrar un índice de 'poder de la corte' menor al de la región

(dicho índice mide cuánto contribuyen las cortes a retardar la resolución de las insolvencias empresariales).

Existe un progreso en la lucha contra la corrupción, sobre todo en los niveles bajos y medio del gobierno.

En los sectores de servicios de capital humano intensivo, las empresas no presentan certificaciones de calidad del servicio que brindan, siendo un punto en contra en la diferenciación internacional de las industrias.

Algunos sectores como consultoría e ingeniería y comunicación no presentan un gremio o éste es muy débil. No cuentan tampoco con información estadística de su industria de manera oficial.

Existen trabas tributarias al realizar exportaciones, como es la doble

tributación; además, las herramientas tecnológicas que se utilizan en las diferentes industrias presentan cargas arancelarias. Incentivos como el Drawback no son eficaces para estos sectores.

Es obvia la carencia de una inteligencia de mercado que contribuya con estudios de países de mercados potenciales, con el marco normativo que rige en dichos lugares y con una asesoría permanente y bien informada por parte de nuestras embajadas en los diferentes países.

5. Sectores Afines y Auxiliares

El número de proveedores se ha incrementado significativamente en la última década como resultado de la mayor inversión extranjera directa.

La calidad de los proveedores locales ha mejorado debido a los estándares más elevados de compañías multinacionales y a las uniones de ésta con empresas locales. Muchas de las multinacionales en los diferentes sectores presentan papeles pasivos, únicamente de venta de sus productos, cuando se podría buscar una participación activa de promoción en los diferentes sectores, además de alianzas estratégicas que aseguren la disposición de los últimos adelantos en el mercado local.

Los sectores de servicios de capital humano intensivo presentan vínculos con asociaciones internacionales, los cuales deben estrecharse para permitir elevar el nivel de las industrias que los necesitan, como es el caso de los servicios de comunicación.

No se han explotado las suscripciones de acuerdos eficaces de cooperación con organismos claves de las diferentes cadenas productivas en los sectores de servicios de software, consultoría, salud, comunicación, etc., que permitan acercar a las organizaciones que conforman el conglomerado. Por otro lado, para la mayoría de los sectores de servicios no existe una oficina especializada del gobierno con la cual se puedan coordinar políticas de gobierno.

No existen mayores convenios entre el sector empresarial y las entidades educativas que promuevan la inversión en investigación y desarrollo, así como una adecuada capacitación de los futuros profesionales en relación a las necesidades de los sectores empresariales. Es necesario destacar la importancia de incentivar las actividades de investigación y desarrollo por el impacto que tienen en la innovación de productos, lo cual es un elemento esencial para la competitividad de cualquier sector productivo.

II. VOCACIÓN EXPORTADORA PERUANA

1. Dinámica Exportadora Global

A partir de la década de los 90, las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) se convirtieron en los principales propulsores del proceso de globalización de las economías y los suministros de servicios exportables cobraron un mayor protagonismo dentro del comercio mundial; más aún, por su naturaleza intangible han logrado registrar un crecimiento mayor que el alcanzado por los bienes, representando así no menos del 20% de las ventas totales que se realizan internacionalmente.

Apreciamos que las exportaciones de servicios no son solamente un privilegio de países desarrollados; los países en desarrollo y en transición también tienen experiencias exitosas que no sólo generan divisas y empleo sino que, además, atraen inversión privada.

Los servicios no participan en el proceso de negociaciones debido al concepto tradicional de que no eran comerciables. Sin embargo, en los últimos decenios se han dado transformaciones radicales en las innovaciones técnicas y reformas en materia de reglamentación.

La Organización Mundial del Comercio (OMC), conformada por 148 economías, mediante el Acuerdo General de Comercio de Servicios (AGCS), ha establecido el marco jurídico para lograr un sistema creíble y fiable de normas comerciales internacionales que garanticen un trato justo y equitativo en el comercio de servicios y permita su liberalización.

La Comunidad Andina de Naciones (CAN), conformada por cinco países andinos, mediante la Decisión 439 'Marco General de Principios y Normas para la Liberalización del Comercio de Servicios',

dispone que este proceso quede sustancialmente liberado y, de manera complementaria, publica la Decisión 510 'Adopción del Inventario de Medidas Restrictivas del Comercio de Servicios', que permite a cualquier ciudadano andino prestar servicios en cualquier país miembro de la CAN.

Otros foros de negociaciones han incluido un capítulo de servicios, como son el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), APEC y los Tratados de Libre Comercio.

Así como en el caso del comercio de bienes, que es registrado por la autoridad aduanera, las exportaciones de servicios son registradas por los Bancos Centrales de los países, cuyas metodologías están sustentadas en encuestas aplicadas al sector privado (muestras) y estimaciones dentro de las categorías de transportes, viajes y otros servicios.

La AGCS y la Decisión 439 reconocen que el suministro del comercio de servicios se da mediante cuatro modos:

- **Comercio Transfronterizo** es aquel que se presta desde el territorio de un país miembro al territorio de otro país miembro, es decir, el proveedor del servicio no se encuentra en el país en el que se presta el servicio. Por ejemplo: el transporte internacional, las telecomunicaciones o correos y los servicios incorporados en bienes exportados, como es el caso del software.
- **Consumo en el Extranjero** es cuando el consumidor del servicio se desplaza al territorio de otro país miembro para obtener el servicio. Por ejemplo: turismo, salud o reparaciones de naves y aeronaves

extranjeras, en este último caso se debe tomar en cuenta que solamente se ‘mueve’ o está situado en el extranjero un bien de propiedad del no residente.

- **Presencia Comercial** es cuando el proveedor del servicio se hace presente en el territorio de otro país miembro para prestar un servicio. Esta modalidad no solamente estará dirigida a personas jurídicas (en el sentido jurídico estricto), sino también a entidades jurídicas que comparten algunas de sus características (sociedades de capital, empresas mixtas, asociaciones, oficinas de representación, sucursales) mediante la adquisición en propiedad o arrendamiento de locales (filiales nacionales de compañías de seguros, bancos y cadenas de hoteles, entre otros).
- **Presencia de Personas Físicas** consiste en el desplazamiento de personas de un país miembro al territorio de otro país miembro para prestar un servicio. Por ejemplo: ingenieros, contadores, médicos, enfermeras y consultores, entre otros.

La OMC ha publicado el Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios, elaborado conjuntamente con la Unión Europea, el Fondo Monetario

Internacional (FMI), la OECD, la UNCTAD y las Naciones Unidas; en dicho documento se establece un marco convenido internacionalmente para la recopilación de estadísticas del comercio internacional de servicios con el objetivo de contar con estadísticas del sector más completas y susceptibles de ser comparadas, a las que progresivamente los países puedan ir adecuándose. El manual se ajusta y está explícitamente vinculado al Sistema de Cuentas Nacionales de 1993 y a la quinta edición del Manual de Balanza de Pagos del FMI.

El AGCS reconoce 12 categorías y 155 subcategorías de exportación de servicios, por lo cual podemos afirmar que el análisis de la dinámica mundial de las exportaciones de servicios que publica la OMC sirve de base para conocer que al menos existen esos niveles de exportación en servicios.

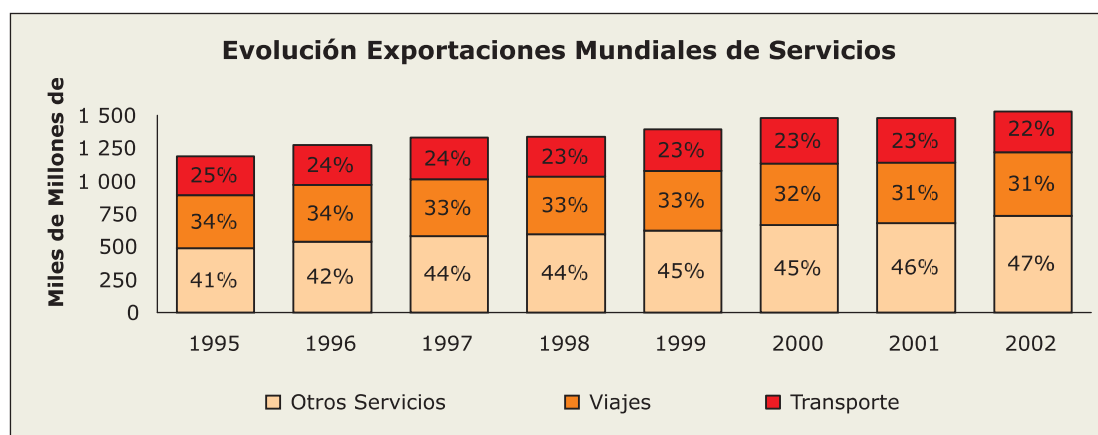
Las exportaciones mundiales de servicios comerciales en el 2003 ascendieron a US\$ 1.763 billones y han mantenido una participación aproximada del 20% del total de las exportaciones mundiales durante los últimos años. A pesar de que su tasa de crecimiento ha sido variable ésta guarda correlación con la tasa de crecimiento de las exportaciones de bienes.



Fuente: OMC



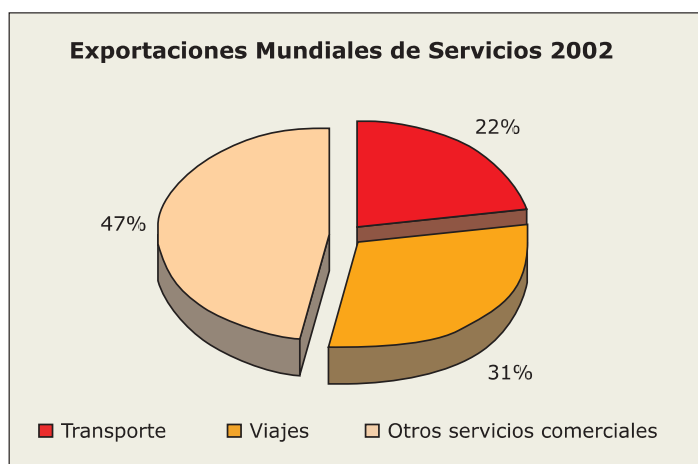
Fuente: OMC



Fuente: OMC

Las exportaciones de servicios comerciales están compuestas por los servicios de transporte (por aire, mar o tierra realizados por residentes de una economía a los de otra), viajes (incluyendo bienes y servicios adquiridos por los viajeros, tales como alojamiento, comidas y bebidas, entretenimiento) y otros servicios comerciales (incluyendo servicios de comunicación, construcción, seguros,

financieros, información y computación, regalías y todo tipo de servicios de negocios). A nivel mundial, la participación del rubro denominado otros servicios comerciales ha aumentado durante los últimos años hasta alcanzar la cifra de US\$ 739 mil millones, es decir, un 47% del total de las exportaciones de servicios comerciales.



Fuente: OMC

Los países desarrollados son los principales contribuyentes al rubro de exportaciones de servicios. Europa Occidental contribuye con casi el 50% del total de las exportaciones de servicios

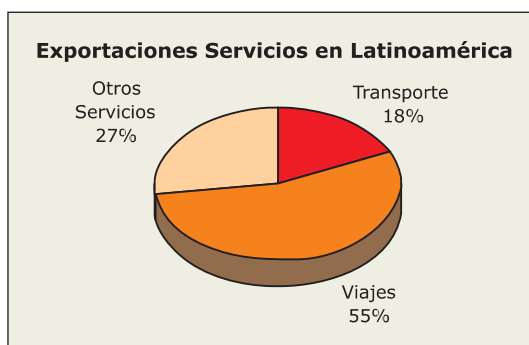
comerciales; sin embargo, su participación ha disminuido en los últimos años, cediéndole el paso a las exportaciones asiáticas de servicios comerciales cuya participación ha aumentado.



Fuente: OMC

Latinoamérica sólo representa el 3,4% de las exportaciones totales de servicios comerciales y su composición es diferente a la de las cifras globales; el servicio de viajes tiene la mayor importancia con un

55% del total de la participación latinoamericana en lugar del rubro de otros servicios comerciales, el cual mantiene una mayor participación en regiones como Norteamérica, Europa o Asia.

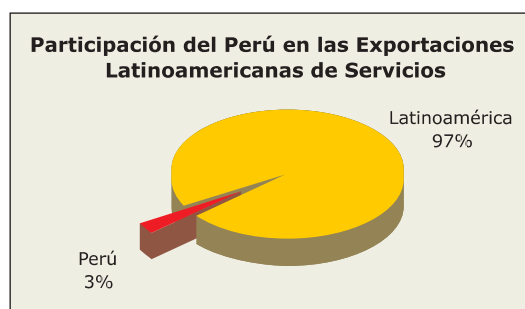


Fuente: OMC

2. Dinámica Exportadora Peruana

Las exportaciones peruanas de servicios comerciales alcanzaron los US\$ 1.679 millones en el 2003, lo cual significa una

participación del 3% del total de las exportaciones latinoamericanas.



Fuente: OMC

La participación del Perú en los últimos años ha sido irregular; en el 2002 alcanzó su pico máximo con el 3,3% del total de las exportaciones latinoamericanas de servicios comerciales; este hecho puso en

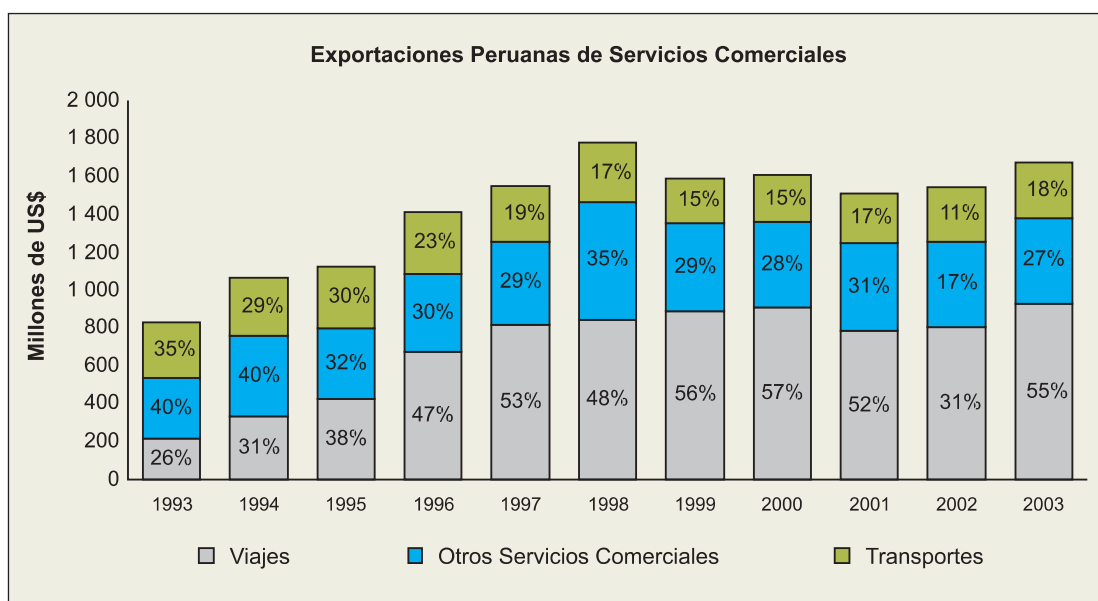
evidencia que se presentaban paulatinamente signos de mejoría luego de los sucesivos retrocesos entre 1999 y el 2001.



Fuente: OMC

En relación a la composición de las exportaciones peruanas de servicios comerciales, el servicio más importante es el de viajes, el cual ha seguido una tendencia al alza en los últimos años pese al entorno de recesión económica, protestas sociales y constantes ruidos políticos imperantes en el país.

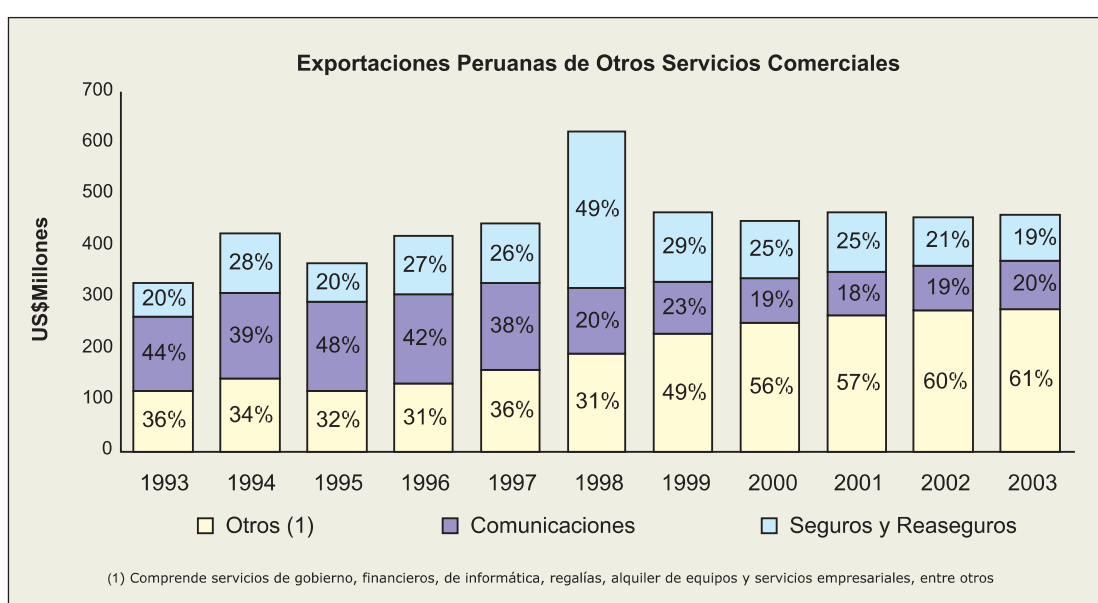
El rubro otros servicios comerciales ha venido creciendo en los últimos 10 años a una tasa anual de 3,4% en promedio, muy por debajo del crecimiento mostrado por los servicios de viajes que, en un período similar, aumentaron anualmente en 15,7%.



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

El rubro otros servicios comerciales está subdividido a su vez por los rubros seguros y reaseguros, comunicaciones y otros (compuesto por servicios de gobierno, financieros, de informática, regalías, alquiler de equipos y servicios empresariales, entre otros); este último rubro ha crecido a una tasa promedio anual de 9,1% durante la última década, alcanzando una participación del total del

rubro otros servicios comerciales de 60,5% en el 2003. En dicho año, los servicios de seguros y reaseguros y comunicaciones alcanzaron participaciones similares (19% y 20% respectivamente), aunque mostraron dinámicas mixtas, pues mientras la primera avanzó en los últimos 10 años a un ritmo promedio anual de 2,8%, la segunda decreció durante el mismo lapso a una tasa anual del 4,4%.



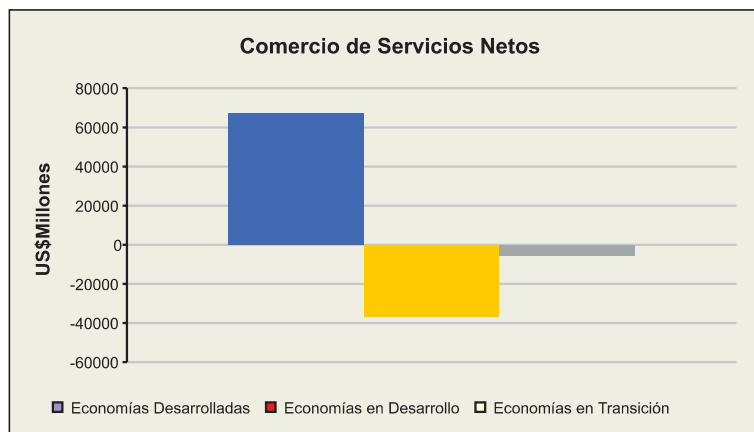
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

III. ANÁLISIS DE DEMANDA PERUANA

1. Dinámica Importadora Global

Las economías desarrolladas son las que mantienen un superávit en el comercio internacional de servicios comerciales,

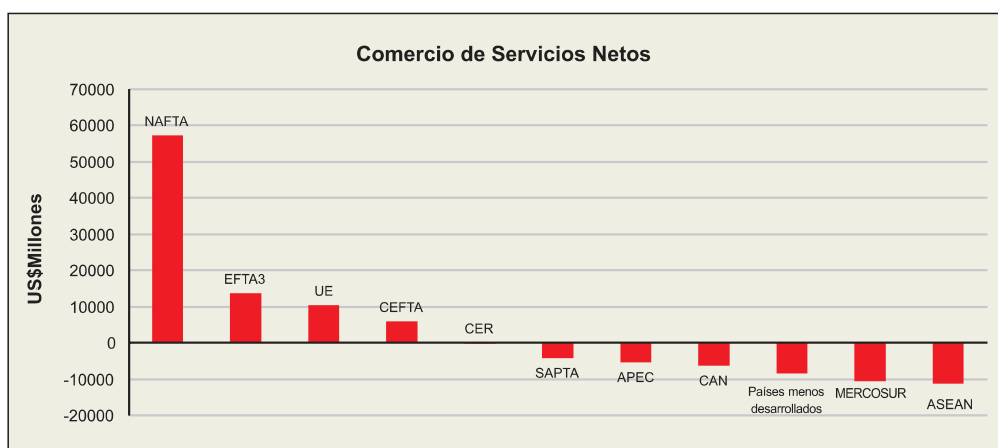
mientras que las economías en vías de desarrollo y en transición muestran un déficit en el comercio de servicios.



Fuente: OMC

En cuanto a los principales grupos económicos, NAFTA es el mayor exportador, seguido por los grupos económicos europeos. Por otro lado, los

grandes importadores de servicios comerciales son los grupos asiáticos y latinoamericanos.



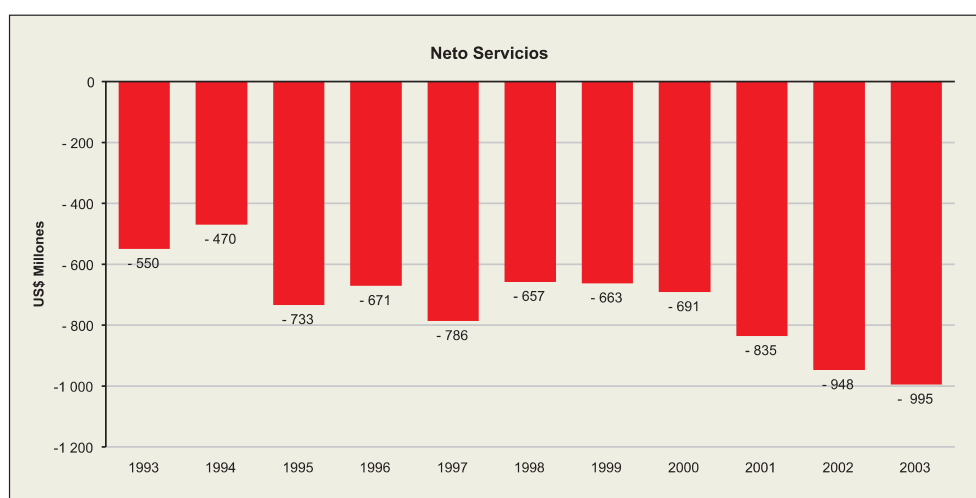
Fuente: OMC

Grupo Económico	Integrantes
NAFTA	Canadá, EEUU, México.
EFTA	Noruega, Islandia, Suiza, Liechtenstein.
UE	Bélgica, Alemania, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Dinamarca, Irlanda, Reino Unido, Grecia, España, Portugal, Austria, Finlandia, Suecia.
CEFTA	Polonia, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Eslovenia, Rumania, Bulgaria.
CER	Nueva Zelanda, Australia.
SAARC	Bangladesh, Bhutan, India, Maldivas, Nepal, Pakistán, Sri Lanka.
APEC	Australia, Brunei, Darussalam, Canadá, Chile, China, Japón, Corea, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papua Nueva Guinea, Perú, Filipinas, Rusia, Singapur, China, Taipei, Tailandia, EEUU, Vietnam.
CAN	Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia.
MERCOSUR	Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay.
ASEAN	Brunei, Darussalam, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia, Vietnam.

2. Dinámica Importadora Peruana

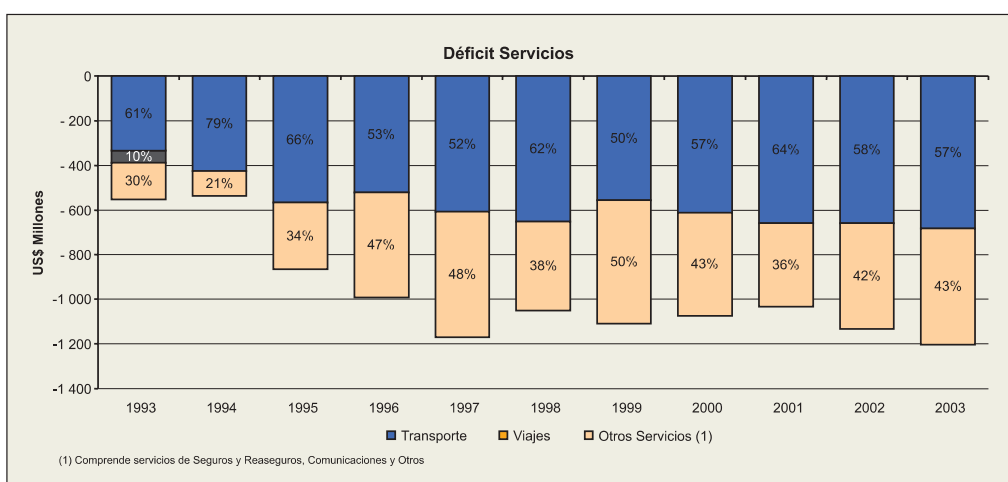
Durante la última década, el Perú ha incrementando su déficit neto de servicios comerciales a una tasa promedio anual de 6,1%, hasta alcanzar un déficit de US\$ 931 millones en el 2003, lo cual representó el 8,7% del total de las exportaciones

peruanas de bienes y servicios en dicho año. El 73% del déficit se explica por la falta de servicios de transporte y el restante 27% por la falta de otros servicios comerciales.



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

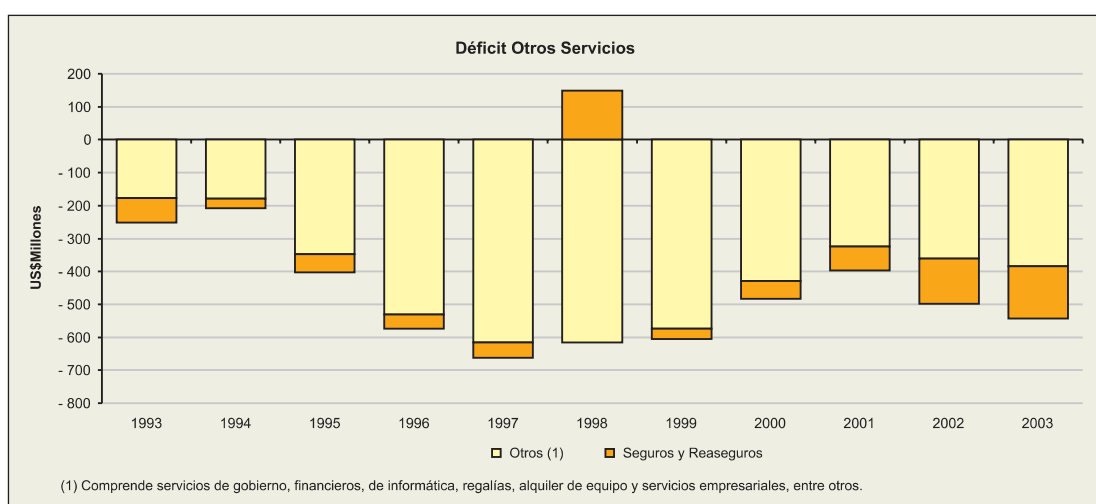
PLAN OPERATIVO EXPORTADOR DEL SECTOR SERVICIOS



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

El déficit de otros servicios comerciales creció a un ritmo anual promedio de 12,3% durante la última década, determinado por el mayor déficit del rubro de servicios de gobierno, financieros, de informática, regalías, alquiler de equipos

y servicios empresariales, entre otros, el cual creció a una tasa promedio anual de 8% en similar período, alcanzando los US\$ 384 millones en el 2003, lo cual representa el 74,9% del déficit de otros servicios comerciales.



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

IV. PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL EXPORTADOR (PENX)

1. Plan Operativo Exportador del Sector Servicios

Fortalezas

- Las exportaciones de servicios representan al menos el 16% de las ventas al exterior.
- La ubicación geográfica favorece el desarrollo de los servicios de exportación.
- Existe un capital humano especializado en distintos subsectores de servicios, tales como software, consultoría e ingeniería, salud, mantenimiento de naves y aeronaves y servicios ambientales.
- La reconocida experiencia de los profesionales de países latinoamericanos.
- Capacidad para generar servicios de educación de alto nivel en ingeniería, salud y negocios.
- Bajos costos remunerativos a nivel internacional.
- Organismos públicos con visión exportadora de servicios como MINCETUR, PROMPEX, PROMPERÚ y PROINVERSIÓN.
- Alta capacidad de atracción de inversiones en comunicaciones, finanzas y energía (85% de la inversión extranjera).

Oportunidades

- Las exportaciones de servicios pasarán a representar del 20% al 50% del comercio mundial en el año 2020.
- Desarrollo de la tecnología de la información y comunicaciones que acelera el comercio de servicios e impulsa su competitividad.
- Interés de empresas de otros países en establecer redes integradas con empresas de países en desarrollo para mantener sus niveles de competitividad en el mercado.
- Alta demanda de técnicos y profesionales calificados por parte de países desarrollados.
- Demanda creciente de tercerización internacional de servicios.
- No existen limitaciones para acceder a tecnología de punta.
- Organismos internacionales interesados en promover el comercio de servicios (OMC, CAN, CCI).
- Existencia de marcos normativos del comercio internacional de servicios como el Acuerdo General de Comercio de Servicios de la OMC y la Decisión 439 de la CAN.
- Interés de países en lograr acuerdos comerciales relativos a servicios (tratados de libre comercio).
- Colonias peruanas en el extranjero que actúan como base publicitaria en la modalidad de 'boca a boca' acerca de la calidad de los servicios que consumen en el Perú.

Debilidades

- No existen regímenes de exportación de servicios. La legislación aduanera y tributaria no facilita su exportación.
- Legislación tributaria peruana considera sólo algunas modalidades de exportación de servicios reconocidos por la OMC y la CAN, propiciando una indebida exportación del IGV.
- Limitada información estadística de producción de servicios y excesivamente agregada.
- La actual metodología de registro de exportación de servicios no permite conocer las exportaciones reales ni su origen regional y destino internacional.
- Poco conocimiento del potencial exportador de servicios.
- Limitado soporte estatal de promoción comercial de servicios hacia el exterior.
- Pocas empresas de servicios internacionalizadas.
- Pocas empresas con infraestructura, equipamiento y soporte tecnológico para atender el mercado internacional.
- Gremios profesionales no orientan sus servicios hacia la promoción empresarial de sus asociados.
- Dispersos esfuerzos empresariales para exportar y débil posicionamiento internacional.
- Carencia de fuentes especializadas de financiamiento.
- Limitación por desconocimiento del idioma inglés para ampliar la incursión en mercados internacionales.
- Falta de certificación de calidad y cultura exportadora en mayoría de empresas.

Amenazas

- Mayor competitividad de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Costa Rica y Uruguay debido a sus agresivos programas de promoción para la exportación de servicios.
- La aplicación de barreras al comercio y movilidad de las personas limitan el flujo de servicios hacia otros países.
- Fuga del capital humano hacia economías desarrolladas.
- Cláusulas discriminatorias en los procesos de contratación bajo normas nacionales en países de la región.
- Alto nivel de corrupción en contratación pública de servicios.
- Riesgo de que una proporción creciente de los préstamos de organismos multilaterales admita la contratación bajo normas nacionales.
- Crecientes incentivos para la consultoría en otros países.
- Creciente exigencia de certificaciones de calidad de servicio por parte de contratistas internacionales.
- Elevados niveles de piratería.

2. Políticas, Objetivos y Tareas



Política I: Mejorar y Crear Condiciones de Competitividad para el Sector

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TAREAS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
Homogenizar los criterios para definir las modalidades de exportación de servicios	Adaptar a la legislación vigente las 4 modalidades de exportación de servicios contempladas en el AGCS.	Modificaciones de la norma.	MINCETUR MEF Congreso Gremios
	Incorporar las actividades que deben ser reconocidas e impulsadas como exportaciones de servicios, en concordancia con las modalidades de exportación.	Incorporación de las modalidades de exportación a las leyes vigentes.	MEF MINCETUR SUNAT
Nuevo registro de exportaciones de servicios	Rediseñar los criterios relacionados con la clasificación y recolección de información de las exportaciones de servicios.	Norma de clasificación de información de exportación de servicios.	BCRP MINCETUR Aduanas INEI
	Reconocimiento de una sola entidad que administre las estadísticas de exportaciones de servicios.	Reportes de estadísticas de exportación de servicios realizadas por la entidad administradora.	MINCETUR SUNAT-Aduanas BCRP Gremios
Establecer medidas para atraer la inversión privada hacia el sector servicios	Evaluar el impacto de la aplicación de regímenes de exportación hacia los servicios.	Estudios de impacto.	MEF MINCETUR PROMPEX PROINVERSIÓN
	Evitar la doble tributación.	Modificación a la norma tributaria-renta. Número de convenios de doble tributación.	MEF Congreso MINCETUR SUNAT
	Promover la desgravación arancelaria generalizada con el fin de reducir el costo de los bienes de capital e insumos requeridos para la exportación de servicios.	Modificación de la norma tributaria.	MEF Congreso MINCETUR SUNAT
	Analizar y establecer Centros Especiales de Desarrollo - CED, tomando como base los CETICOS.	Número de Centros Especiales de Desarrollo establecidos.	MINCETUR CONAFRAN Congreso PROMPEX
	Evaluar experiencias exitosas en otros países.	Número de experiencias evaluadas.	MINCETUR PROMPEX Gremios
Impulsar la creación de líneas de financiamiento específicas	Evaluar la incorporación de patentes, entre otros, dentro de las garantías bancarias.	Documentos de evaluación. Respuesta de las entidades competentes.	MINCETUR MEF Congreso SBS Gremios
	Diseñar nuevos instrumentos financieros a mediano y a largo plazo.	Número de instrumentos financieros creados.	MEF SBS MINCETUR COFIDE Gremios

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR - PENX

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TAREAS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE
Fortalecer y ampliar la infraestructura tecnológica y de telecomunicaciones	Fomentar el establecimiento de una red de parques tecnológicos con infraestructura y telecomunicaciones de conexiones de banda ancha.	Plan de Fomento. Número de proyectos aprobados.	MINCETUR MTC OSIPTEL CONCYTEC PROMPEX
	Promover el mayor uso de herramientas informáticas.	Número de laboratorios especializados, implementados y mantenidos.	CONCYTEC MINEDU
	Reducción de precios de conexión a Internet, ampliando la base de proveedores.	Propuesta de Nuevo Plan Tarifario.	MTC OSIPTEL Empresas proveedoras de Internet
Programas de especialización de recursos humanos	Incluir en la currícula de las instituciones de formación aquellos temas relacionados al sector servicios.	Temas relacionados al sector servicios incorporados en la currícula.	ANR MINEDU Entidades educativas
	Establecer la obligatoriedad del estudio del idioma inglés en la currícula escolar y universitaria.	Número de estudiantes certificados con TOEFL o CAMBRIDGE.	ANR MINEDU Entidades educativas
	Organizar foros especializados que complementen la educación básica formativa.	Número de participantes en los eventos, nivel de satisfacción de los eventos.	PROMPEX Entidades educativas Gremios
Impulsar un programa de integración andina para la exportación de servicios	Contribuir en el diseño y aplicación de un programa de integración andina que permita a los países miembros complementar su desarrollo en relación a las exportaciones de servicios.	Número de convenios suscritos. Número de asistencias a eventos internacionales.	CAN MINCETUR RREE PROMPEX
Fortalecer la capacidad de negociación del sector servicios del Perú ante terceros países y foros internacionales	Identificar los problemas que enfrentan los exportadores de servicios, tales como el acceso a homologaciones de currícula, pagos y movimientos de personas, propiedad intelectual inversiones y soluciones de controversias, entre otros.	Documento de evaluación de problemas de acceso que enfrentan los exportadores de servicios.	MINCETUR PROMPEX Gremios
	Diseñar una estrategia integral de negociación para el sector servicios ante los foros de comercio y convenios bilaterales, orientada a potenciar las exportaciones de servicios.	Agendas de negociación.	MINCETUR PROMPEX Gremios
	Evaluar la aplicación de regímenes de exportación hacia los servicios, determinando el impacto de su aplicación.	Estudios de evaluación de impacto.	MEF MINCETUR PROMPEX Gremios

Política II: Fortalecer e Impulsar la Institucionalidad del Sector

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TAREAS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLES
Fomentar la conformación o fortalecimiento de asociaciones, grupos empresariales o profesionales	Hacer un inventario de todos los gremios, asociaciones o grupos empresariales de exportación de servicios.	Directorio de exportación de servicios.	MINCETUR PROMPEX Gremios
	Identificar iniciativas empresariales orientadas a organizarse con el objetivo de aumentar su posición competitiva y exportar servicios.	Sondeo del sector.	MINCETUR PROMPEX PCM Gremios
	Promover la constitución de consorcios empresariales que involucren a firmas con capacidad de brindar servicios de calidad.	Número de consorcios empresariales establecidos.	PROMPEX Gremios Colegios profesionales
	Realizar el diagnóstico de oportunidades para los subsectores de servicios.	Diagnósticos de los subsectores.	PROMPEX MINCETUR Gremios Colegios profesionales
Fortalecer los lazos de colaboración entre los organismos públicos y privados de promoción y desarrollo del sector servicios	Promover proyectos de desarrollo competitivo en el sector con la participación activa de organismos exportadores públicos y privados.	Relación de proyectos de desarrollo competitivo.	MEF MINCETUR PCM PROMPEX Gremios
	Promover proyectos orientados a la investigación científica en actividades de servicios, así como la posterior transmisión de dichos conocimientos a las empresas de servicios con potencial exportador.	Relación de proyectos orientados a promover la investigación científica.	MEF MINCETUR PROMPEX CONCYTEC Gremios
Promover una cultura exportadora de servicios	Realizar foros de sensibilización sobre la exportación de servicios.	Número de participantes en los eventos, nivel de satisfacción de los eventos.	PROMPEX Gremios
	Realizar talleres de capacitación sobre la exportación de servicios.	Número de participantes en los talleres, nivel de satisfacción.	PROMPEX Gremios
	Brindar información acerca del potencial y oportunidades de la exportación de servicios.	Boletines informativos, número de visitantes de las páginas web.	MINCETUR PROMPEX Gremios
	Difundir las experiencias exitosas de la exportación de servicios.	Charlas, boletines informativos.	PROMPEX Gremios
Establecer una red nacional de empresas exportadoras de servicios comprometidas con la calidad	Firma de un acuerdo de competitividad por parte de las empresas exportadoras actuales y potenciales, con el que se comprometan a cumplir con estándares de calidad.	Número de empresas firmantes.	MINCETUR PCM PROMPEX Gremios
Promover acuerdos de cooperación	Suscribir acuerdos de cooperación con organizaciones del exterior relacionadas a la promoción del comercio de servicios	Número de acuerdos suscritos.	MINCETUR PROMPEX Gremios
	Realizar un benchmarking de las mejores prácticas de promoción de exportación de servicios en otros países.	Informe de benchmarking.	MINCETUR PROMPEX Gremios

Política III: Desarrollar la Oferta Exportable y el Acceso a los Mercados Internacionales

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TAREAS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLES
Contribuir a la diversificación y mejora de la oferta exportable	Diseñar e implementar un programa de promoción de franquicias que promueva la exportación de aquellos servicios que actualmente no se exportan pero que cuentan con un elevado <i>know how</i> (cadenas comerciales, farmacias, cafeterías, restaurantes, etc.).	Estudio de factibilidad. Pleno funcionamiento del programa de promoción de franquicias.	MINCETUR PROMPEX Gremios
	Promover la participación de empresas en redes comerciales integradas con empresas extranjeras.	Número de empresas peruanas participantes en las redes.	PROMPEX Gremios
	Promover la adecuación de la oferta de servicios a las exigencias del mercado internacional.	Manual de las exigencias internacionales según los sectores.	PROMPEX Gremios
Mejorar las capacidades de gestión empresarial	Desarrollar y promover la aplicación de sistemas de gestión de la calidad y buenas prácticas en exportación de servicios.	Manuales de gestión de calidad y buenas prácticas en exportación de servicios.	PROMPEX Gremios Certificadoras Cooperación internacional
	Desarrollo de un módulo de información acerca de las oportunidades de comercio de servicios en el mercado internacional.	Portal con información de exportación de servicios.	PROMPEX Gremios
	Diseñar un módulo de exportación de servicios dentro del SIICEX para promover la oferta exportable de servicios.	Portal con oferta exportable de servicios.	MINCETUR PROMPEX
	Brindar capacitación y asistencia técnica en marketing de exportación de servicios.	Cursos y talleres de capacitación.	PROMPEX Gremios Cooperación internacional
	Establecer programas en combinación con organismos internacionales de cooperación técnica para asistir a las empresas exportadoras de servicios.	Convenios y acuerdos suscritos. Número de empresas visitadas.	PROMPEX Gremios Cooperación internacional
	Promover estudios de mercado, publicar y difundir documentos especializados en temas específicos de exportación de servicios.	Estudios de mercado y documentos publicados por cada subsector.	PROMPEX Gremios Cooperación internacional
Desarrollar el mercado internacional	Realizar labores de inteligencia y prospecciones de mercado utilizando la plataforma de los consejeros comerciales y otras fuentes de apoyo internacional para determinar los mercados potenciales.	Estudios y prospecciones de mercado.	MINCETUR PROMPEX RREE Gremios Cooperación internacional
	Organizar misiones comerciales, ferias especializadas y ruedas de negocios y virtuales.	Número de misiones. Número de empresas participantes.	PROMPEX Gremios Cooperación internacional
	Diseñar y publicar un catálogo con la oferta peruana de servicios exportables.	Catálogos.	PROMPEX Gremios
	Diseñar e implementar redes de contactos comerciales con residentes peruanos en otros países.	Directorio de residentes peruanos en el extranjero. Pleno funcionamiento de la red de contactos.	PROMPEX RREE Gremios

V. VOCACIÓN EXPORTADORA DE SERVICIOS

Sectores Potenciales identificados:

- Software y Telemática
- Consultoría e Ingeniería
- Salud
- Servicios Ambientales
- Franquicias
- Mantenimiento y Reparación de Naves y Aeronaves
- Servicios Culturales y Entretenimiento
- Educación
- Transporte de Carga y Pasajeros
- Organización de Eventos Internacionales

VI. BIBLIOGRAFÍA

1. World Trade Organization. Annual Report 2003.
2. Prof. Michael E. Porter (Feb. 2003). Microeconomics of Competitiveness, The Diamond Model in Developing/Transition Economies. INCAE.
3. Eco. David Ederly Muñoz, Gerente de Programas y Proyectos Multisectoriales de PROMPEX (Nov. 2003). Programa de Promoción de Exportaciones de Servicios-Propuesta de Trabajo. <http://www.prompex.gob.pe>
4. Gerencia de Programas y Proyectos Multisectoriales. Gerencia Central de Regiones y Desarrollo. Plan Operativo 2004- Programa de Promoción de Exportaciones de Servicios. Prompex Perú.
5. Ministerio de Educación. Propuesta del Ministerio de Educación, Programa Nacional de Emergencia Educativa 2004.
6. Prof. Seymour Papert (Ene. 1999). Study of Educational Impact of the Lego Dacta Materials - Infoescuela - Med. MIT Media Lab.
7. Asociación Peruana de Productores de Software - Apesoft. (2000). La Industria del Software en el Perú: Una Visión Estratégica.
8. Asociación Peruana de Productores de Software - Apesoft. (Mar. 2003). Bases para un Plan de Desarrollo de Exportaciones de Software.
9. Adolfo Roquez (Jul. 2001). Impacto de las Tecnologías de Información y Comunicación en el Perú. INEI.
10. INEI (Set. 2002). Informe Nacional Perú: Situación de las Tecnologías de Información y Comunicaciones - TIC's.
11. Ítalo Fernández Oraggi. Exportación de Software: Beneficios y Régimen Tributario. Estudio Yori Abogados.

PLAN OPERATIVO EXPORTADOR DEL SECTOR SERVICIOS

12. Johanna Purmarejo, Coordinadora de Inteligencia de Mercados. La Industria de Software en Perú. Análisis de Mercado y Estratégico Sectorial. Federación Colombiana de la Industria del Software - Fedesoft.
13. Proyecto de Inteligencia de Mercados Sector Servicios de Software Costa Rica. Proexport Colombia.
14. Business Software Alliance - BSA. Perú.
15. Ing. Raúl Delgado, Presidente Cesel S.A. (Set. 2003). Exportemos servicios y conocimientos. Revista Presencia.
16. Ing. Raúl Delgado, Presidente Cesel S.A. (Jun. 2001). Programa de Maestría en Consultoría en Ingeniería de la Construcción, Curso de Consultoría, II Módulo. PUCP.
17. MAXIMIXE CONSULT S.A. (2000, 2001, 2002, 2003 y 2004). CASER Riesgos de Mercado.
18. MAXIMIXE CONSULT S.A. (2000, 2001, 2002, 2003 y 2004). CASER Riesgos Sectoriales.
19. MAXIMIXE CONSULT S.A. (2000, 2001, 2002, 2003 y 2004). CASER Riesgos Macro.
20. Luis Corvera (2004). Industria Gráfica Peruana: La Dura Pelea por la Supervivencia. Revista Semana Económica.
21. World Trade Organization Statistics: International Trade Statistics. <http://www.wto.org>
22. Instituto Nacional de Estadística e Informática. <http://www.inei.gob.pe/>
23. Superintendencia de Banca y Seguros. <http://www.sbs.gob.pe/>
24. Banco Central de Reserva del Perú. <http://www.bcrp.gob.pe/>
25. World Bank Group. <http://rru.worldbank.org/doingbusiness/default.aspx>
26. Ley de Promoción de la Industria del Software - Argentina. <http://www.cessi.org.ar/> Cámara de Empresas de Tecnología de Información de Argentina - CESSI.

27. Empresas transnacionales en Brasil y la Descentralización de las Actividades de Investigación y Desarrollo. <http://www.revistaespacios.com/> Revista Espacios.
28. Argentina Considera al Desarrollo del Software como una Industria. <http://www.prochile.cl/> Prochile.
29. Industria India de Software Desea Exportar a Latinoamérica y Asia. <http://www.prochile.cl/> Prochile.
30. Oficina Tecnológica Chile en San José, California. <http://www.procomer.com/> Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica - Procomer.

