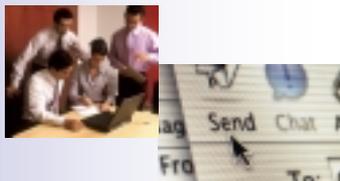




“Potencial Exportador de Servicios en el Perú”

David Edery Muñoz
Gerente de Programas y Proyectos Multisectoriales
dedery@prompex.gob.pe
28 de junio del 2006



INDICE

- I. La nueva oferta exportable peruana
- II. Programa de Promoción de Exportación de Servicios
- III. Herramientas de promoción comercial
- IV. Principales logros alcanzados





I. La nueva oferta exportable





Observemos como el 19% del comercio mundial ha sido aportado por las exportaciones de servicios. Asimismo, las tasas de crecimiento presentada en los últimos 5 años

Exportaciones mundiales de mercancías y servicios comerciales, 2000-2004

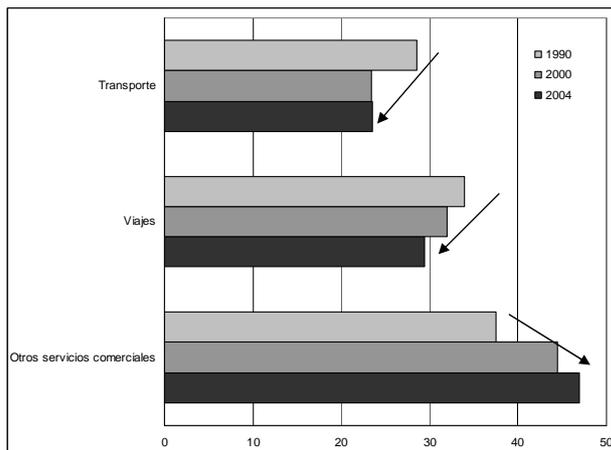
(En miles de millones de dólares y en porcentajes)

	Valor	Variación porcentual anual			
	2.004	2000-04	2002	2003	2004
Mercancías	8.907	9	5	17	21
Productos agrícolas	783	9	6	16	15
Combustibles y productos de las industrias	1.281	10	0	23	32
Manufacturas	6.570	9	5	16	20
Servicios comerciales	2.125	9	7	14	18
Transporte	500	10	4	14	23
Viajes	625	7	4	10	18
Otros servicios comerciales	1.000	11	10	16	16

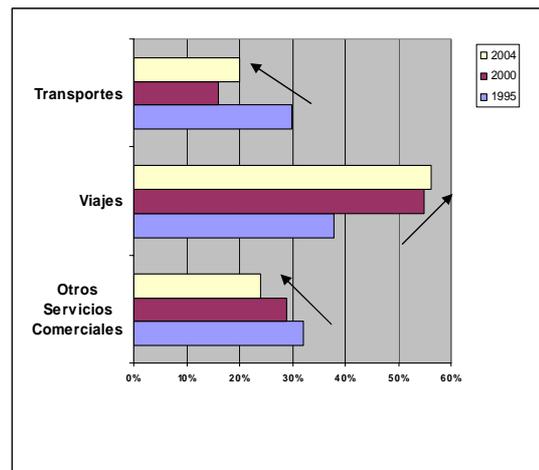
Fuente: OMC

El rubro que viene impulsado a las exportaciones de servicios son los Otros Servicios Comerciales, desplazando a los servicios tradicionales. Escenario distinto a la realidad peruana

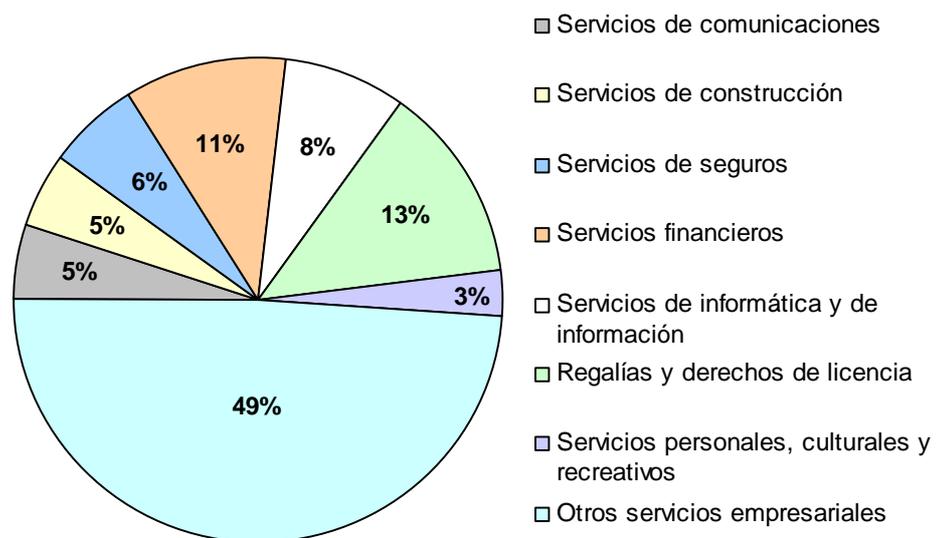
Tendencia de las Exportaciones Mundiales de Servicios



Tendencia de las Exportaciones Peruanas de Servicios



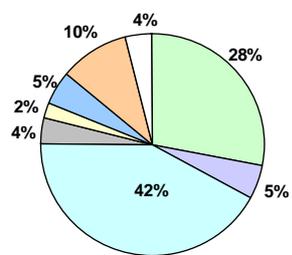
Vemos como están distribuidos los Otros Servicios Comerciales y vemos que el 73% se encuentra concentrado en 3 servicios: Otros servicios empresariales, regalías y derechos de licencias y servicios financieros



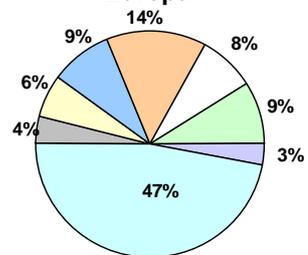
Fuente: OMC



América del Norte

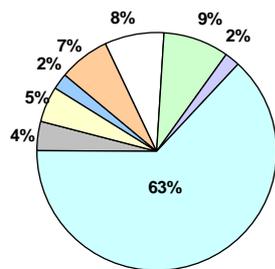


Europa

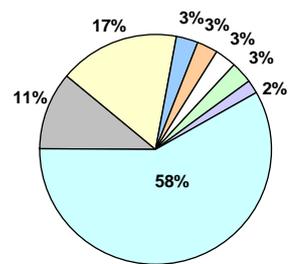


Nota: Excluido el comercio intracomunitario de la UE (15).

Asia



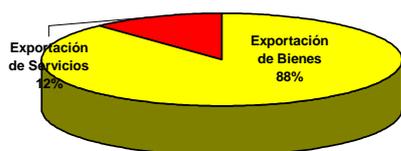
Comunidad de Estados Independientes (CEI)



El sector servicios genera no sólo divisas al país, sino también concentra el mayor destino de la Inversión Extranjera Directa

Exportación de Bienes y Servicios

(Part. % 2005)



Perú: Exportaciones de Servicios (millones US\$)

Sectores	Anual			Var. % 05/04	Part. % 2005
	2003	2004	2005		
Transportes	309	381	449	18%	21%
Viajes	940	1.078	1.241	15%	57%
Comunicaciones	79	79	66	-16%	3%
Seguros y Reaseguros	88	82	118	44%	5%
Otros	278	294	305	4%	14%
Total	1.695	1.914	2.179	14%	100%

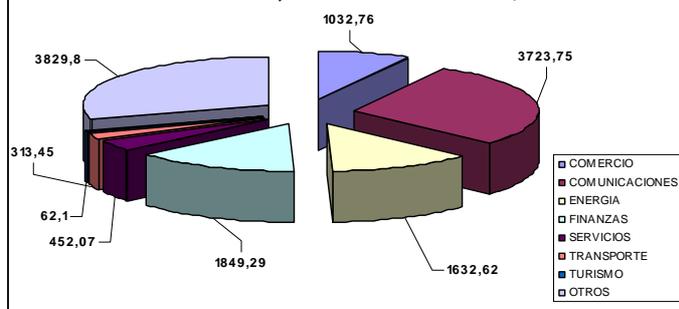
Comprende servicios de gobierno, financieros, de informática, regalías, alquiler de equipo y servicios empresariales, entre otros

Fuente: BCRP

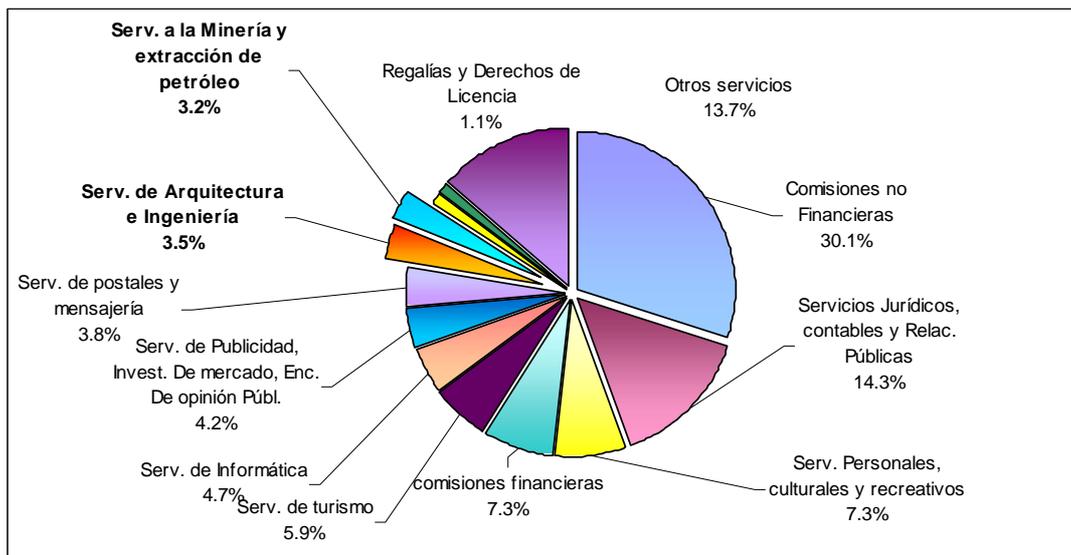
Fuente: BCRP

Elaboración: PROMPEX

PERU: STOCK DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA, 2004-Millones de US\$-



PERU: Composición de las exportaciones de Otros Servicios Comerciales

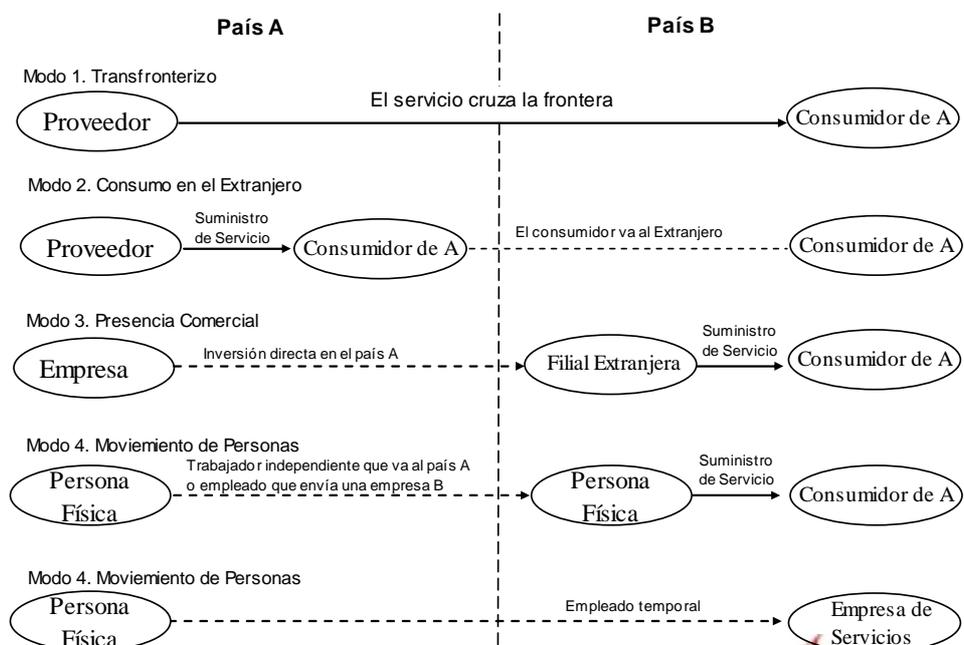




**Entonces como se
exportan los
servicios..**



Tanto el Acuerdo General de Comercio de Servicios-OMC como la Decisión 439 de la CAN reconocen 4 modos:



Clasificación Sectorial de Servicios del AGCS - OMC

Categorías

Servicios prestado a las empresas y servicios profesionales	Servicios de contabilidad Servicios de publicidad Servicios de arquitectura e ingeniería Servicios de informática y servicios conexos Servicios jurídicos
Servicios de comunicación	Servicios audiovisuales Servicios postales y de mensajeros, envíos urgentes Telecomunicaciones
Servicios de construcción y servicios conexos	
Servicios de distribución	
Servicios de enseñanzas	
Servicios de energía	
Servicios relacionados con el medio ambiente	
Servicios financieros	
Servicios sociales y de salud	
Servicios de turismo	
Servicios de transportes	Transporte aéreo Transporte marítimo Servicios auxiliares de todos los medios de transporte
Movimiento de personas físicas	



En el Perú contamos con el Decreto Legislativo 821-Ley del IGV

Artículo 9 dice: son reconocidos como exportación de servicios, cuando:

- Se presten a título oneroso, lo que debe demostrarse con el comprobante de pago que corresponda.
- El exportador sea una persona domiciliada en el país.
- El uso, explotación o el aprovechamiento de los servicios por parte del no domiciliado tengan lugar íntegramente en el extranjero.



Servicios considerados como exportaciones de servicios – Apéndice V de la Ley IGV

1. Servicios de consultoría y asistencia técnica: arrendamiento de bienes muebles;
2. Servicios de publicidad, investigación de mercados y encuestas de la opinión pública;
3. Servicios de procesamiento de datos, aplicación de programas de informáticas y similares;
4. Servicios de colocación y de suministros de personal;
5. Servicios de comisiones por colocaciones de crédito; operaciones de financiamiento; seguros y reaseguros;
6. Servicios de telecomunicaciones;
7. Servicios de mediación y/u organización de servicios turísticos prestados por operadores turísticos domiciliados en el país a favor de agencias u operadores turísticos domiciliados en el exterior;
8. Cesión temporal de derechos de uso o de usufructo de obras nacionales audiovisuales y de todas las demás obras nacionales que se expresen mediante proceso análogo a la cinematografía, tales como: producciones televisivas o cualquier otra producción de imágenes; a favor de personas no domiciliadas para ser transmitidas en el exterior;
9. Prestación de los servicios de hospedaje, incluyendo alimentación, a sujetos no domiciliados
10. Servicios de Call Center



En el Perú contamos con 3 tipos de definiciones de las exportaciones, ninguna de ellas responde a un Instrumento de Promoción de las Exportaciones de Servicios

DEFINICIONES DE EXPORTACIONES DE SERVICIOS		
BCRP	Aduanas	SUNAT: Artículo 9 de la Ley de Impuesto General a las Ventas – IGV
“la transferencia de la propiedad de los bienes o prestación de servicios producidos por una economía residente a otra no residente”.	“son las mercaderías (bienes) en libre circulación que salen del territorio aduanero[1] para su uso o consumo definitivo en el exterior y solamente se podrán cumplir por los puertos marítimos, fluviales, lacustres, aeropuertos y fronteras aduaneras habilitadas”	<ul style="list-style-type: none"> • Se preste a título oneroso, lo que debe demostrarse con el comprobante de pago que corresponda. • El exportador sea una persona domiciliada en el país. • El uso, explotación o el aprovechamiento de los servicios por parte del no domiciliado <u>tengan lugar íntegramente en el extranjero.</u>



Qué está impulsando las exportaciones de servicios..



Principalmente 2 factores:

- **La globalización**, desde hace más de 2 décadas las economías basaron su desarrollo en políticas de liberalización y desregulación
- **El avance tecnológico**, el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación aportan un flujo ininterrumpido de información, que es esencial para nuestro sistema político, para nuestras instituciones económicas, y en muchos casos para los estilos de vida cotidiana de cada uno de nosotros

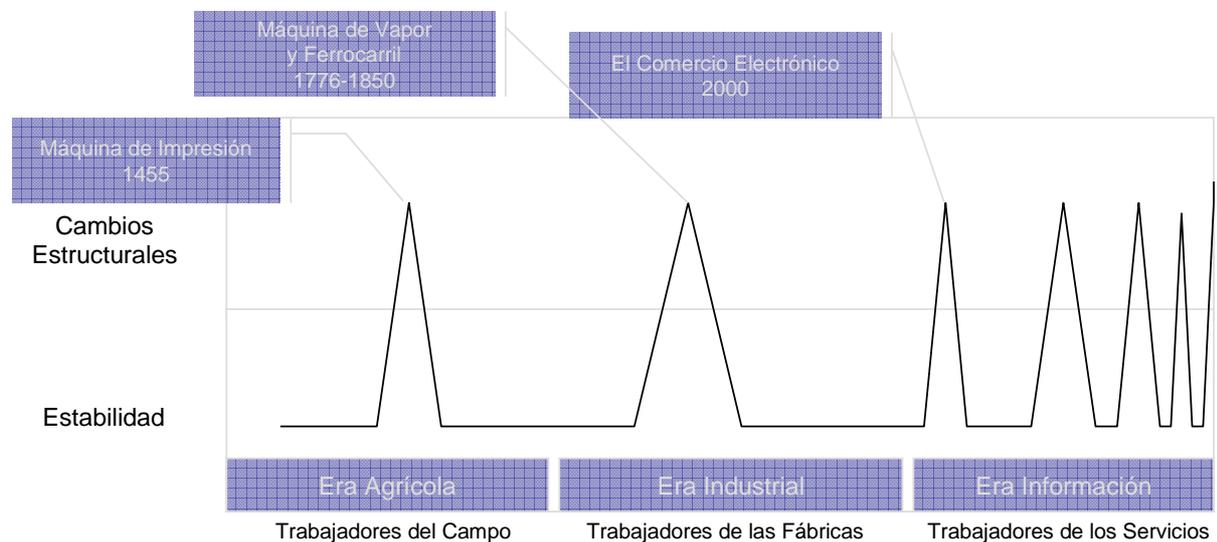


Obtenida de:
www.bestel.com



Obtenida de:
www.nasa.gov

Adaptabilidad y Crecimiento



El Entorno crea oportunidades y amenazas en ciclos cada vez más cortos que demanda a las empresas acelerar su proceso de adaptación al cambio.

Los grandes cambios favorecen la creación de nuevas actividades, nuevas industrias, nuevos servicios y nuevos mercados. Hoy en día las empresas se enfrentan con clientes globales y competidores globales.

EXPANSIÓN DEL SECTOR HACE		MÁS DE 100 AÑOS	30-55 AÑOS	15-30 AÑOS	5-15 AÑOS
FUNCIONES					
ADMINISTRACIÓN	Contabilidad	Consultoría de gestión		<i>Reingennering, Outsourcing,</i>	
	Servicios legales	Auditoría		<i>knowledge management</i>	
	Topografía, geodesia	Inspección y control			
PRODUCCIÓN	Ingeniería	Urbanismo		Diseño asistido	
	Alquileres	I + D		Selección de personal	Managerial training
PERSONAL	Selección de personal				<i>Outplacement</i>
	Formación de personal	Trabajo temporal		Motivación al trabajo	
				<i>Head-hunting</i>	
INFORMACIÓN Y MERCADOS	Ferias y exposiciones	Servicios informáticos		Comunicación electrónica	Servicios on-line
	Congresos y conferencias	Estudios de mercado		<i>Lobbing</i>	Comunicación por satélite
		Relaciones publicas			Telemática
MARKETING Y VENTAS	Servicios lingüísticos			<i>Tele-marketing</i>	
	Publicidad			<i>Marketing</i> directo	Call centers
	Distribución comercial	Ayuda a la exportación		Promoción de ventas	<i>Merchandising</i>
FINANZAS	Banca			<i>Franchasing</i>	
	Seguros		<i>Leasing</i>	<i>Factoring</i>	Tele-banking
	Seguridad	Envases y embalajes			Cobro a morosos
OPERATIVIDAD	Limpieza	Servicios básicos a fábrica		Servicios expresos	Tratamiento de residuos



Los países que más han recibido en el último año han sido Irlanda, Canadá, Israel e India. Estos cuatro países coparon el 70% del mercado mundial de servicios deslocalizados. Se puede observar cómo los países dominantes en la recepción del *offshoring* son países con lengua inglesa como lenguaje principal en sus negocios.



Top 5 de Principales destinos de la Inversión Extranjera Directa en proyectos de exportación de servicios, 2003
(Número de proyectos)

Centros de llamadas	Centros de Servicios compartidos	Servicios de Tecnologías de la Información
India - 60	India - 43	India - 118
Canadá - 56	Irlanda - 19	Reino Unido - 73
Reino Unido - 43	Singapur - 8	China - 60
China - 30	Hungría - 7	Singapur - 35
Irlanda - 29	Reino Unido - 7	Alemania - 34

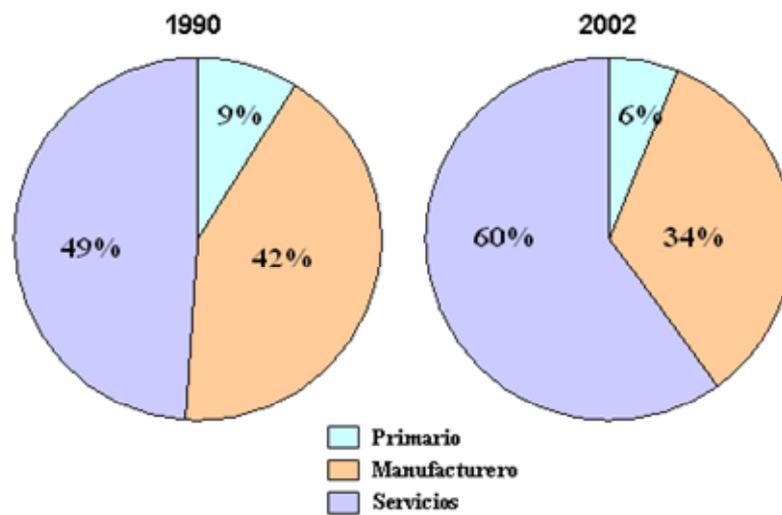
La consultora A.T.Kearney muestra una tabla "tipo" para evaluar los principales factores a tener en cuenta a la hora de emitir un servicio a otro país. A cada uno de ellos le da un peso específico (entre paréntesis) en la toma de decisión.

Categoría	Características
Costes (40%)	<ul style="list-style-type: none"> - Costes laborales - Costes de infraestructuras - Impuestos y costes de regulación <p>Salarios, costes medios de infraestructura, instalaciones y material, telecomunicaciones, viajes, impuestos, tasas, aduanas, cambio de moneda, ...</p>
Entorno (30%)	<ul style="list-style-type: none"> - Riesgos socioeconómicos - Infraestructura del país - Compatibilidad cultural - Proximidad geográfica - Seguridad de la propiedad intelectual <p>Situación económica, política y social, apoyos y corruptibilidad del gobierno, infraestructuras e inversiones relevantes, distancias entre país emisor y receptor, burocracia, telecomunicaciones, transportes, ...</p>
Recursos Humanos (30%)	<ul style="list-style-type: none"> - Tamaño del mercado laboral - Grado Educación - Experiencia - Barreras idiomáticas - Políticas de RR.HH <p>Cualificaciones y nivel educacional, nivel de retención de los empleados, dominio de idiomas, desgaste de los trabajadores, fuerza laboral, disponibilidad del personal, experiencia de los trabajadores, carácter, ...</p>

Vemos como el sector es muy atractivo para la IED

Monto acumulado mundial de la IED, por sectores, 1990 y 2002

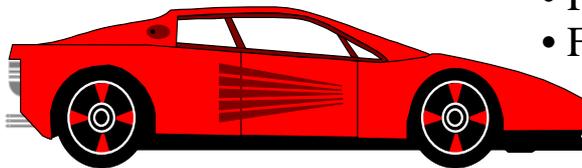
Monto acumulado de las entradas de IED



Ejemplo de servicios relacionados con la empresa

Servicios pre-producción:

- Diseño
- Estudios de mercado
- I+D



Servicios post-producción:

- Transporte & logística
- Distribución y posventa
- Publicidad y marketing
- Finanzas, Renting Leasing

Servicios de producción:

- Ingeniería
- Control de calidad
- Servicios TIC

Otros :

- Personal
- Contabilidad, legales
- Seguridad, reciclaje

**Entonces, Cómo podemos encontrar oportunidades en el mercado para nuestros servicios?
Algunos Tips ...**



El primer paso es hacer una *Reflexión sobre nuestras capacidades y recursos*

- ***Evaluar los Recursos existentes***
 - *Apoyo al más alto nivel gerencial*
 - *Capacidad de gestión del éxito*
 - *Experiencia en asociarse*
 - *Garantía de calidad*
 - *Respaldo financiero*
- ***Competitividad del servicio***
 - *Satisfacer las necesidades insatisfechas del cliente*
 - *Conciencia de la competencia, razón del éxito, condiciones del mercado*
 - *Adaptar su servicio desde el punto de vista cultural*
- ***Consideraciones culturales***
 - *Considerar al personal actual como recurso*
 - *Buscar la manera de observar la interacción*
 - *Aprender sobre la cultura*
 - *Contratar a alguien del país (por ej. a un estudiante)*
- ***Expectativas***
 - *Es más probable que tenga éxito y aumente sus ventas en el extranjero si está preparado para exportar*



Desarrollar los mercados de exportación para los servicios

- La pregunta. Cómo desarrollamos negocios en un mercado nuevo?
 - Uno de ellos a través de socios locales
 - Existen 4 pasos:
 - Búsqueda por Internet
 - Actividades con una red de contacto
 - Labores en la oficina
 - Tareas llevadas a cabo por las personas

Búsqueda por Internet

■ Conseguir:

- Información básica del mercado elegido
- Eventos que nos acerquen a los clientes, socios y/o conocer a la competencia, así como conocer la cultura

Resultado: Contar con la capacidad de seleccionar el mercado



Actividades con una red de contacto

- Cuando ya seleccionó el mercado
 - Identificar a contactos, pueden ser: compatriotas, consultores, contadores, abogados, estudiantes o empresas y gremios
 - Organizar presentaciones, publicar artículos, aprovechar de firmas extranjeras para ser citados en revistas
 - Solicitar directorios, e identificar nichos de mercados o competidores
 - Requerir información de quien es quien y presentar carta de la empresas a personas claves en el mercado



Labores en la oficina

- Ya conoce el mercado, el ambiente competitivo y cultural
 - Prepararse para una buena presentación
 - 3 tipos de mercados:
 - Paso rápido, competitivo: Estados Unidos y Europa del Norte, debe responder rápido y estar preparado
 - Relación: basado en relaciones con potenciales clientes, importante conocer la cultura
 - En desarrollo: se accede a través de fondos multilaterales

Importante contar con materiales de promoción: tarjetas de presentación (lo más importante), catálogos, web, otros.



Tareas llevadas a cabo por las personas

- Una de ellas, viajando al mercado ó utilizando la internet



**Finalmente la exportación
del servicio**



Entonces muy importante. No se olvide de..

■ **Determinar mi competitividad en el extranjero**

- Capacidad en el control de la calidad de mi servicio (competitividad basada en la calidad)
- Mejor relación calidad-precio (competitividad basada en el precio)
- Capacidad de atender a los clientes insatisfecho (competitividad basada en la singularidad o la innovación)
- Capacidad de brindar servicios culturalmente apropiados (competitividad basada en la sensibilidad cultural)



Entonces muy importante. No se olvide de..

■ **Utilizar diferentes vías de acceso del mercado extranjero**

- Vía virtual (internet)
- Extranjeros presentes en el mercado de origen
- Subcontrata con líder internacional del sector
- Establecer una oficina en el exterior
- Alianza estratégica con empresa local conocida
- Ferias y Misiones



II. Programa de Promoción de Exportación de Servicios



INSTRUMENTOS DE GESTION DEL PROGRAMA

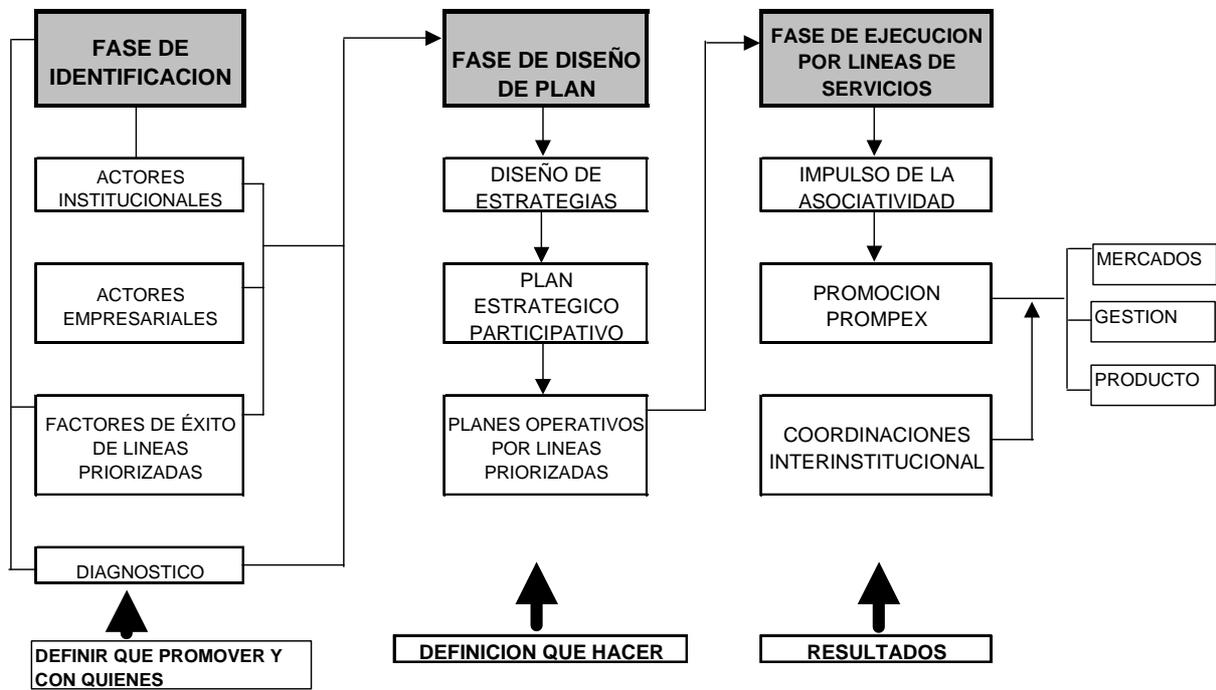
- A nivel Nacional
 - Estrategia Nacional de Competitividad
 - Plan Estratégico Nacional Exportador-PENX
- A nivel Sectorial
 - Plan Operativo Exportador del Sector Servicios
- A nivel Institucional
 - Planes Estratégicos y Operativos en:
Salud, Software, Ingeniería y Consultoría de Gestión



Plan Operativo Exportador de Servicios



PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES DE SERVICIOS PROMPEX



- 
- Estamos convencido que el Perú cuenta con un importante potencial exportador en servicios, el cual debe ser apoyado e impulsado en su proceso de incursión en el mercado internacional.
 - Indicadores importantes:
 - 55% del PBI es aportado por Servicios
 - 70% de la PEA es empleada en el sector servicios
 - 70% de las IED se han dirigido al sector servicios
 - 12% de las exportaciones del país son generados por el sector de servicios

Programa de Promoción de Exportaciones de Servicios de PROMPEX



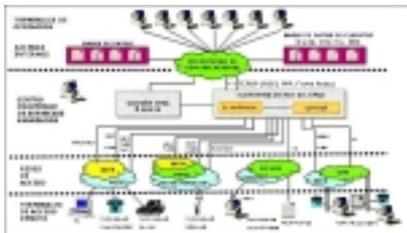
La ciudad del Software



Consultoría e Ingeniería



Cirugía Plástica y Estética



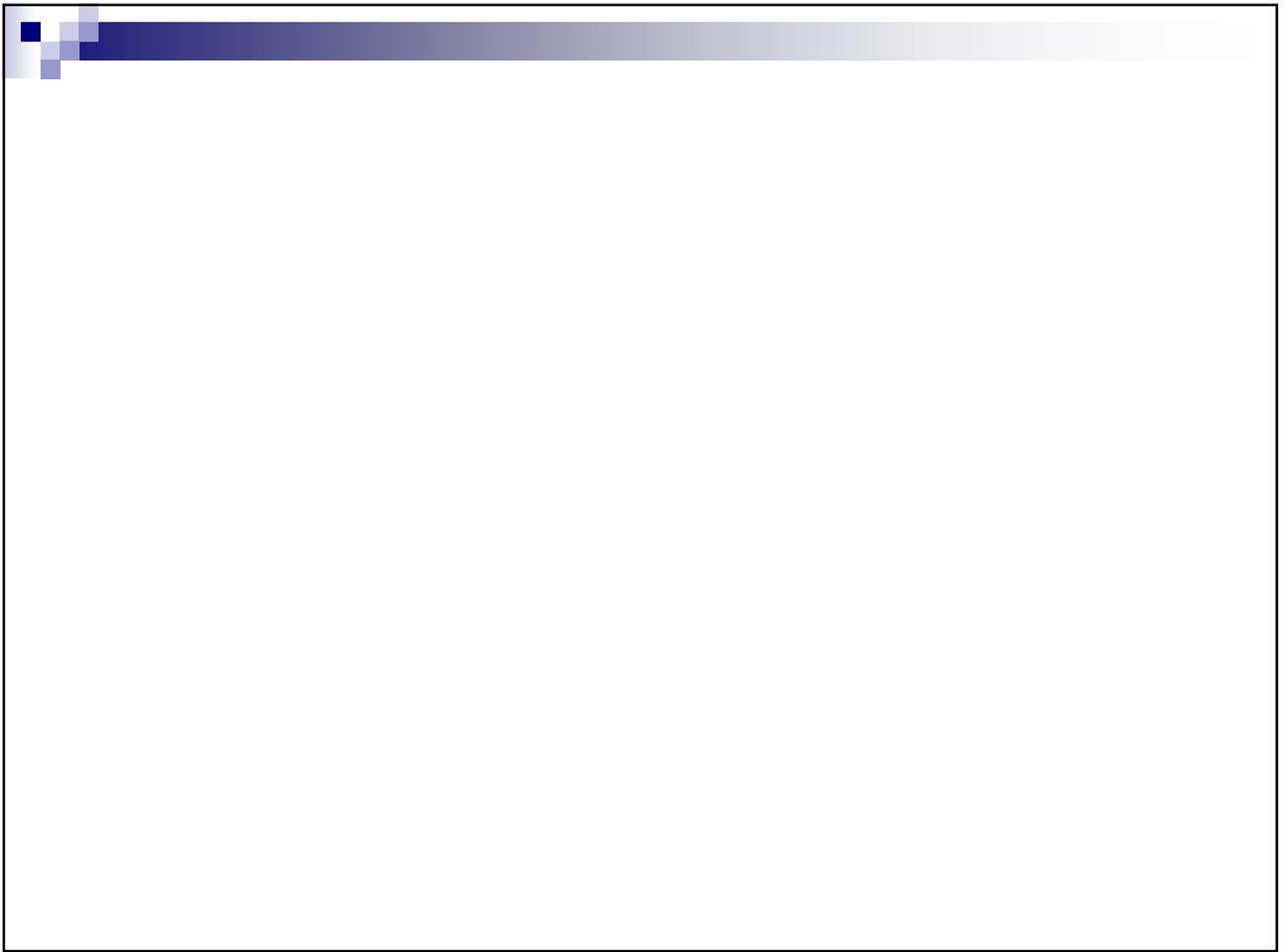
Call Center



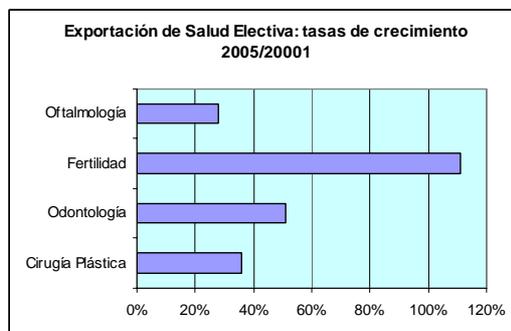
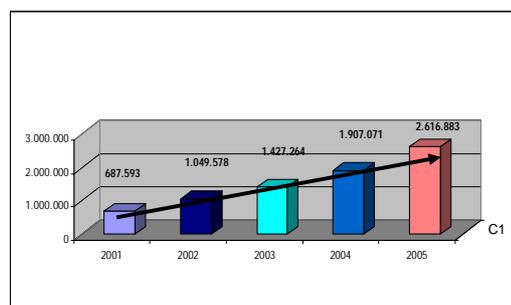
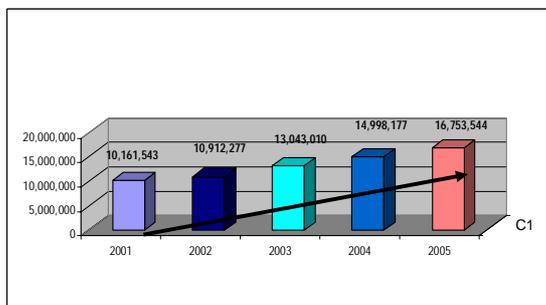
Reparación y Mantenimiento de aeronaves



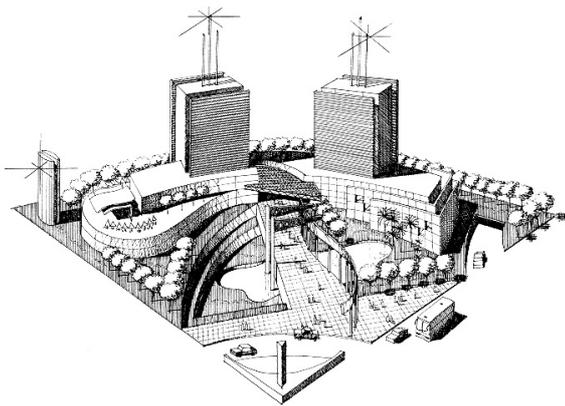
Reparación y Mantenimiento de naves



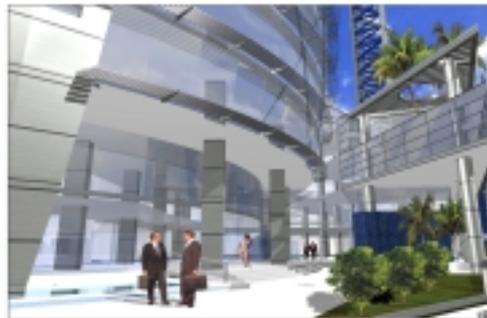
Las exportaciones del Grupo Piloto Exportador de Salud Electiva, alcanzan el 16% de su facturación total. Sin embargo, en los últimos 5 años presenta un crecimiento promedio del 41% anual



SERVICIOS DE SOFTWARE



**Proyecto
“La Ciudad del
Software”**





SERVICIOS DE SOFTWARE

- Gasto Mundial Software 2003: \$185 mil millones
En TICs: \$1,713 mil millones, Estados Unidos 32%,
Europa 30%, Japón 12%
- Perú: 150 empresas formales.
- Ventas año 2003: 70 millones de dólares.
- Generan 4000 puestos de trabajo directo calificado.
- Exportación 2004: 14 millones de dólares – Mercado Latinoamericano.
- Tasa promedio de crecimiento, últimos 3 años: 25%.
Exportaciones: 35%
- Sueldo Promedio de un Programador: US\$525. Un analista: US\$1,028
- Niveles de Rentabilidad: 15%-20%



SERVICIOS DE SOFTWARE

TIPO DE SOFTWARE

- HORIZONTALES
- VERTICALES
- DESARROLLO A MEDIDA

TIPO DE EMPRESAS

- LAS EMPRESAS GRANDES (MULTINACIONALES):
MICROSOFT, ORACLE, SAP, IBM, etc.
- EMPRESAS MEDIANAS, PEQUEÑAS: APESOFT
- EMPRESAS PEQUEÑAS, MICRO:
DESARROLLADORAS DE SOFTWARE A MEDIDA.

SERVICIOS DE SOFTWARE

PRODUCTOS

SOFTWARE PACKET :

- Sector Salud
 - Sector Bancario
 - Sector Construcción
 - Sector Gobierno
 - Sector Educativo
- Soluciones ERP para PYMES

Antivirus

SERVICIOS IT

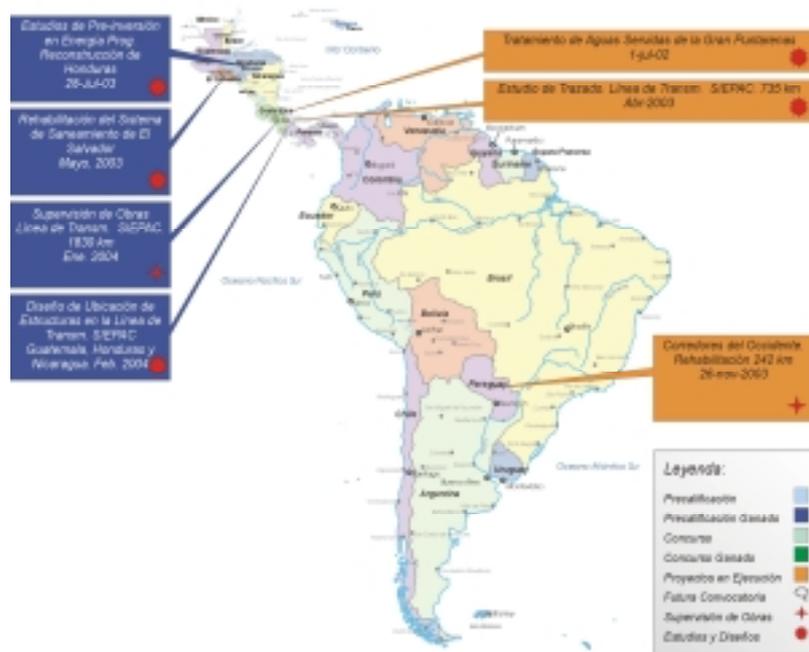
■ MERCADOS ACTUALES

- Colombia, Bolivia, Ecuador, Venezuela, Chile.
- México, Rep. Dominicana, El Salvador, Nicaragua
- Miami USA
- España, Italia.

MERCADO NACIONAL ES DE US\$ 740 millones

SERVICIOS DE CONSULTORIA E INGENIERIA

Participación Actual de CESEL en Latinoamérica



SERVICIOS DE CONSULTORIA E INGENIERIA

- CONSUCODE cuenta con 1,625 empresas y consultores individuales de los cuales 1110 son de Lima.
- El 58% está registrado en 1 ó 2 especialidades y quienes se inscriben en 5 o más representan apenas el 10%.
- La Asociación Peruana de Consultoría APC, tiene registrada 48 empresas consultoras y 30 consultores individuales.
- Las empresas se han diversificado en el Perú y tienen una importante experiencia, permitiéndoles precalificar en eventos internacionales.
- La capacidad, preparación y prestigio del ingeniero peruano es reconocida en el exterior.
- Se estima que el mercado mundial es de US\$ 169,000 millones anuales. Centroamérica y Suramérica significa entre US\$ 2,500 y 3,000 millones.

EL PERÚ PODRÍA LLEGAR A EXPORTAR ANUALMENTE ENTRE 40 A 50 MILLONES DE DÓLARES A LA REGIÓN

SERVICIOS DE CONSULTORIA

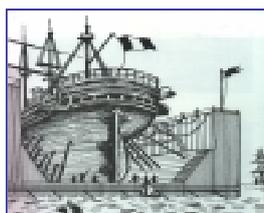


SERVICIOS DE CONSULTORIA

- Know how especializado.
- Reconocimiento internacional en la ejecución.
- Menos costo en remuneraciones.
- “Cercanía” mayor a realidad de países en desarrollo.
- Experiencia en desarrollo y gerencia de alianzas.
- Exportaciones de Servicios profesionales bordean los \$270 billones, 85% por cargo de empresas de economía desarrolladas
- Mercado contable: \$142 billones
- Consultoría en gestión: \$80 billones

EEUU IMPORTA EN SERVICIOS DE CONSULTORIA POR MAS DE \$70 BILLONES Y EUROPA OCCIDENTAL \$40 BILLONES

SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE NAVES



SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE NAVES

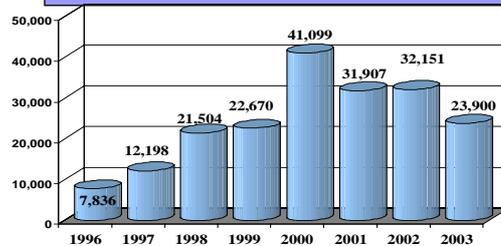
- Instalaciones completas para el mantenimiento del casco, reparaciones y construcción naval (dique seco, diques flotantes, talleres por especialidades, grúas, maquinaria).
- Mano de obra especializada.
- Liderazgo en costos (precios bajos comparativos en la región)
- Certificación ISO 9001:2000
- Mercados Potenciales: Ecuador Japón, Corea, Colombia, Panamá, Chile, Latinoamérica, Grecia, EEUU y UE.

	2000	2001	2002	2003
Naves Extranjeras	67%	69%	62%	83%
Alto Bordo	47%	55%	13%	41%
Bajo Bordo	20%	15%	49%	42%
Naves Nacionales	33%	31%	38%	17%

SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE AERONAVES



Presupuesto en Nuevos Soles



SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE AERONAVES

- CALIDAD DE REPARACIONES
- CERTIFICACIONES INTERNACIONALES
- CONFIABILIDAD
- EXPERIENCIA
- INFRAESTRUCTURA, HANGARES, EQUIPOS Y
- HERRAMIENTAS PROPIOS
- BAJO PRECIO DE MANO DE OBRA
- TIEMPO DE ENTREGA
- SERVICIO PERSONALIZADO AL CLIENTE
- CAPACIDAD DE PRODUCCION CONTINUA
- SEGURIDAD DE INSTALACIONES

ACTUAL MERCADO DC 8 / FOKKER F 28
POTENCIAL DC-10 SERIES y B737 SERIES 300 - 700

SERVICIOS CULTURALES





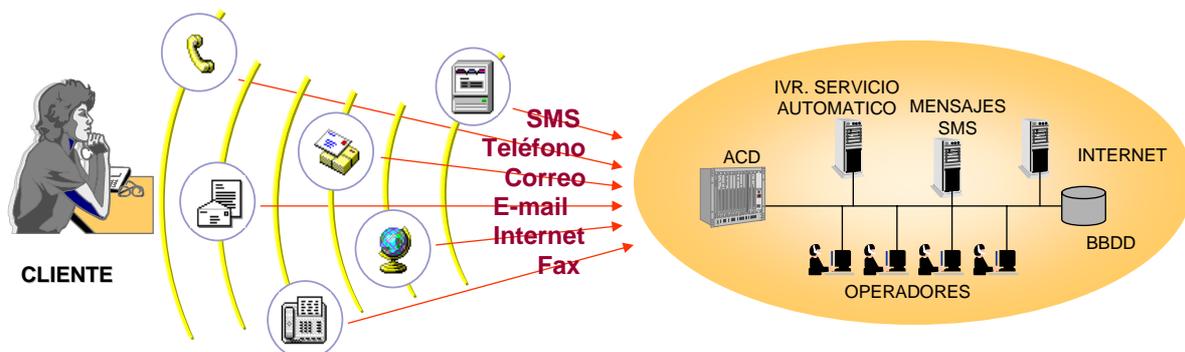
SERVICIOS CULTURALES

Capacidad competitiva

Susana Baca considerada una de las 5 divas más importantes en el mundo de la World Music, ha realizado:

- Más de 300 conciertos en las principales ciudades europeas.
- Más de 200 conciertos en las principales ciudades de Norteamérica y el Canadá.
- Numerosos conciertos en las principales capitales de la América Latina, África, Polinesia, Asia menor, en fin, en casi todas las ciudades significativas del mundo.
- Ha producido mas de 6 discos internacionales con un volumen de ventas superior a los 60.000 ejemplares por cada uno
- Ha recibido numerosos premios y reconocimientos internacionales
- Ha recibido numerosas medallas y reconocimientos nacionales
- Su vida y su obra se difunde en dos documentales realizados por la televisión europea y japonesa.

SERVICIOS DE CALL CENTER



Se trata del conjunto de elementos ubicados al interior de la plataforma del call center o centro de contactos, que posibilita desarrollar el tratamiento de las llamadas o contactos de los/con usuarios del servicio o clientes de nuestros clientes, de acuerdo a la naturaleza de cada servicio que se les brinda.

En el Perú se estima que existe 6,500 posiciones menos del 1% de lo existente en América Latina



OPORTUNIDADES DEL MERCADO PARA LOS CALL CENTER

- Según un informe de la consultora estadounidense “Datamonitor (1) “el número de posiciones de teleoperación de contact centers en América Latina y el Caribe , crecerá de **336,000 en 2003** a **730,000 en 2008**, el mayor crecimiento a registrarse en el ámbito global.
- El informe estima que hacia el 2008 el 83% de la población total de agentes de teleoperación se ubicarán en México y Brasil.
- El reporte destaca igualmente el caso de Argentina, país que ha registrado el mas rápido crecimiento del número de puestos de contact center destinados a la atención de servicios ubicados fuera de su territorio nacional (Servicios deslocalizados). Este crecimiento estaría añadiendo 7000 puestos de atención de contact center, cifra que se proyectaría a 10,000 puestos de atención hacia el 2008.

(1) “Call Center Outsourcing in Latin America and the Caribbean to 2008”



Principales Retos para la promoción de exportaciones de servicios

- **Implementar regímenes de exportación para los servicios; la legislación aduanera y tributaria no promueve su exportación**
- **Generar mayor conocimiento del potencial exportador de servicios. Actual metodología de registro de exportación de servicios, no permite conocer las exportaciones reales**
- **Construir información sobre las características de la oferta de cada sub sector potencial de servicios**
- **Lograr el reconocimiento oficial sólo de algunos modos de suministros de servicios**
- **Limitados instrumentos y mecanismos para la promoción de exportaciones de servicios**



Principales Retos para la promoción de exportaciones de servicios (sigue..)

- **Mejorar la deficiente infraestructura tecnológica y especializada para exportaciones de servicios**
- **Que los Gremios profesionales no orienten sus servicios hacia la promoción empresarial y de servicios de sus asociados**
- **Contar con empresarios asociados bajo alianzas empresariales que actualmente se encuentran dispersos y con poco posicionamiento en el mercado internacional**
- **La existencia de fuentes de financiamiento al sector, debido a la intangibilidad de los servicios**
- **Más empresas peruanas de servicios cuenten con certificaciones de calidad**
- **Tener una cultura exportadora en exportación de servicios**



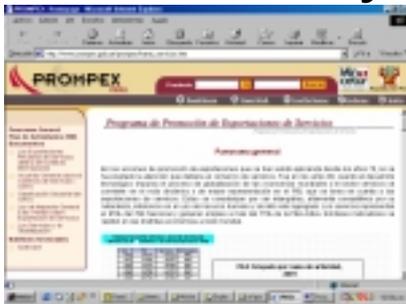
III. Herramientas de Promoción Comercial



Desarrollo de Marcas



Portales y Páginas Webs



www.prompex.gob.pe/servicios



www.perusoftware.org

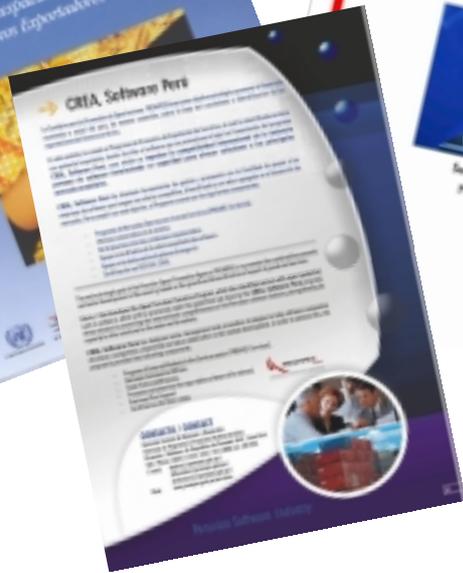


www.peruconsulting.org



www.perhealth.org

Publicaciones





Presentaciones Multimedia de:

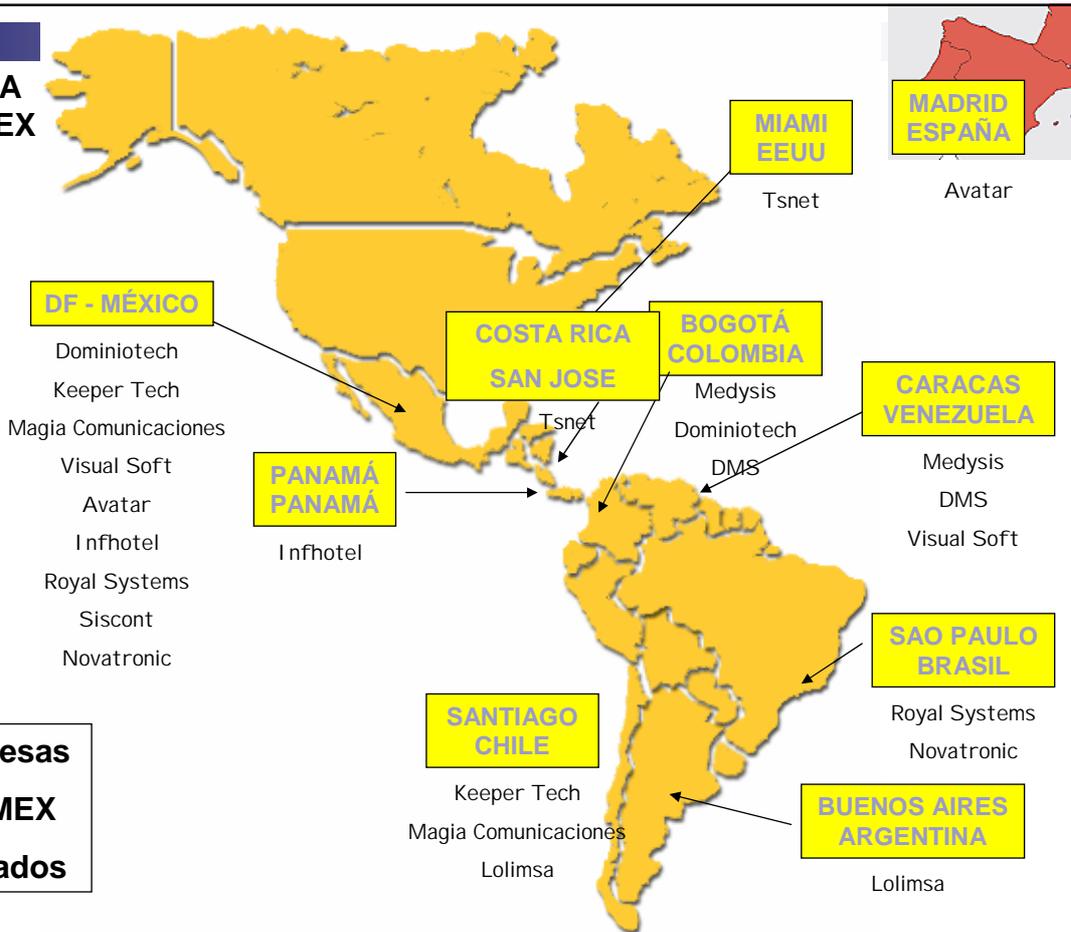
- **Salud Electiva**
- **Software**



Programas de Mercados Externos - PROMEX

Es una herramienta de desarrollo de mercado que combina instrumentos de la **inteligencia de mercados** y de **promoción comercial** que pretenden contribuir a **posicionar los servicios de exportación** en el mercado internacional, principalmente en el latinoamericano

DEMANDA DE PROMEX



- 13 Empresas
- 25 PROMEX
- 10 Mercados

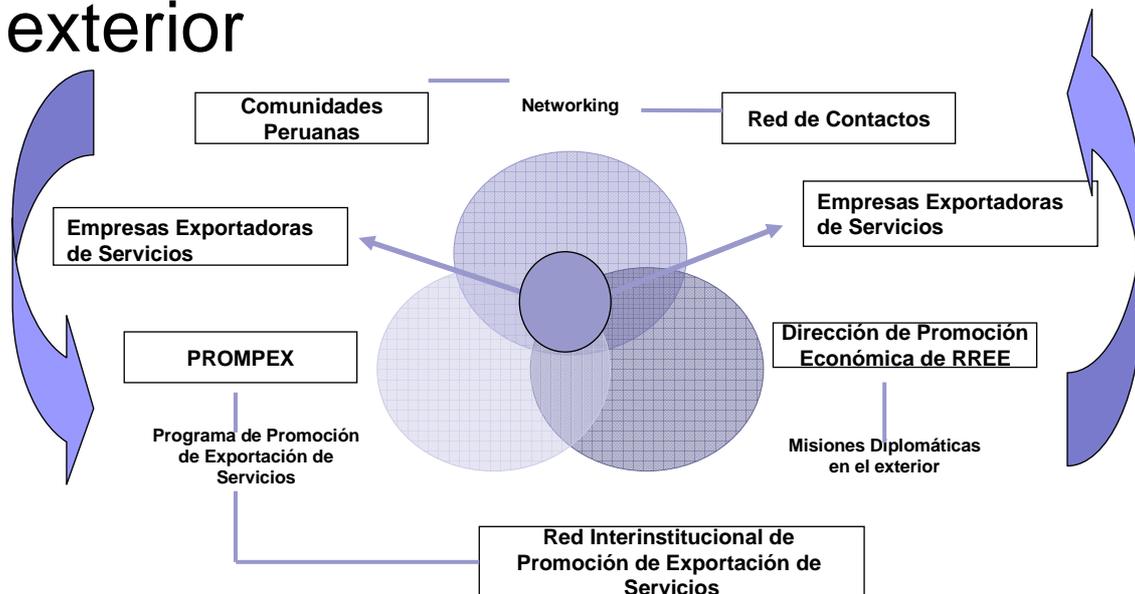


Red de Contactos Comerciales en el exterior

Utilizar las oportunidades comerciales existentes el exterior para la colocación de la oferta de servicios, mediante el establecimiento de una Red de contactos comerciales (Networking), como agentes intermediarios, que dispongan de información o con capacidad de incidir en la decisión para conseguir nuevas oportunidad de negocio

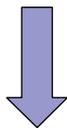
- 1'200, oportunidades aprovechadas. Según la teoría de Stanley Milgram de los Seis Grados de Separación, se dice que dos personas de cualquier parte del mundo están conectadas entre sí por una cadena de contactos de seis personas.

Quiénes integrarían la Red de Contactos Comerciales en el exterior



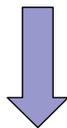
Plan Operativo Exportador del Sector Servicios

Política I



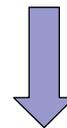
**Mejorar y crear
Condiciones de
Competitividad**

Política II



**Fortalecer e impulsar
la institucionalidad**

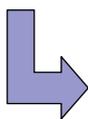
Política III



**Des. Oferta Exportable
y acceso a los
Mercados int.**

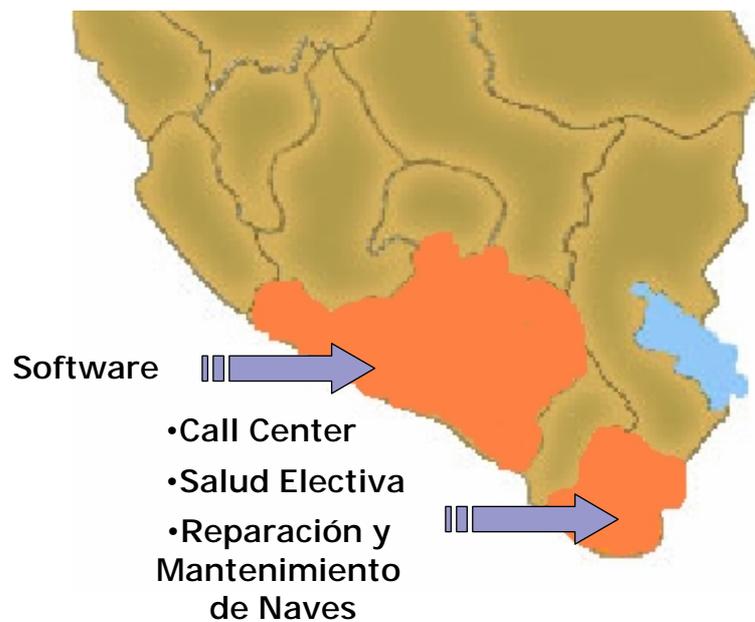


**Establecer medidas para atraer
la inversión privada hacia el
sector servicios**



**Analizar y establecer Centros
Especiales de Desarrollo – CED,
tomando como base los CETICOS**

Servicios con potencial identificado para Desarrollo en CETICOS/Zonas Francas



IV. Principales logros alcanzados



PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS

- **Convenio BID-CAMCOM “Apoyo a la competitividad de Industria del software”**
- **Apoyo de la CAF y BID para desarrollar actividades de mejora a la competitividad, apoyo a la institucionalidad y promoción comercial**
- **Cooperación del CCI para capacitar en marketing de servicios y como exportar servicios con éxito**
- **Diagnósticos, planes estratégico y operativos de sub sectores**
- **3 marca país y 4 grupos pilotos exportadores de servicios**
- **Agenda de Trabajo a través del Plan Operativo Exportador del Sector de Servicios - PENX**
- **Seminarios y publicaciones sobre el potencial exportador de servicios**
- **Expedientes empresariales**



Principales logros alcanzados (sigue)

- **Módulo de Servicios en la WEB de PROMPEX y seleccionado material bibliográfico sobre el mercado de los servicios**
 - Un portal de salud: www.peruhealth.org y 2 web para software y consultoría e ingeniería
- **Catálogos del Oferta Exportable en Salud Electiva y Software**
- **Certificación de 20 empresas de servicios con ISO 9001:2000**
- **Convenios interinstitucionales con Cámara de Comercio de Lima, ADEX, APESOFT y Cámara Peruana de Franquicias para incorporar actividades sobre exportación de servicios**
- **Red Interinstitucional de Promoción de Exportación de Servicios**
- **En PROMPEX haber tomado la decisión de convertir al Programa en una Gerencia de Servicios**
- **Programa Andino de Promoción de Exportación de Servicios en la CAN**
- **Herramientas de promoción comercial para servicios**
- **Programa de Salud Electiva en Tacna**





**“CONSIDERAMOS IMPORTANTE AUNAR
ESFUERZOS, ENTRE EL SECTOR PUBLICO Y
PRIVADO, EN ARAS DE GENERAR UN CLIMA
FAVORABLE PARA PROMOVER
EFICIENTEMENTE LAS EXPORTACIONES DE
SERVICIOS”**





“Potencial Exportador de Servicios en el Perú”

David Edery Muñoz
Gerente de Programas y Proyectos Multisectoriales
dedery@prompex.gob.pe
28 de junio del 2006

