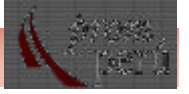




COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

# PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACION DE SERVICIOS

**David Ederly Muñoz**  
**Coordinador General**  
**Departamento de Exportación de Servicios**  
**[dedery@promperu.gob.pe](mailto:dedery@promperu.gob.pe)**



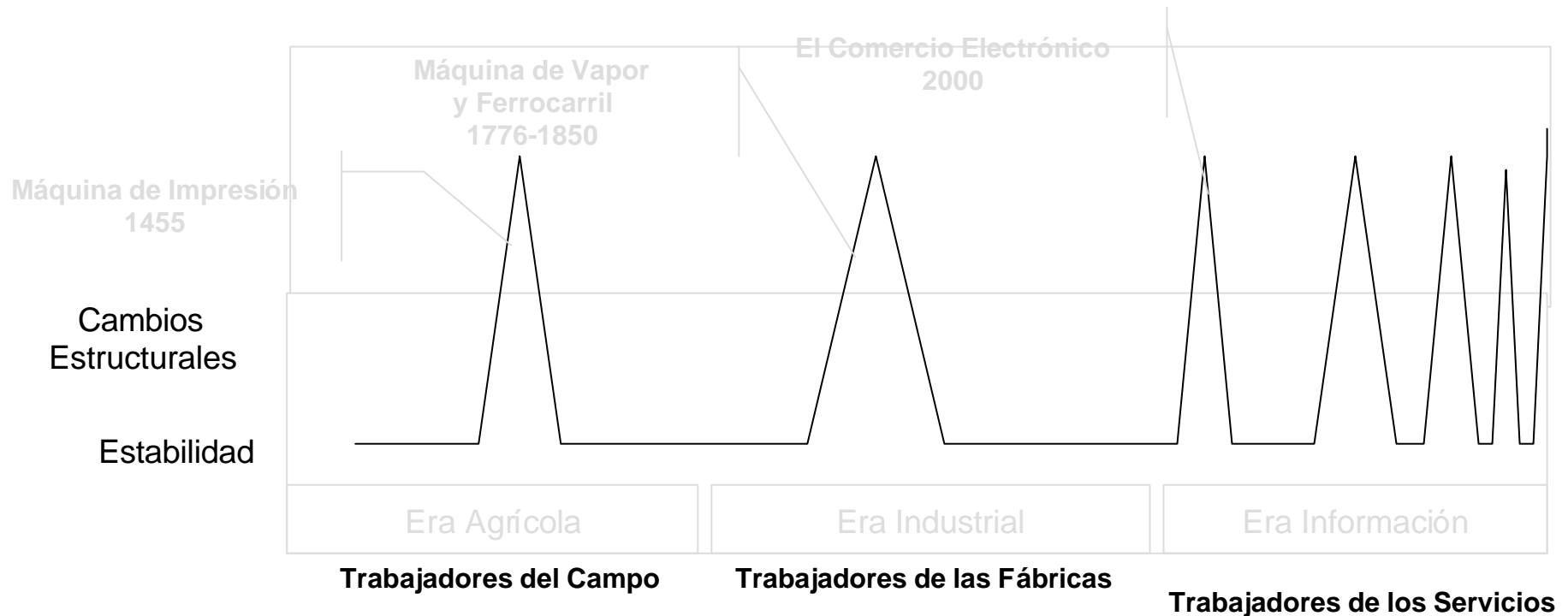
# Agenda

- Situación Actual
- Programa de Promoción de Exportación de Servicios
- Herramientas de promoción



# Situación Actual

# Cambios de la Economía Mundial hacia la 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.***

# Estos cambios han ocurrido gracias a 2 factores



Obtenida de:  
[www.bestel.com](http://www.bestel.com)



- **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

GLOBALIZACION

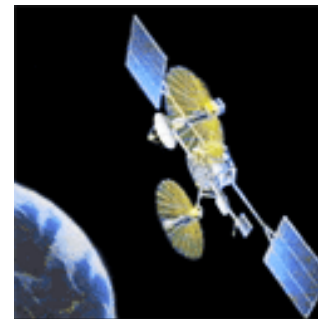


COMPETITIVIDAD DEL PAIS



COMPETITIVIDAD DE  
LAS EMPRESAS

**“Crecimiento y Bienestar para todos los ciudadanos”**



Obtenida de:  
[www.nasa.gov](http://www.nasa.gov)



# **La globalización y el avance tecnológico han significado tener nuevos consumidores y estilos de oferta**

- Emerger actores relevantes como grandes despensas de mano de obra calificada y de estructuras de costes diferenciadas
- Nuevas formas de reducir costes a través del Outsourcing (necesidad de las empresas por solamente dedicarse a su core business) y del Teletrabajo
- Mayor estandarización en los diferentes modos de consumo, en la producción y en las organizaciones empresariales
- Transparentar este comercio a través del Acuerdo General del Comercio de Servicios – OMC, Decisión 439 de la CAN y los Tratados de Libre de Comercio que incluyen capítulos de Servicios
- Presencia de peruanos en el exterior generan oportunidades

**EXPANSIÓN DEL SECTOR HACE**

MÁS DE 100 AÑOS	30-55 AÑOS	15-30 AÑOS	5-15 AÑOS
-----------------	------------	------------	-----------

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

# La Competitividad de la Empresa Exportadora exige una visión más global





# Vinculado a la Inversión Directa

Categoría	Características
Costes (40%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costes laborales</li> <li>- Costes de infraestructuras</li> <li>- Impuestos y costes de regulación</li> </ul> <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"> <li>- Riesgos socioeconómicos</li> <li>- Infraestructura del país</li> <li>- Compatibilidad cultural</li> <li>- Proximidad geográfica</li> <li>- Seguridad de la propiedad intelectual</li> </ul> <p>Situación económica, política y social, apoyos y coruptibilidad 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"> <li>- Tamaño del mercado laboral</li> <li>- Grado Educación</li> <li>- Experiencia</li> <li>- Barreras idiomáticas</li> <li>- Políticas de RR.HH</li> </ul> <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>

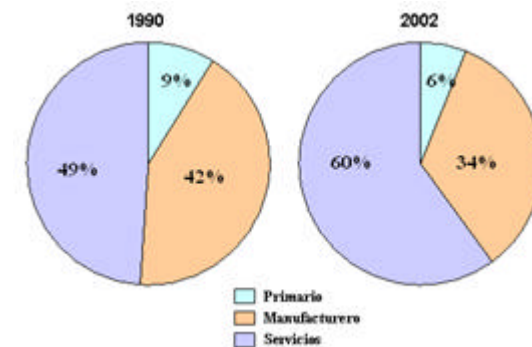
Fuente: consultora A.T.Kearney

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

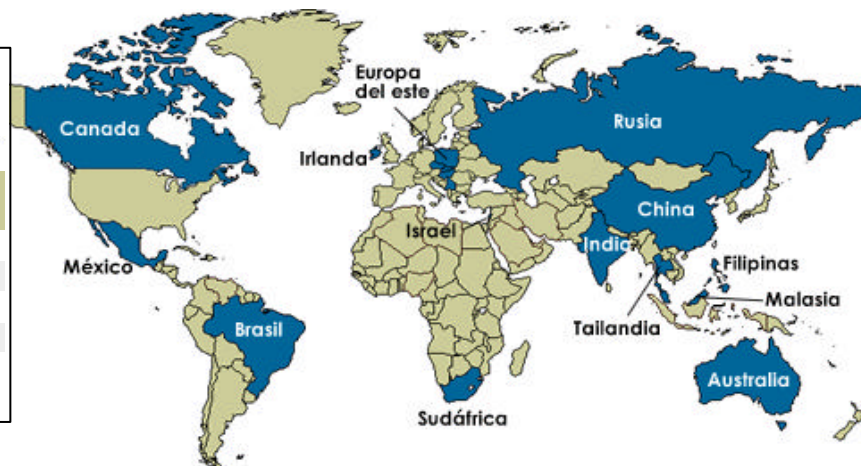
Centros de llamadas	Centros de Servicios compartidos	Servicios de Tecnologías de la Información
India - 60	India - 43	India - 118
Canadá - 56	Irlanda - 19	Reino Unido - 73
Reino Unido - 43	Singapur - 8	China - 60
China - 30	Hungría - 7	Singapur - 35
Irlanda - 29	Reino Unido - 7	Alemania - 34

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

Monto acumulado de las entradas de IED



Los países que captan el 70% del mercado mundial de servicios deslocalizados: Irlanda, Canadá, Israel e India. Los países dominantes en *offshoring* son de lengua inglesa





## **Debemos seguir la tendencia mundial**

- Incremento de la inversión extranjera directa busca oportunidades en nuevos sectores para generar mayor rentabilidad
- Las multinacionales vienen deslocalizando algunas de sus operaciones en países con un entorno favorable para sus negocios
- Los gobiernos vienen adecuando sus marcos normativos para ser atractivos a esta nueva tendencia

# Lima es la séptima capital con mejores condiciones para hacer negocios en América Latina

## Ranking Ciudades 2009

RK09	RK08	Ciudad	Población (Mill. Hbt)	PIB 08 (US\$ Mill)	Var.%PIB 08/07	Libertad para hacer negocios	Entorno macroeconómico		Tamaño y dinamismo económico		Capital Humano	
							Indice 2009	Var.%09/08	Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08
1	1	Sao Paulo	20.23	287,552	6.45	58.60	59.60	(9.00)	74.50	(15.60)	60.40	11.20
2	3	Santiago	6.92	84,723	3.73	77.70	71.90	(16.90)	43.60	33.20	49.00	(10.10)
3	2	Miami	5.44	254,338	(2.28)	85.50	59.70	(27.10)	44.30	(15.20)	65.00	(11.10)
4	4	C. de México	20.59	229,995	3.03	62.50	58.70	(21.80)	54.30	37.10	48.20	4.60
5	5	Buenos Aires	12.65	154,741	5.54	51.40	50.90	6.90	51.60	21.60	38.10	(21.90)
6	8	Bogotá	7.33	66,754	2.64	64.60	62.90	9.40	36.20	24.80	22.80	11.00
7	9	Lima	8.59	40,182	7.81	62.00	54.00	(14.10)	46.00	94.40	17.60	(43.80)
8	14	Belo Horizonte	2.45	18,224	7.08	58.60	59.60	(9.00)	43.00	64.90	31.60	59.00
9	20	Montevideo	1.48	15,735	9.45	64.30	62.80	6.60	48.30	114.10	13.30	(20.60)
10	6	Monterrey	3.54	55,876	7.55	62.50	58.70	(21.80)	53.30	82.60	9.90	(20.80)

Fuente: América Economía No. 013, pág. 25

# Lima es la séptima capital con mejores condiciones para hacer negocios en América Latina

## Ranking Ciudades 2009

RK09	RK08	Ciudad	Servicios Personales		Servicios Corporativos		Conectividad Física		Poder de Marca		Sustentable	ICUR 2009
			Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08		
1	1	Sao Paulo	40.20	32.90	68.60	5.40	81.70	(13.00)	75.00	5.80	55.10	64.80
2	3	Santiago	53.60	(2.20)	63.30	19.50	32.20	(30.40)	100.00	-	49.90	57.00
3	2	Miami	43.30	8.10	54.30	(15.80)	70.10	(9.70)	58.00	(36.90)	77.80	54.70
4	4	C. de México	41.60	(18.10)	69.90	12.20	48.60	(24.40)	54.00	(4.80)	54.90	54.00
5	5	Buenos Aires	46.90	13.50	73.10	21.90	42.80	(5.40)	84.40	(5.20)	46.60	51.80
6	8	Bogotá	36.90	35.30	54.80	25.90	32.50	(6.10)	74.40	1.50	69.30	44.40
7	9	Lima	42.60	34.10	58.00	42.50	28.10	13.50	60.90	55.70	51.90	43.80
8	14	Belo Horizonte	53.00	23.80	52.50	43.70	11.80	51.10	17.00	(39.40)	23.80	43.80
9	20	Montevideo	50.10	60.40	50.80	54.60	11.40	(15.00)	34.20	(41.00)	46.70	43.70
10	6	Monterrey	42.60	(0.70)	45.30	58.60	14.70	32.20	49.40	(20.90)	67.30	43.40

Fuente: América Economía No. 013, pág. 25

# En América Latina, el Perú es el segundo país con mejor clima económico para las inversiones

El ICE es elaborado con una combinación de dos índices separados que miden la situación económica actual y las expectativas para los próximos seis meses, para lo cual fueron consultados 110 especialistas en 15 países.

Índice de Clima Económico (ICE)

PAÍS	Oct-07	Ene-08
URUGUAY	8.4	7.7
PERÚ	7.3	7.4
COSTA RICA	7	7
BRASIL	6.4	6.5
PARAGUAY	5	6.4
COLOMBIA	6.2	5.5
CHILE	6.6	5.3
ARGENTINA	4.3	5
MÉXICO	5	4.5
VENEZUELA	5.3	4.1
ECUADOR	4.3	3.2

**Fuente: FGV**

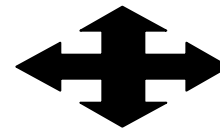
Elaborado: Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad de Múnich (IFO) y la Fundación Getulio Vargas (FGV) de Brasil



# Programa de Promoción de Exportación de Servicios

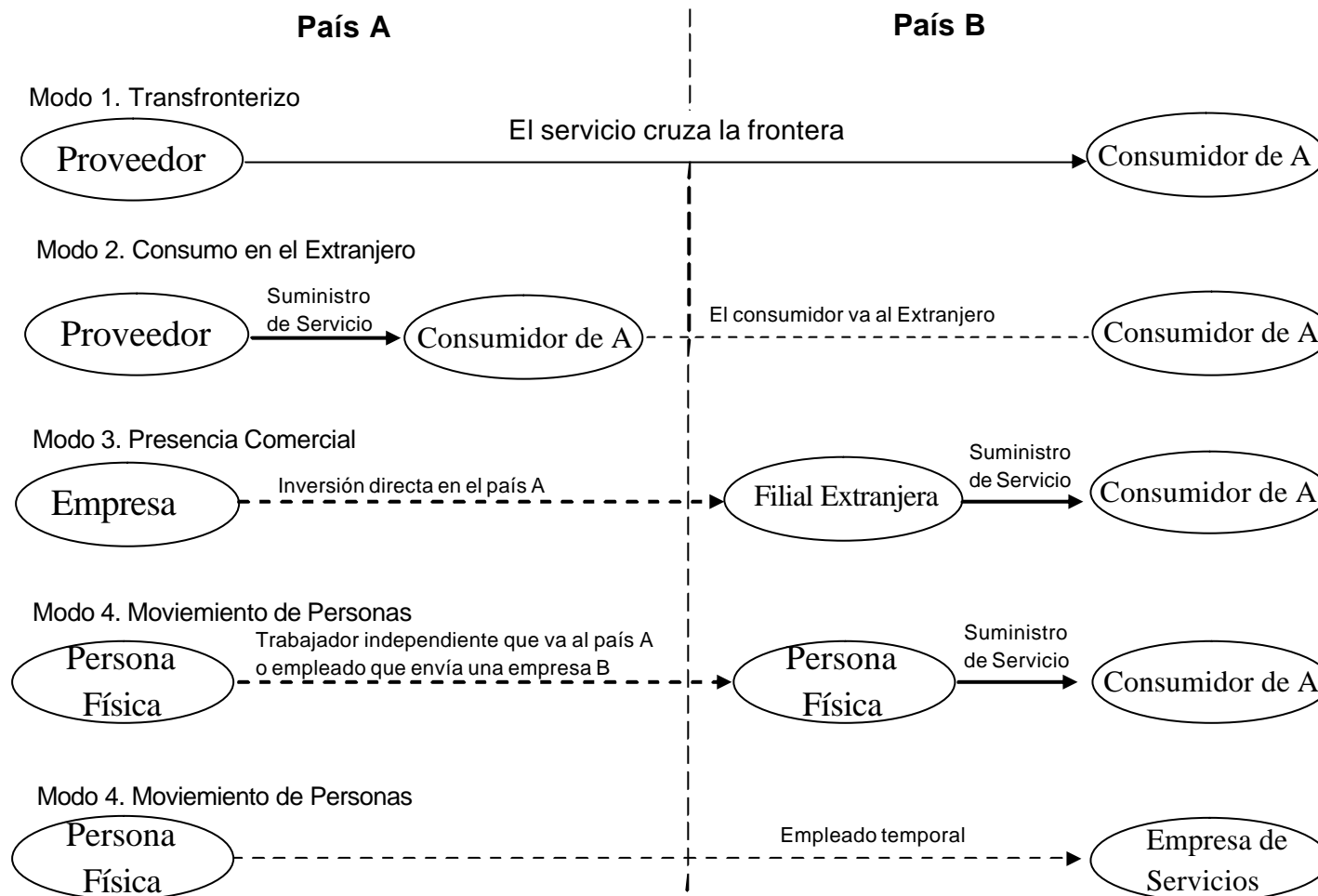


**Según el Acuerdo General del Comercio de Servicios – OMC, es el suministro de un servicio de un residente hacia otro no residente**



**A nivel andino tenemos la Decisión 439 y 510 de la CAN**

# Modos de Exportar Servicios







## Perú: 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.

**Solo se reconoce el modo de comercio transfronterizo**



# Contamos con 11 tipos de servicios reconocidos dentro del Apéndice V 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**
11. **Reparación y mantenimiento de Naves y Aeronaves**



# Diagnóstico FODA Sectorial

## ANALISIS INTERNO

### Fortalezas

- Profesionales con reconocimiento internacional
- Infraestructura y equipamiento sin brecha
- Estructura de costes diferenciada
- Sector atractivo para la inversión privada
- Ubicación geográfica estratégica
- POS Servicios ejecutado por PROMPERU

### Oportunidades

- La globalización y desarrollo de las TICs
- Necesidades d establecer Redes Integradas de Empresas
- No existe limitaciones para acceder a la tecnología de punta
- Organismos internacionales y TLC promueven el comercio de servicios
- Importante presencia de peruanos en el extranjero

## ANALISIS EXTERNO

### Debilidades

- No es un política de Estado
- Limitada información estadística
- Pocas empresas de servicios internacionalizadas
- Poca institucionalidad
- Migración del capital humano

### Amenazas

- Países vecinos impulsan los servicios como política de Estado
- Crisis laboral a nivel internacional por efecto de la globalización
- Creciente exigencia de certificaciones de calidad

# Plan Operativo Exportador de Servicios dentro del marco del PENX



Plan Operativo Exportador de Servicios

Plan Estratégico Regional Exportador de Tacna



Planes Estratégicos y Operativos de Servicios de Salud Electiva, Software, Ingeniería y Consultoría, Consultoría de Gestión y Franquicias



# Oferta Exportable Identificada

## En el POS Servicios

- 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**

## Programa de Promoción de Exportación de Servicios

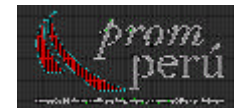
- Software**
- Salud Electiva**
- Franquicias**
- Call Center**
- Consultoría e Ingeniería**
- Mantenimiento y Reparación de Naves y Aeronaves**

## Con otras organizaciones

- Servicios Ambientales – FONAM**

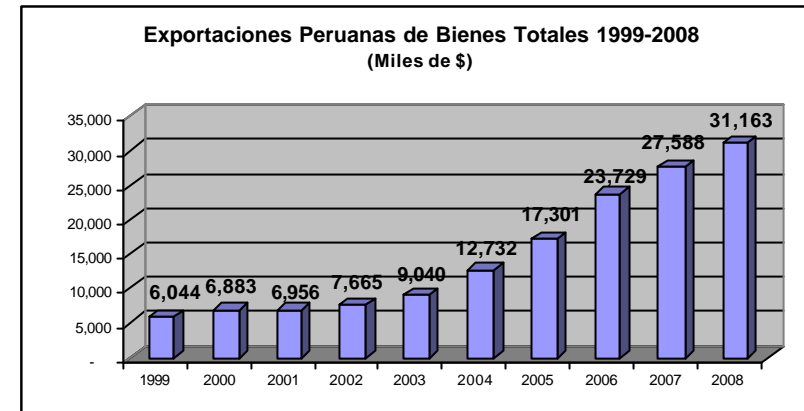
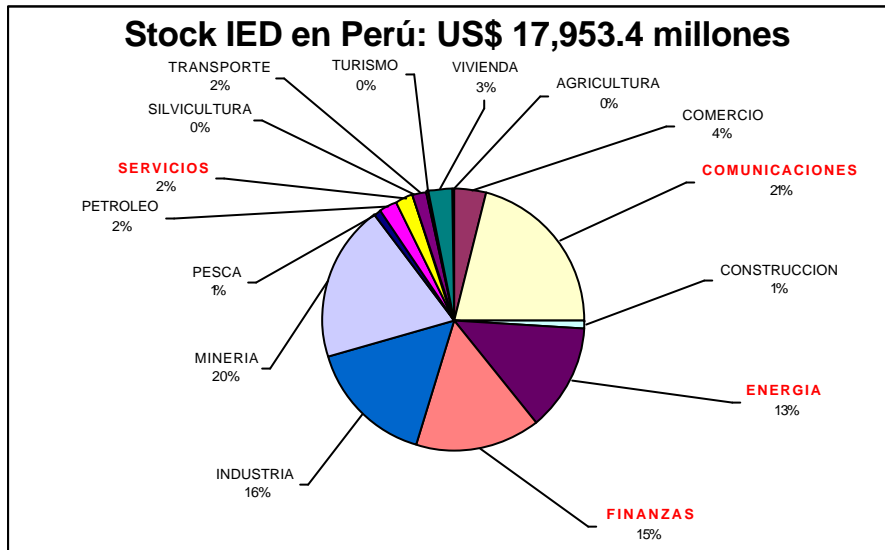


# INSTITUCIONALIDAD





# Inversión y Exportaciones



La economía peruana continúa en expansión. El crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) registrado durante el 2008, que alcanzó 9.8%, uno de los más altos crecimientos en la economía mundial; gracias entre otros, al aumento de inversiones, del consumo y de las exportaciones.



Fuente: BCRP

Elaboración: Departamento de Exportación de Servicios de PROMPERU

# MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS





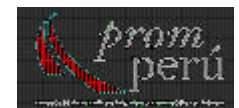


# Herramientas y productos del Programa



# Desarrollo de Marcas

- Han sido creadas como marcas paraguas sectoriales, que respaldan a una oferta diferenciada y de calidad para el mercado internacional.
- Distingue a las empresas exportadoras de servicios, que cuentan con estándares internacionales de calidad reflejados en sus especialistas, equipos e infraestructura, asegurando una oferta confiable y segura al cliente.



# Portales y Páginas Webs



[www.prompex.gob.pe/servicios](http://www.prompex.gob.pe/servicios)



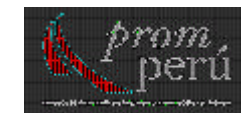
[www.perusoftware.org](http://www.perusoftware.org)



[www.peruconsulting.org](http://www.peruconsulting.org)



[www.peruhealth.org](http://www.peruhealth.org)



# Publicaciones





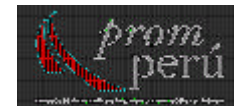
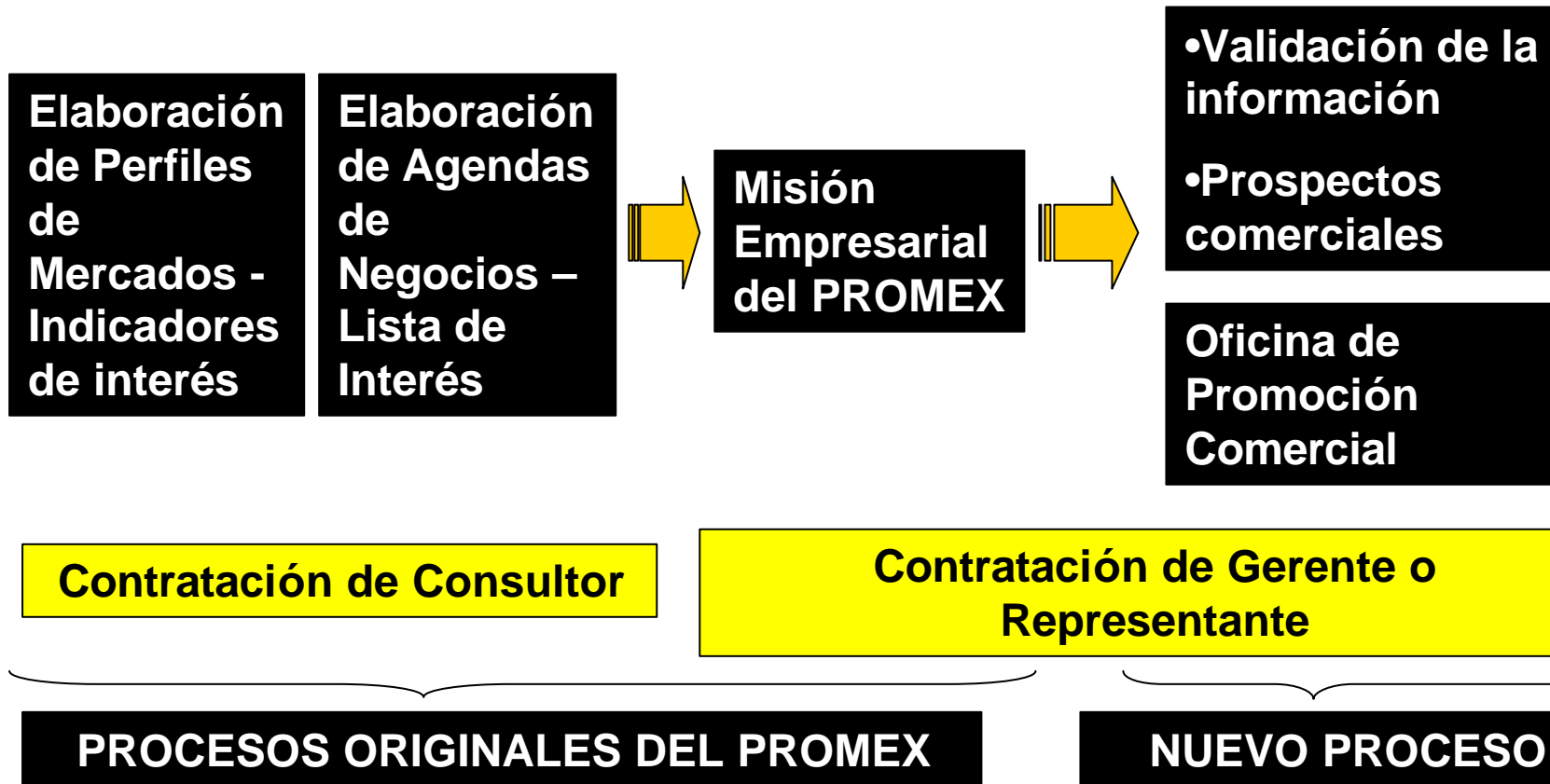
# Programas de Mercados Externos - PROMEX

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

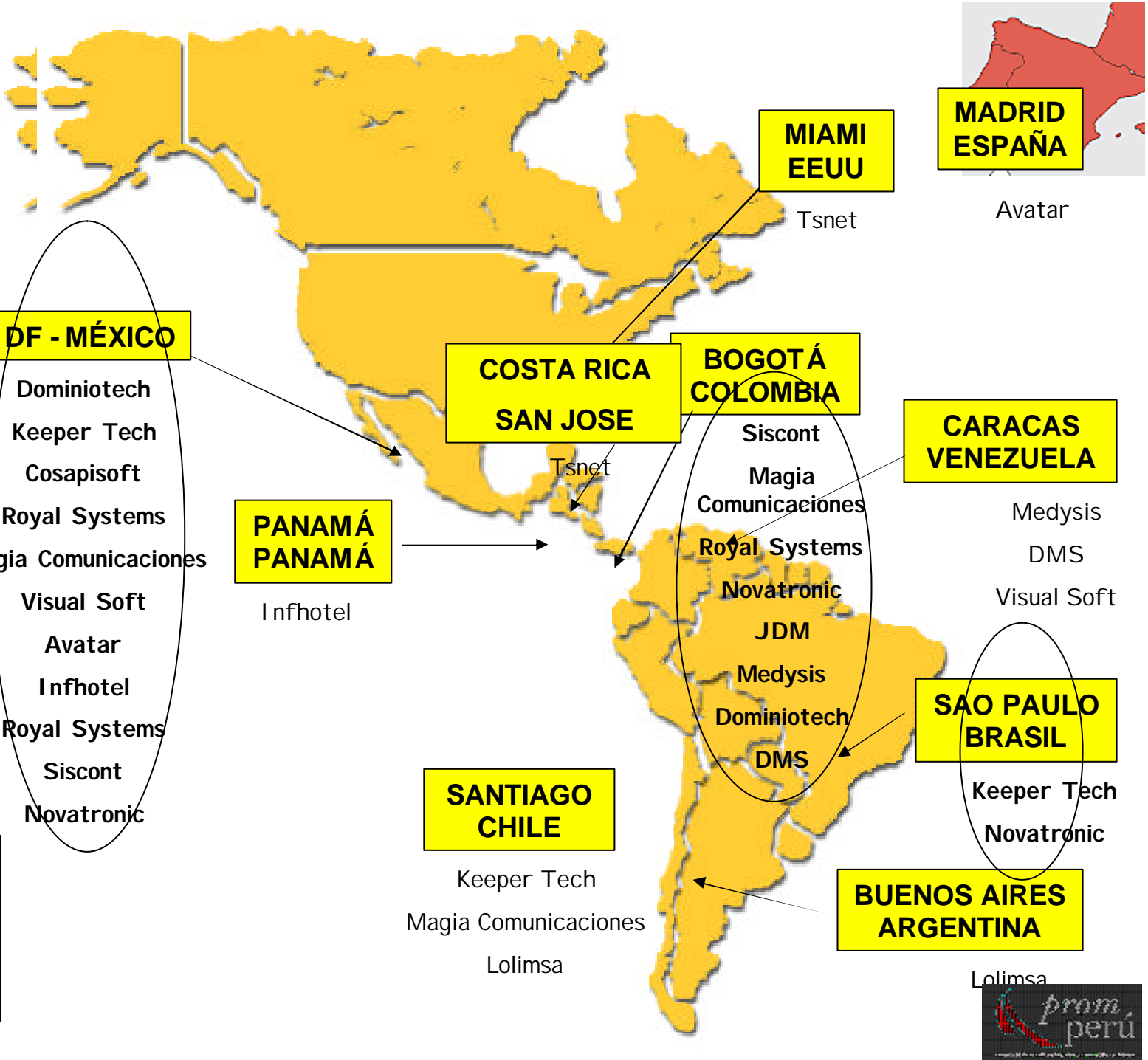


# Procesos del PROMEX

## FASES DEL PROMEX



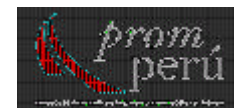
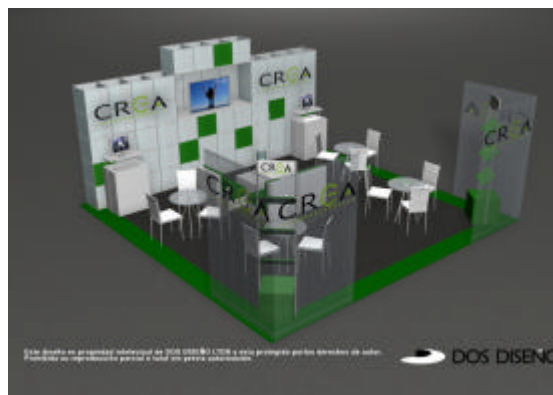
# DEMANDA DE PROMEX



- 13 Empresas
- 25 PROMEX
- 10 Mercados



# Resultado del PROMEX Colombia





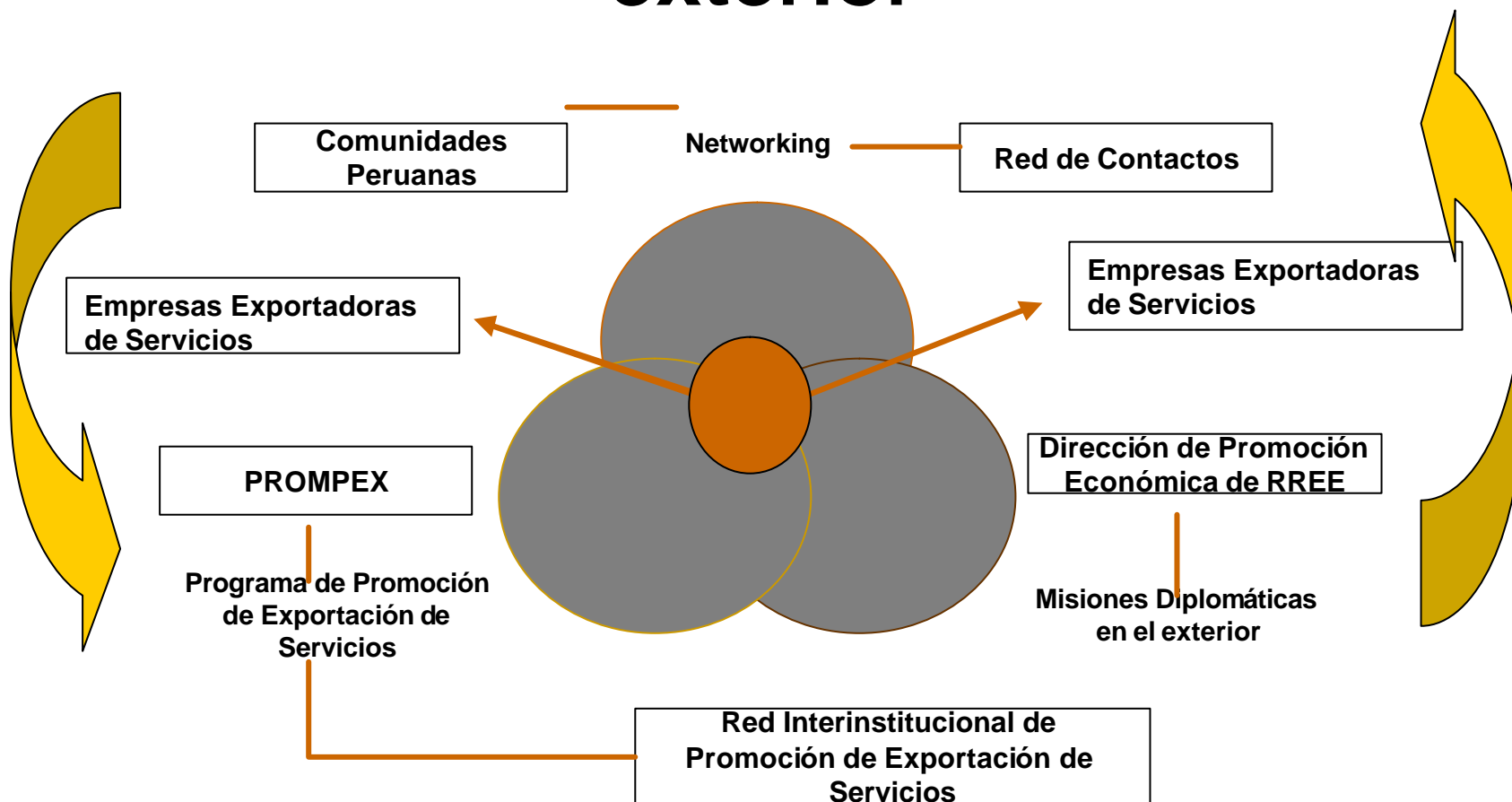


# Red de Contactos Comerciales en el exterior

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





# Servicios con potencial exportador identificados para Desarrollo en CETICOS/Zonas Francas

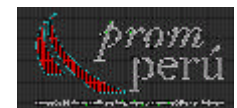


Software

- Call Center
- Salud Electiva
- Reparación y Mantenimiento de Naves



# Programa del Sistema de Gestión de la Calidad





COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

# PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACION DE SERVICIOS

**David Ebery Muñoz**  
**Coordinador General**  
**Departamento de Exportación de Servicios**  
**[dedery@promperu.gob.pe](mailto:dedery@promperu.gob.pe)**