



Exportación de Servicios Plan Acción 2019

David Edery Muñoz
Gerente

Departamento de Exportación de Servicios
dedery@promperu.gob.pe

www.peruservicesummit.com

www.promperu.gob.pe

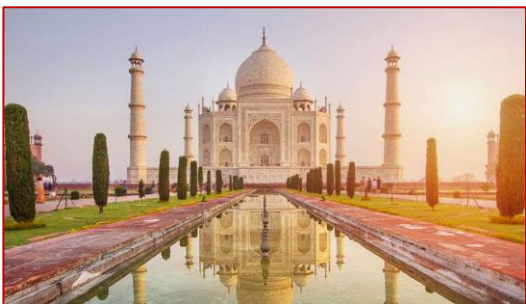
www.siicex.gob.pe



Las tendencias en el comercio internacional 2019

Según la OMC el comercio mundial experimentará un crecimiento 3.7% una tasa menor del alcanzado en el año 2018

DIGITALIZACION Y E-COMMERCE



La mayor digitalización del país, las nuevas leyes fiscales y la demografía más joven presentan un futuro brillante



El movimiento de mercancías será más eficiente y fiable, se utiliza para simplificar el proceso de obtener una Carta de Crédito.



Se espera que casi 2.100 millones de consumidores utilicen los pagos móviles para realizar pagos o transferencias de dinero

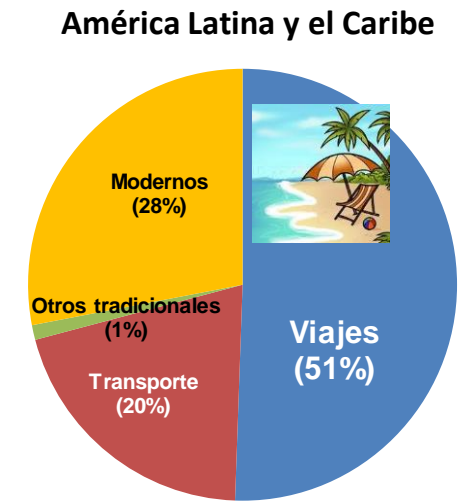
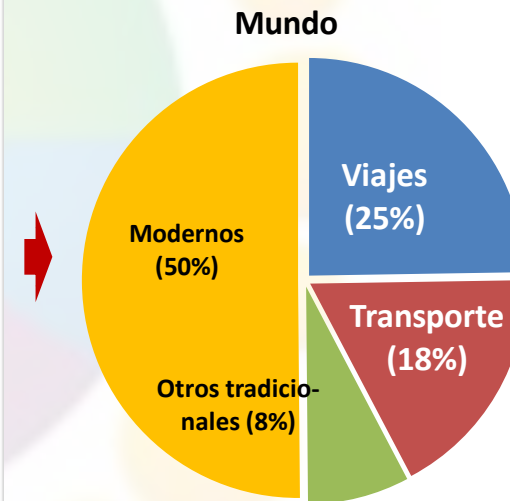
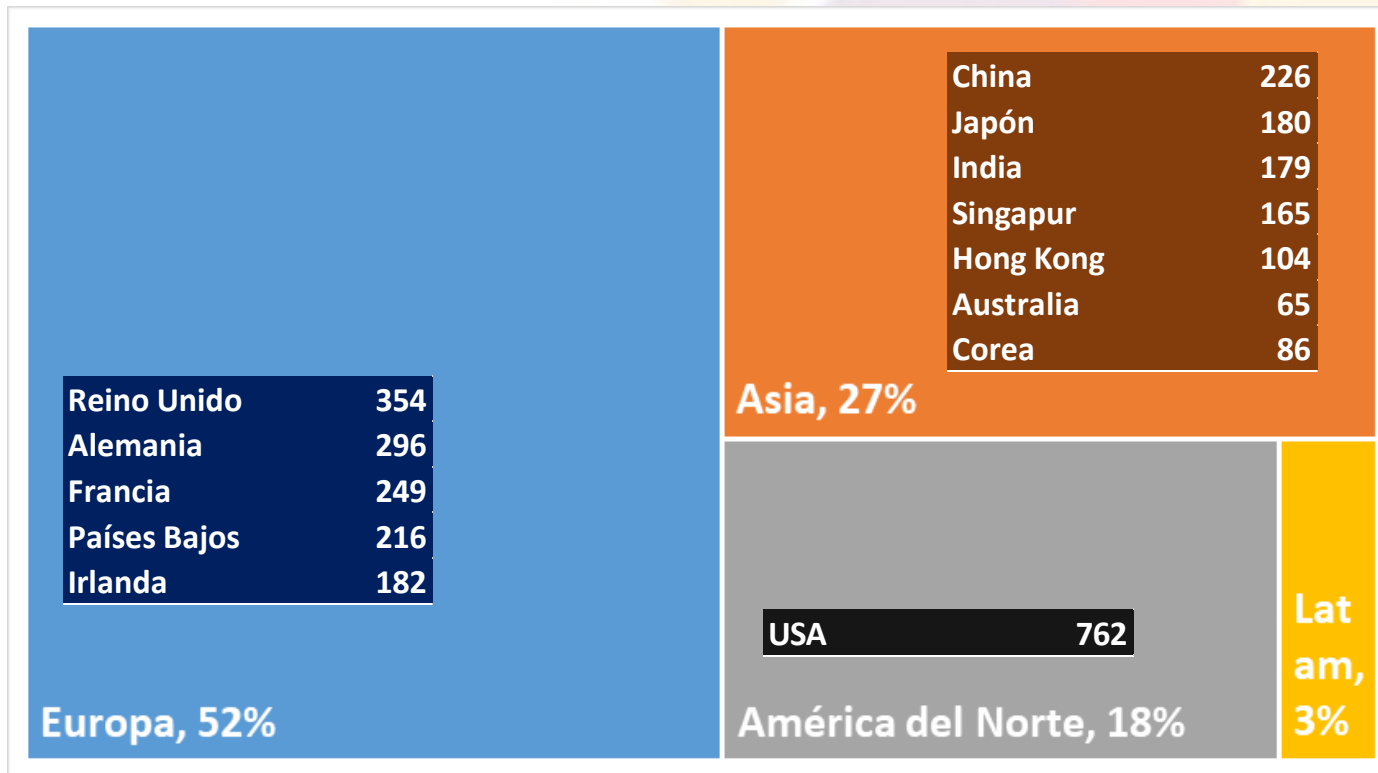


Los datos se procesan y envían en tiempo real, optimizando las rutas hasta el seguimiento de productos y monitoreo de equipos

Las exportaciones de servicios de los países de Latinoamérica dependen aún de los servicios tradicionales

América Latina representa el 3.3% del comercio mundial de servicios y los servicios modernos representan el 1.8%. Sin embargo, el déficit de la balanza de servicios es cercano al US\$ 40,000 millones

US\$ 5,252 miles de millones (2017) crecimiento del 7%



Fuente: CEPAL, OMC

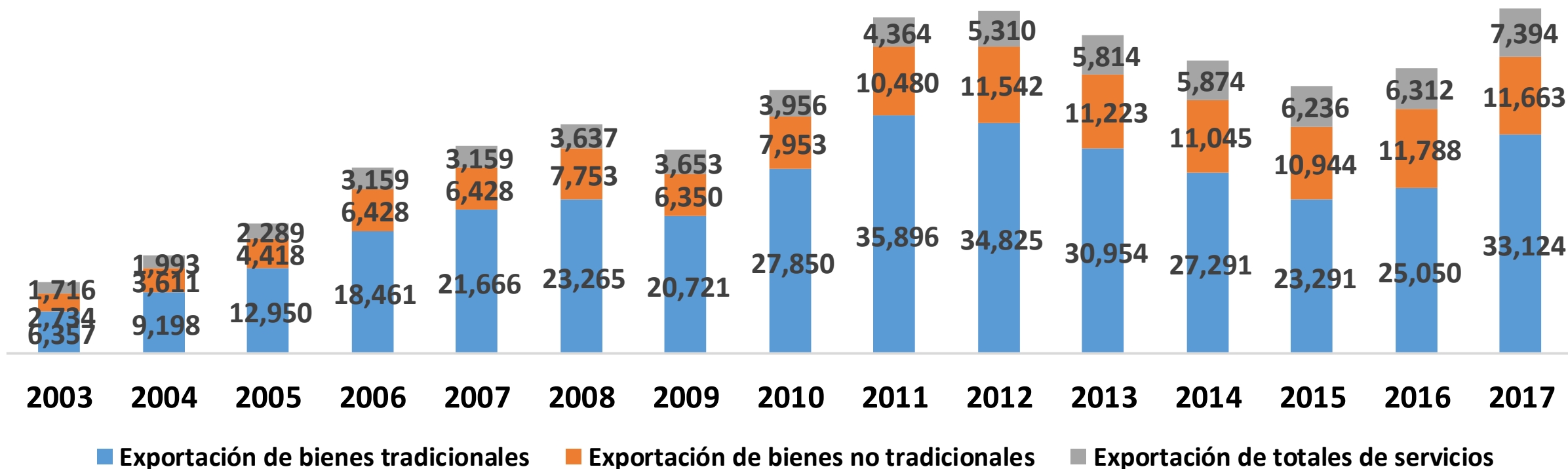
Se espera que los servicios empresariales para el 2018 estén alrededor de los US\$1,000 millones

La dinámica del comercio de servicio se ha visto afectado principalmente por las exportaciones de seguros y reaseguros que cayeron en cerca de US\$ 500 millones

Rubros de Exportación de Servicios (Año)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017-III	2018-III	VAR %
Total	4,364	4,916	5,813	5,874	6,235	6,312	7,394	5,584	5,564	0%
Servicios Tradicional	3,357	3,666	4,533	4,381	4,685	4,836	5,193	3,835	4,166	9%
Viajes	2,360	2,443	3,009	3,001	3,309	3,501	3,710	2,753	2,973	8%
Transportes	997	1,223	1,524	1,380	1,376	1,335	1,483	1,082	1,193	10%
Servicios Modernos	1,007	1,250	1,280	1,493	1,550	1,476	2,201	1,748	1,397	-20%
Comunicaciones	132	147	131	149	101	92	103	75	81	8%
Seguros y reaseguros	230	361	400	539	636	568	1,201	1,011	578	-43%
Otros Servicios empresariales	399	479	482	541	540	545	897	662	738	11%
Servicios financieros	67	59	68	58	64	56				
Servicios de informática e información	26	36	33	33	42	42				
Servicios personales, culturales y recreativos	5	12	9	11	7	9				
Regalías y derechos de licencias	5	10	8	9	4	5				
Servicios de Gobierno	143	146	149	153	156	159				

De los US\$ 52,181 millones de exportaciones, las ventas por servicios representaron el 63% de los bienes no tradicionales

Composición de las Exportaciones Totales Peruanas 2003-2017 (Millones de dólares americanos)



Fuente: BCRP

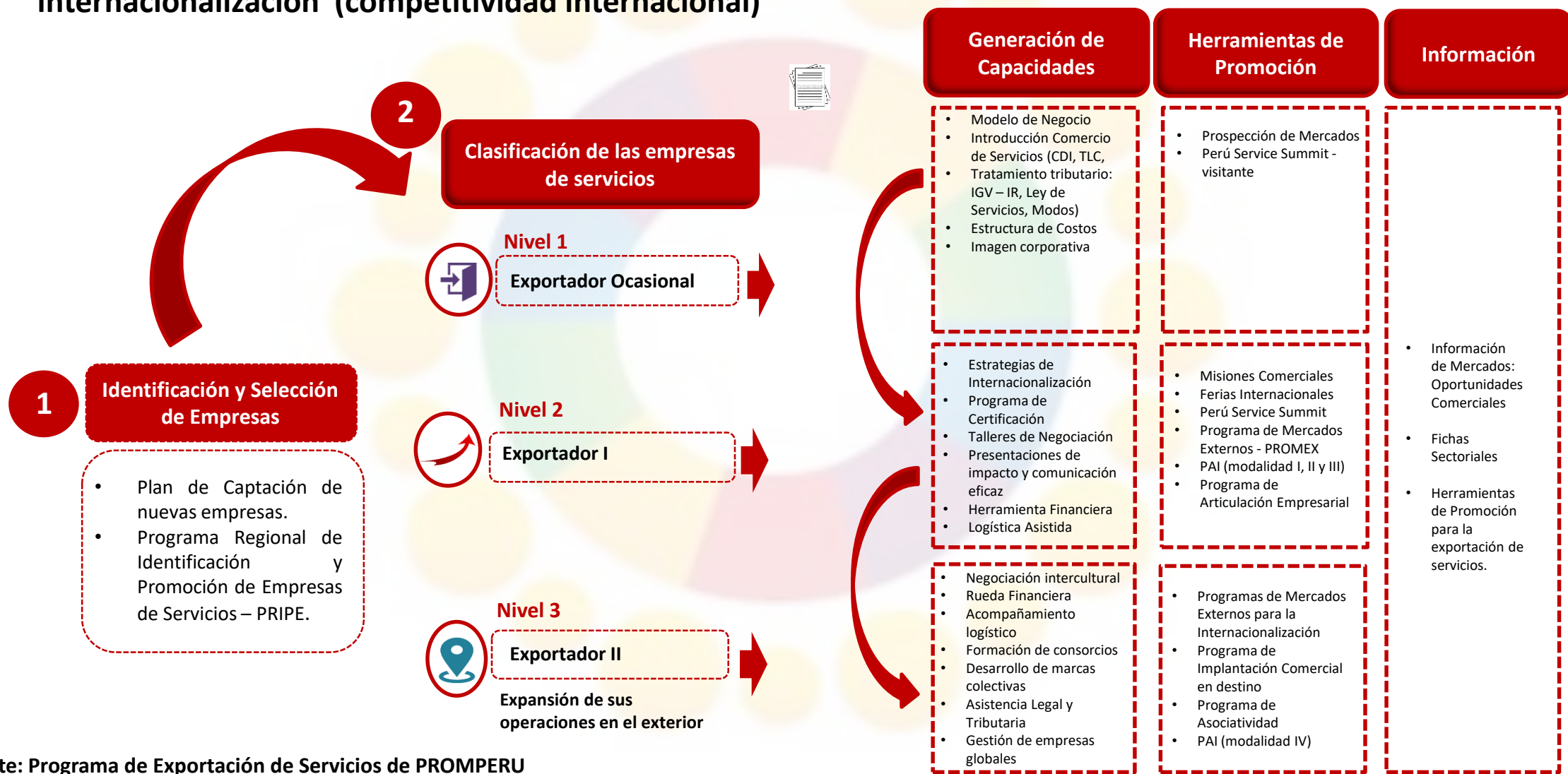
La canasta exportadora de servicios está sustentada en soluciones especializadas dirigidas a atender sectores verticales

La oferta de servicios debe ser altamente competitiva con capacidad de escalabilidad y fácil adaptación para los diferentes clientes internacionales

Verticales Económicas	Verticales – Agrupación	Soluciones sectoriales
<ul style="list-style-type: none"> • Industria: Agro, Confecciones • Comercio: retail, centro comercial • Financiero y Banca • Minería 	Soluciones para el relacionamiento con el cliente	Centro de contactos: Cobranzas, Mk Digital y Animación
	Soluciones tecnológicas	Software, Comercio Electrónico
	Soluciones creativas e ingeniería	Diseño, arquitectura e Ingeniería
	Otros	Franquicias, editorial

Por ello los retos del Programa de Promoción de Exportación de Servicios

Que permita aumentar el nivel de madurez de las empresas de servicios empresariales para su internacionalización (competitividad internacional)



Y más aún cuando persigue una Visión que se encuentran avalado por una política de Estado y Sectorial

LEY DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR DE SERVICIOS Y TURISMO

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL EXPORTADOR – PENX 2025

PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACION DE SERVICIOS - PROMPERU

como **Misión** convertir al sector de servicios en una nueva fuente de oferta exportable, competitiva y con valor agregado.

Visión general del sector:

“Ser reconocidos en el mercado Internacional como desarrolladores de soluciones empresariales especializadas, competitivas e innovadoras con costos diferenciados, de alto valor agregado y orientado a las necesidades del cliente”

Comisión Multisectorial de la Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios

Entidades del Estado conformantes de la Ruta Exportadora de Servicios

Coalición de Exportadores de Servicios

Las exportaciones de la cartera de clientes en el 2018 se incrementaron en 35% de las ventas



Sectores	%	Facturación 2017 USD
Consultoria en Ingeniería	27%	142,618,588
Bpo Cobranzas	19%	99,829,466
Servicios a la Minería	17%	89,309,841
Servicios Gráficos	12%	59,916,890
Software	10%	50,917,224
Arquitectura	4%	21,393,461
Marketing Digital	3%	14,212,507
Editorial	3%	13,833,702
Animacion Digital	1%	7,348,075
Franquicias	3.67%	19,067,451
Diseño	0.26%	1,343,606
Videojuegos	0.02%	80,000
Total	100%	519,870,811

Tipo Empresa por sector	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Animacion Digital	4	5	1	0	10
Arquitectura	2	4	1	1	8
Bpo Cobranzas	0	3	0	5	8
Consultoria en Ingeniería	1	3	0	8	12
Diseño	4	1	0	0	5
Editorial	9	6	1	1	17
Franquicias	0	6	0	1	7
Marketing Digital	6	9	1	1	17
Servicios a la Minería	2	1	0	4	7
Servicios Gráficos	0	1	1	2	4
Software	13	27	1	6	47
Videojuegos	1	0	0	0	1
Total	42	66	6	29	143
Participación	29%	46%	4%	20%	100%

Y nos ha permitido alcanzar resultados importantes para las empresas de servicios, tales como:

Generar oportunidades de negocios por + \$191 millones en 14 países de Latam, España y USA y beneficiando a 298 empresas



PERU SERVICE SUMMIT Lima:

- 89 empresas.
- 152 Millones negociados. (51%)
- Creación “Coalición de Exportadores de Servicios”
- Conformación de Red Institucional de Apoyo a la Promoción de Exportación de Servicios.
- Reactivación Comisión Multisectorial de Fomento a la Exportación de Servicios.



PRIPE Cusco:

- 15 empresas regionales Ruta Exportadora Especializada



Prospección de Franquicias, México.

- FIF México: 7 franquicias.



PRIPE Huancayo:

- 26 empresas regionales Ruta Exportadora Especializada

- Consorcios de Exportación **México:** DF (13), Guadalajara (9), Panamá (12), Brasil (6) y Colombia (6).
- Consorcio de Exportación por línea: 2 (Software, Franquicias)

MARZO

ABRIL

MAYO

JUNIO

JULIO

AGOSTO

OCTUBRE

NOVIEMBRE

PERU SERVICE SUMMIT **Brasil:**

- 25 empresas.
- USD 8 Millones negociados.

Prospección a **Centroamérica** (Panamá y Costa Rica):

- 12 empresas.
- USD 3.4 Millones negociados.

Feria FANNYF **Colombia:**

- 8 empresas.
- 1.7 Millones negociados.
- Reconocimiento como “Líder en Mercadeo”.

PERU SERVICE SUMMIT **México:**

- 20 empresas.
- USD 21.5 Millones negociados.

Programa de Internacionalización (PAI):

- 34 empresas de Software, Arquitectura, Marketing Digital, Animación, BPO Cobranzas, Serv. a la Minería y Franquicias.

FIL GUADALAJARA **México:**

- 15 empresas.
- USD 5 Millones negociados.



La organización de la oferta exportable de servicios ha permitido obtener reconocimientos a nivel internacional

Guadalajara

México DF

Brasil

Colombia

Panamá

Reconocimientos Internacionales



“Mejor Stand” – FIL Guadalajara 2016



“Líder Mercadeo” – Fanyf Colombia 2017 y 2018



Las estrategias deben llevar a aprovechar las oportunidades en el mercado Latinoamericano (US\$ 30,913 millones)

Posicionar al Perú como país desarrollador de servicios especializados

Mejorar las capacidades de las empresas para participar en el mercado internacional

Lograr una mayor presencia de empresas con filiales en los mercados internacionales

MÉXICO	
Sectores	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Contactos BPO – Cobranzas Software Animación Marketing Digital Arquitectura Servicios a la Minería Consultoría en Ingeniería
Import. De otros servicios empres.	USD 3,641 millones
Import. De Servicios Peruanos	USD 728 mil

COLOMBIA	
Sectores	<ul style="list-style-type: none"> Franquicia: Gastronomía, vestimenta y servicios.
Import. De otros servicios empres.	USD 1,647 millones
Import. De Servicios Peruanos	USD 1,5 millones

ECUADOR	
Sectores	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Contactos BPO – Cobranzas Software Animación Marketing Digital
Import. De otros servicios empres.	USD 78 millones
Import. De Servicios Peruanos	USD 501 mil

PANAMÁ	
Sectores	<ul style="list-style-type: none"> Animación Software Industria Gráfica Marketing Digital
Import. De otros servicios empres.	USD 832 millones
Import. De Servicios Peruanos	USD 10,3 millones

BRASIL	
Sectores	<ul style="list-style-type: none"> Software Marketing Digital Animación Consultoría en Ingeniería Editorial
Import. De otros servicios empres.	USD 24,319 millones
Import. De Servicios Peruanos	USD 4,6 millones

BOLIVIA	
Sectores	<ul style="list-style-type: none"> Servicios a la Minería Arquitectura Software Animación
Import. De otros servicios empres.	USD 396 millones
Import. De Servicios Peruanos	USD 4,1 millones



Los instrumentos de promoción comercial para potenciar la presencia en el mercado internacional son:

Objetivo Estratégico No. 1: Posicionar al Perú como país desarrollador de servicios especializados

Soportados por la Ruta Exportadora Especializada de Servicios

PERU SERVICE SUMMIT

- Plataforma especializada en el comercio de servicios
- Reúne a potenciales contratantes procedentes de 14 países
- Orientado a la empresa que aún no exporta o es exportadora ocasional (Foro, Talleres) y a los exportadores I y II (Rueda de Negocios)

PROGRAMA DE MERCADOS EXTERNOS - PROMEX

- Combina instrumentos de la inteligencia de mercado y la promoción comercial
- Se obtiene información sobre perfil de la demanda, canales de comercialización, requisitos de acceso al mercado, estrategias de ingreso al mercado
- Orientado a la empresa exportadora I y II

MISIONES COMERCIALES

- Visita colectiva planificada al mercado de destino, en el cual cada empresa cuenta con una agenda de negocios
- Permite contactar potenciales clientes e inversionistas, conocer las tendencias del mercado
- Orientado a la empresa exportadora I y II



El PAI tiene como objetivo promover la internacionalización de las MIPYMEs peruanas a través el cofinanciamiento de estudios y actividades que permitan mejorar sus capacidades y habilidades de gestión; a fin de facilitar, aumentar y diversificar la venta de bienes y servicios en el extranjero y sus mercados de destino.

Los instrumentos de promoción comercial para potenciar la presencia en el mercado internacional son:

Objetivo Estratégico No. 2: Mejorar las capacidades de las empresas para participar en el mercado internacional

Soportados por la Ruta Exportadora Especializada de Servicios



PRIFE 100

- Es la principal plataforma para la nueva oferta exportable regional de servicios, que potencie sus capacidades y visión exportadora previa a su internacionalización
- Tiene 4 componentes: Talleres estratégicos, Foro Internacional, Clínicas especializadas, Reconocimientos

PAEM

- Permite generar oportunidades para vincular a las empresas de servicios con la manufactura exportadora para su internacionalización
- Tiene 3 componentes: Foro Internacional, Rueda de Negocios y Promoción Internacional

ASOCIATIVIDAD

- Mecanismo de cooperación entre las pymes que están enfrentando un proceso de globalización.
- Permite disminuir las debilidades y potenciar capacidades específicas.
- Permite disminuir costos de promoción comercial
- Orientado a la empresa exportadora II

El PAI tiene como objetivo promover la internacionalización de las MIPYMEs peruanas a través el cofinanciamiento de estudios y actividades que permitan mejorar sus capacidades y habilidades de gestión; a fin de facilitar, aumentar y diversificar la venta de bienes y servicios en el extranjero y sus mercados de destino.

Los instrumentos de promoción comercial para potenciar la presencia en el mercado internacional son:

Objetivo Estratégico No. 3: Lograr una mayor presencia de empresas con filiales en los mercados internacionales

Soportados por la Ruta Exportadora Especializada de Servicios



PLATAFORMA COMERCIAL EN DESTINO

- Los Centros de Negocio con iniciativas público-privadas
- Permiten concretar negocios y acelerar la implantación en el mercado objetivo.
- Orientados a la empresa exportadora II

IMPLANTACIÓN COMERCIAL

- Inversión en el mercado de destino que representa traslado de personal, tecnología y recursos propios.
- Permite incrementar la competitividad
- Facilita el crecimiento de la empresa a mediano y largo plazo
- Posiciona la marca a nivel internacional

El PAI tiene como objetivo promover la internacionalización de las MIPYMEs peruanas a través el cofinanciamiento de estudios y actividades que permitan mejorar sus capacidades y habilidades de gestión; a fin de facilitar, aumentar y diversificar la venta de bienes y servicios en el extranjero y sus mercados de destino.

Permite mejorar las capacidades y habilidades de gestión para la internacionalización



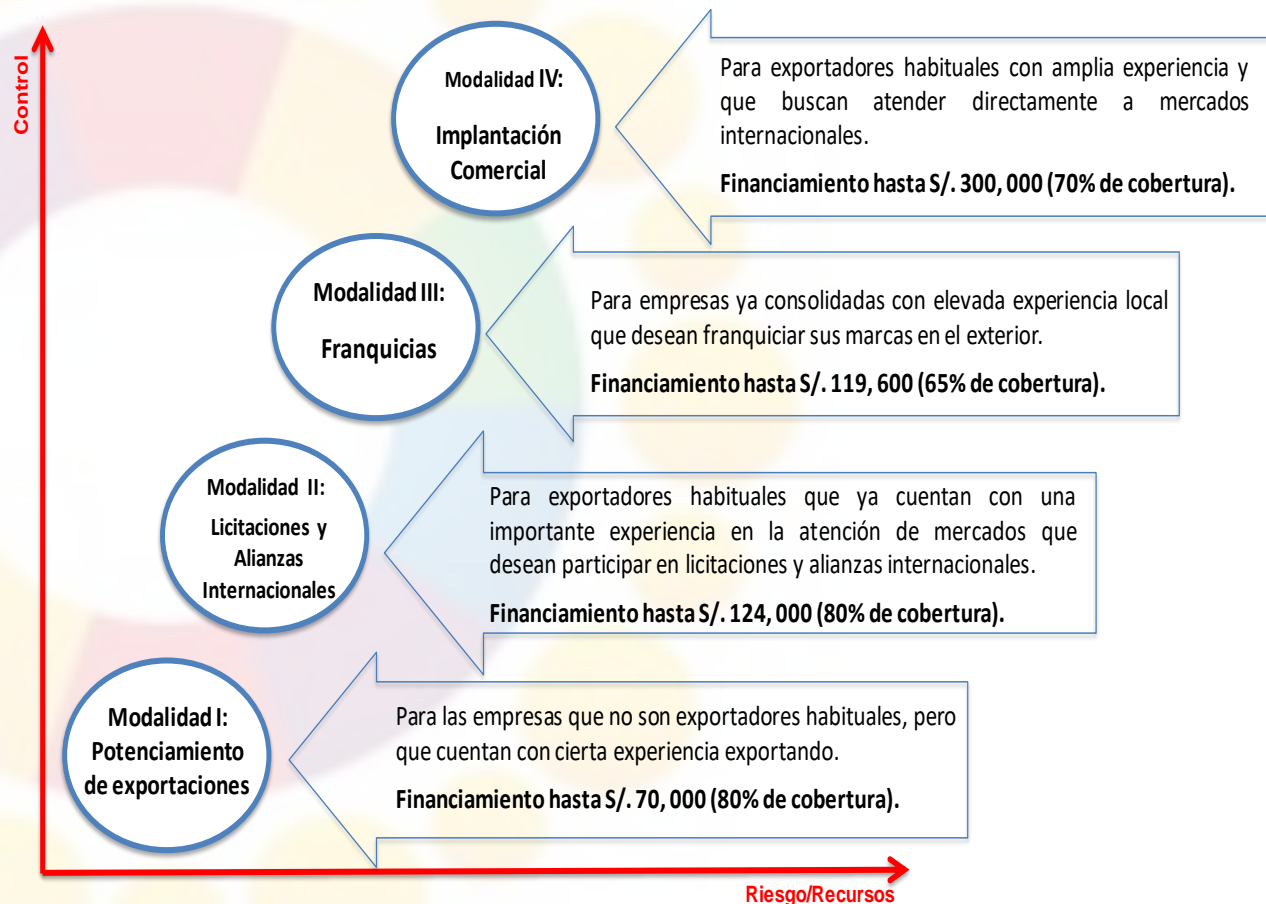
PAI

Programa de Apoyo a la Internacionalización

Presupuesto del Programa: S/. 22,5 millones para apoyar a **180 empresas** exportadoras en su proceso de internacionalización.

Duración del Programa: cuatro (04) años o hasta agotar los recursos.

www.pai.org



En resumen los objetivos, las estratégicas y herramientas de promoción comercial deben contribuir en el 2019 a:

- *Generar a las empresas de servicios oportunidades comerciales por US\$ 200 millones*
- *Beneficiar a cerca de 300 empresas de servicios en todos lo programas de la Ruta Exportadora Especializada de Servicios*
- *Disponer de 5 centros de negocios: México (2), Panamá (influencia en todo Centroamérica), Brasil (PERU TECH 2.0) y Colombia (primer operador de franquicias)*
- *Impulsar a 30 empresas de servicios para el establecimiento de filiales en los mercado internacionales*
- *Incorporar a más de 50 nuevas empresas de servicios procedente en su mayoría de las regiones del país*
- *Potenciar la Red de Instituciones que apoyan la promoción y la facilitación de las exportación de servicios*

Plan de promoción del Departamento de Exportación de Servicios 2019

Generar oportunidades de negocios por + \$200 millones en 14 países de Latam, España y USA y beneficiando a 298 empresas

Objetivo 1: Posicionar al Perú como un país desarrollador de servicios especializados

PERU SERVICE SUMMIT, México
Del 02 al 09 Marzo
Meta: 25 empresas

FIF Feria Franquicias, México
Del 07 al 09 Marzo
Meta: 04 empresas

Misión Multisectorial a Bolivia
Del 28 al 31 mayo
Meta: 20 empresas

Misión Comercial a Panamá y Centroamérica
Del 05 al 07 Junio
Meta: 15 empresas

Feria Internacional de Franquicias Bogotá – FANNYF
Del 02 al 05 Julio
Meta: 9 empresas

PERU SERVICE SUMMIT, Lima
Del 04 al 06 setiembre
Meta: 100 empresas

Expo & Rueda de Negocios de Franquicias
Del 13 y 14 noviembre
Meta: 10 empresas

FIL Guadalajara
Del 29 al 03 diciembre
Meta: 20 empresas

Objetivo 2: Mejorar las capacidades de las empresas para participar en el mercado internacional

Perfiles de mercado para las salidas comerciales
Febrero - Noviembre

Ruta Exportadora Especializada en Lima, Junín y Cuzco
Febrero - Noviembre

PROMEX BRASIL
Abril - Octubre

PRIFE, Programa Regional de Identificación y Promoción de Empresas Del Mayo

PRAEM, Programa Articulación Empresarial
Del 11 al 12 julio

Estudio de mercado CAD-USA para el ingreso de empresas TI

Objetivo 3: Lograr una mayor presencia de empresas con filiales en los mercados internacionales

Plataforma Comercial Panamá

Plataforma Comercial Colombia

Plataforma Comercial Guadalajara

Plataforma Comercial Ciudad de México

Plataforma Comercial Brasil