



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# **Presentación sobre los avances de la política sectorial y la agenda comercial ante la Comisión de Comercio Exterior y Turismo**

**Eduardo Ferreyros Küppers**  
**Ministro de Comercio Exterior y Turismo**

4 de setiembre de 2017



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# SECTOR TURISMO



# Indicadores de Desempeño en Turismo

		2016	2017*	2018*
Llegada de turistas internacionales (millones)		3,74	4,03	4,40
			7.75%	9.18%
Ingreso de divisas por turismo receptivo (millones de US\$)		4,303	4,591	4,942
			6.69%	7.65%
Flujo de viajes por turismo interno (millones)		41,6	44,1	47,1
			6.0%	6.8%
Empleo turístico (miles)		1,285	1,321	1,365
			2.8%	3.3%

\* Cifras proyectadas

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones, BCRP, MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA



# PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO 2025

Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva experiencias únicas para que se contribuya al desarrollo económico y social del país.

## Pilares PENTUR 2025





PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



# Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR



- Regiones en Fase I: Diseño del entorno
- Regiones en Fase II: Caracterización del territorio
- Regiones en Fase III: Determinación de la Política Regional en Turismo
- Regiones que recientemente solicitaron asistencia técnica
- Regiones con la que se ha tomado contacto para iniciar proceso

## Metas

**A diciembre 2017:**

**- 05 Planes Estratégicos Regionales de Turismo – PERTUR aprobados.**

**A julio 2018:**

**- Se contará con 15 PERTUR aprobados.**



# Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL

## Logros 2017 – Metas 2018

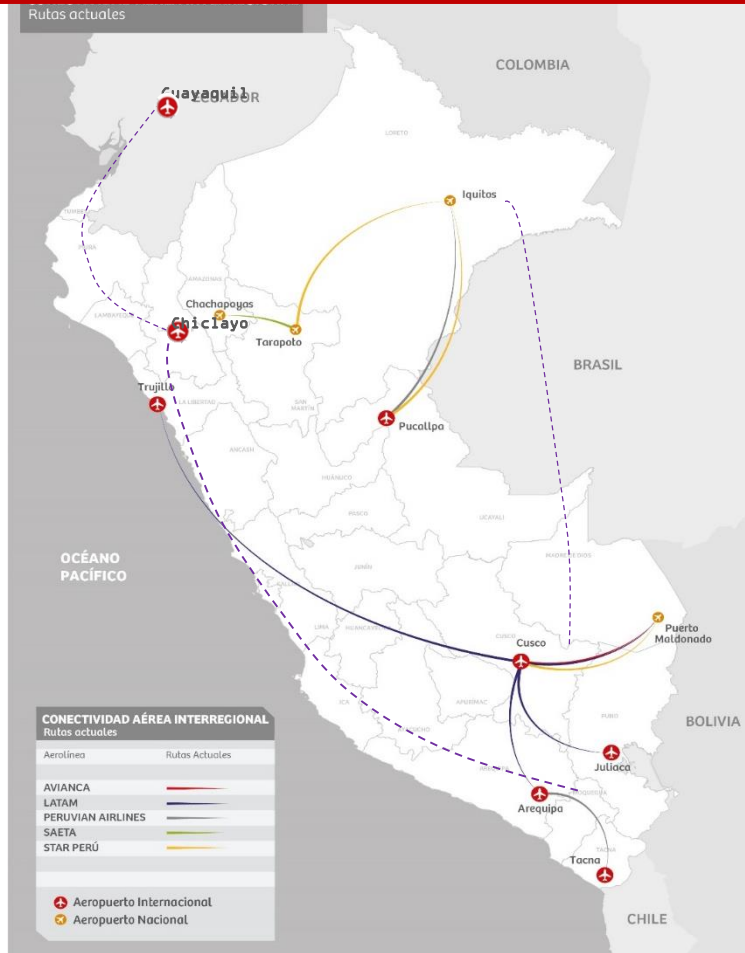
### 2017:

- **540 municipalidades tipo C** han recibido asistencia técnica para la formulación de sus Planes de Desarrollo Turístico Local.
- **1230 funcionarios municipales** han fortalecido sus capacidades para la formulación de PDTL.
- **Se espera que por lo menos 40 municipalidades** cuenten con Plan de Desarrollo Turístico Local aprobado.

### 2018:

- **Las municipalidades que logren la meta (contar con PDTL)** recibirán asistencia técnica para su ejecución.
- **Se incluya en el Programa una nueva meta para las municipalidades tipo B (210 a nivel nacional)** para la formulación de sus PDTL.

# Conectividad Aérea Nacional



## NUEVOS VUELOS

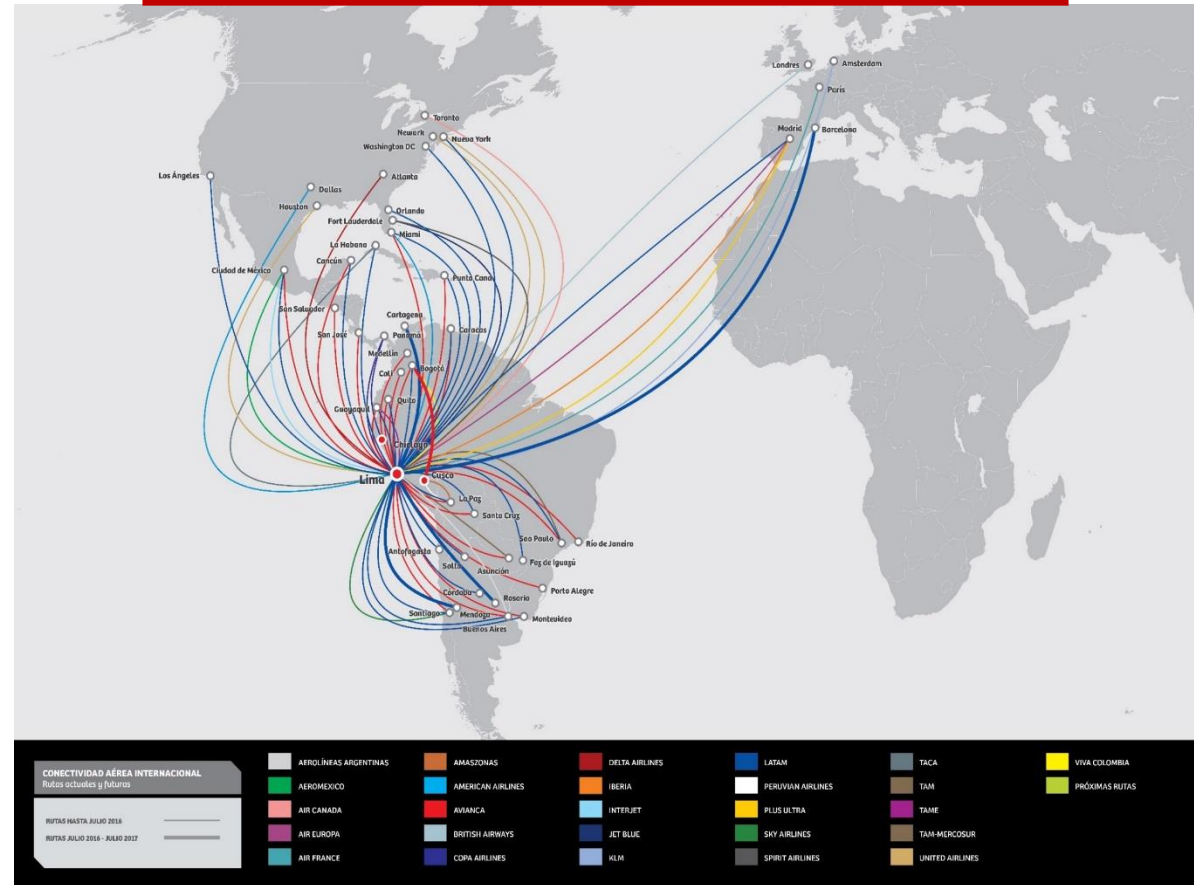
Periodo julio 2016 – julio 2017

- Lima – Jaén
- Lima – Jauja
- Cusco – Trujillo
- Lima - Chachapoyas

### Nuevas rutas solicitadas:

- Cusco – Iquitos
- Arequipa - Chiclayo

# Conectividad Aérea Internacional

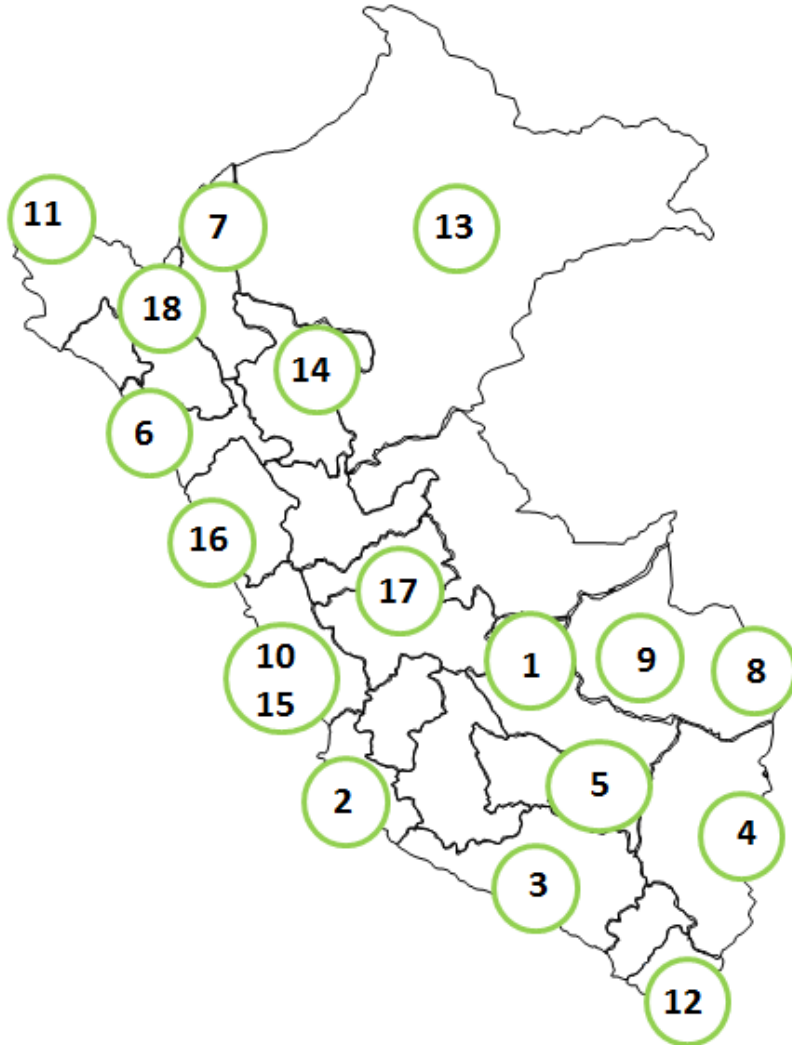


## NUEVOS VUELOS

- Lima –Cartagena
- Cusco – Bogotá
- Lima – Mendoza
- Lima - Barcelona



# Diversificación y Consolidación de la Oferta Turística



1. Machupicchu
2. Paracas - Nasca
3. Valle del Colca
4. Lago Titicaca
5. Choquequirao
6. Ruta Moche (Lambayeque – La Libertad)
7. Kuélap – Gocta
8. Tambopata
9. Manu
10. Lima Metropolitana
11. Playas del Norte (Tumbes – Piura)
12. Tacna
13. Río Amazonas (Loreto)
14. Tarapoto - Altomayo
15. Lima provincias
16. Cordillera Blanca
17. Selva Central
18. Cajamarca





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



Turismo  
Emprende



## Desarrollo Turístico



### Mecanismo de financiamiento y cofinanciamiento para emprendimientos turísticos

#### 2017:

- Se crea el Programa con la finalidad de financiar proyectos de pequeños y medianos emprendimientos turísticos por S/10 millones, en un horizonte de 4 años.
- Este año se espera otorgar financiamiento o cofinanciamiento a 30 emprendimientos por S/ 2,5 millones.



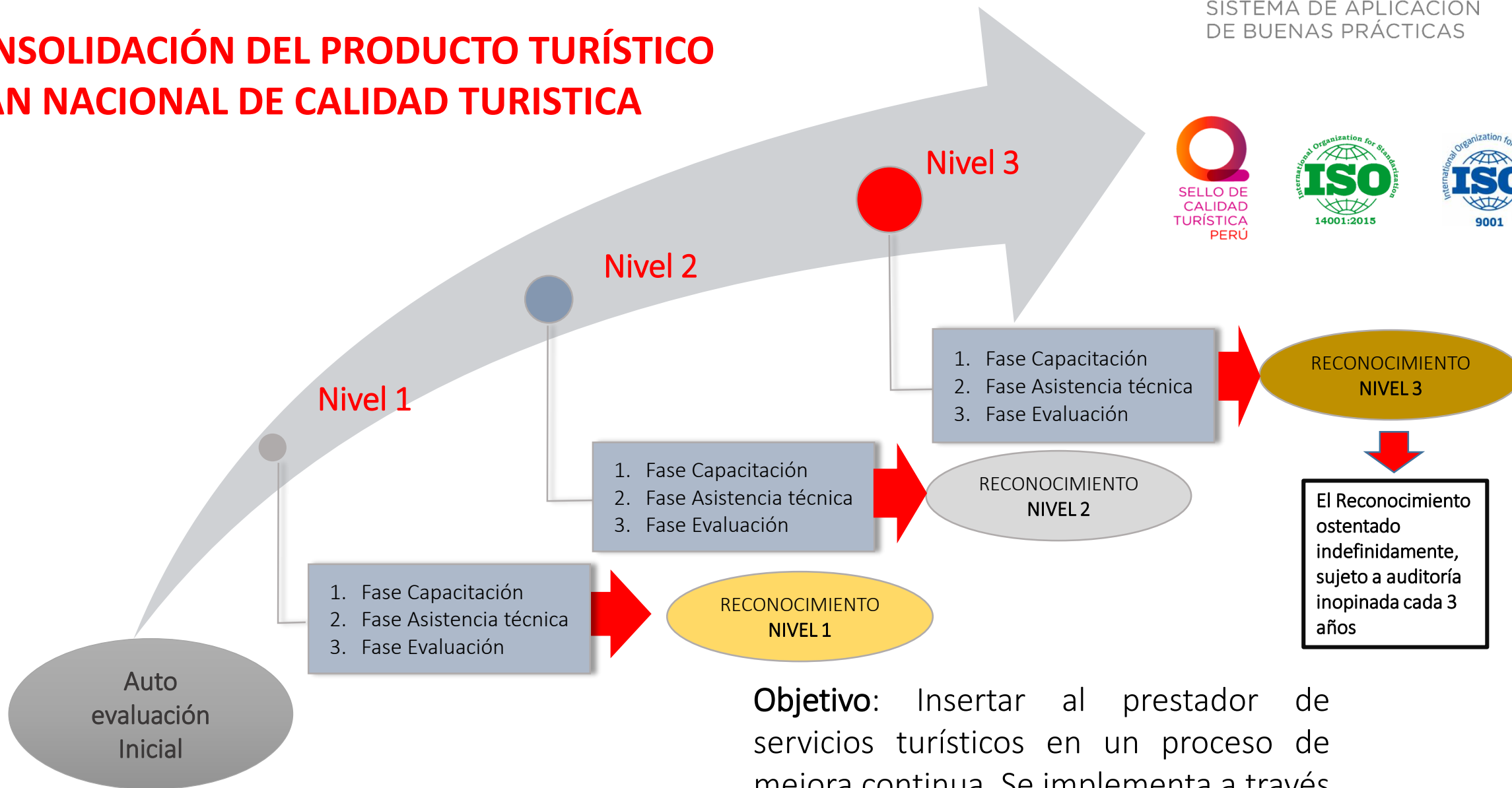
PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

SABP

SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

# CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURISTICA



**Objetivo:** Insertar al prestador de servicios turísticos en un proceso de mejora continua. Se implementa a través de 3 niveles



### Objetivo

Campaña de valores que busca generar un cambio de actitud y hábitos en la población, haciendo hincapié en la importancia de la actividad turística para el desarrollo del país, fomentando una participación conjunta del sector público y privado, a fin de alcanzar el desarrollo sostenible del turismo.

### Target

Hombre y mujeres a partir de los 15 años de todos los NSE y culturales.

### Medios

Multiplataforma de RPP (Radio, TV, Digital)

### Impactos previstos

18'000,000 de personas

### Lanzamiento / Duración

14 de agosto / 14 semanas



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

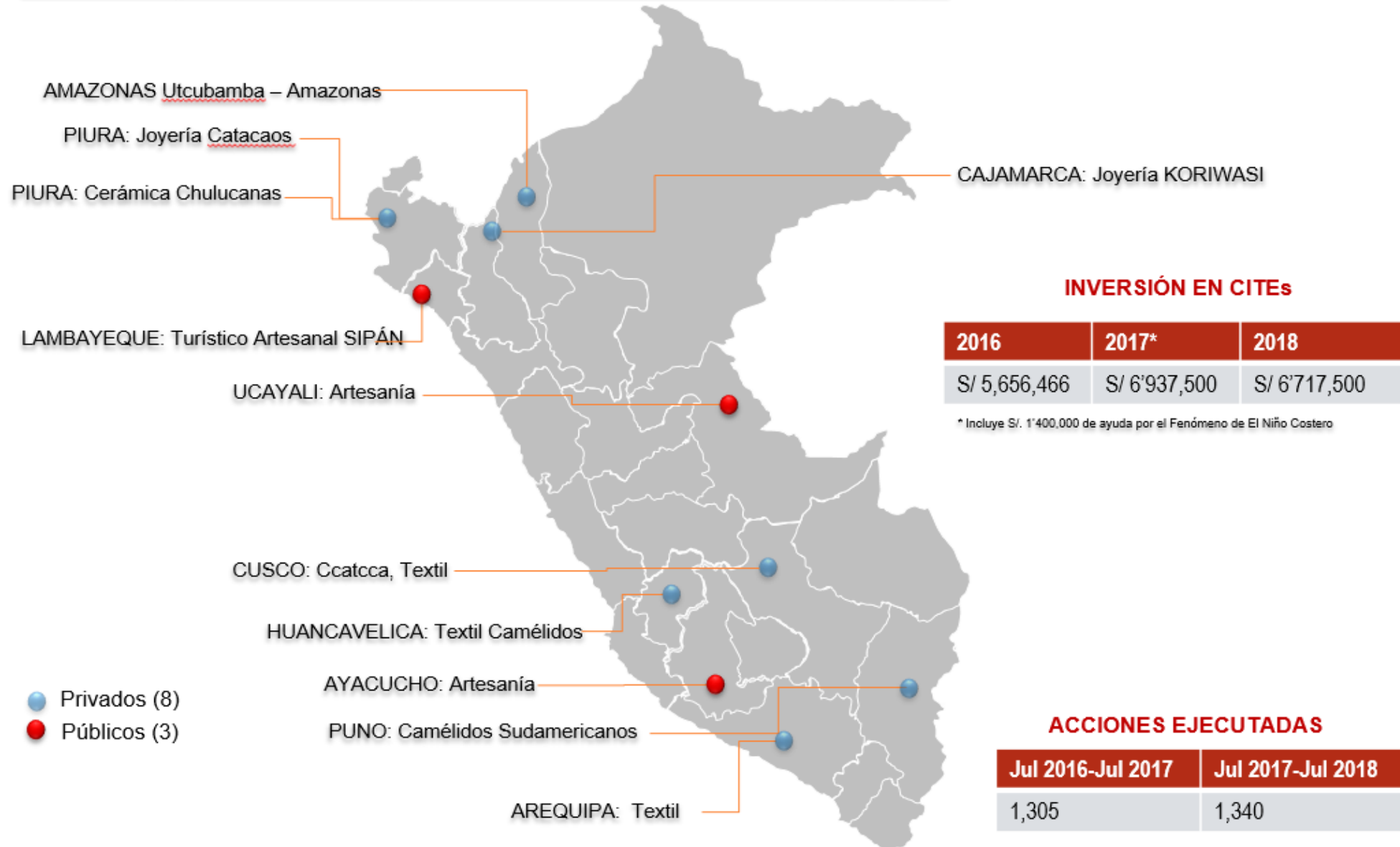


# NUEVA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

- **Sistema de Telecabinas Choquequirao**
- **Teleférico Cerro San Cristóbal**
- **Nuevo modelo de gestión Machupicchu**

# CITEs de Artesanía y Turismo: Logros 2016-2017

## 11 CITEs de Artesanía y Turismo funcionando en 10 regiones del país:





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



- 12 Ideas de Proyecto
- 22 Estudios Pre Inversión
- 36 Expedientes Técnico
- 14 Obras

## Situación al inicio de la gestión: Cartera de Proyectos 2012-2017

**70% de la cartera con problemas de saneamiento físico legal**

\*Ideas y proyectos aprobados en los Planes Anuales del Comité del Fondo, Periodo 2012 – 2016.

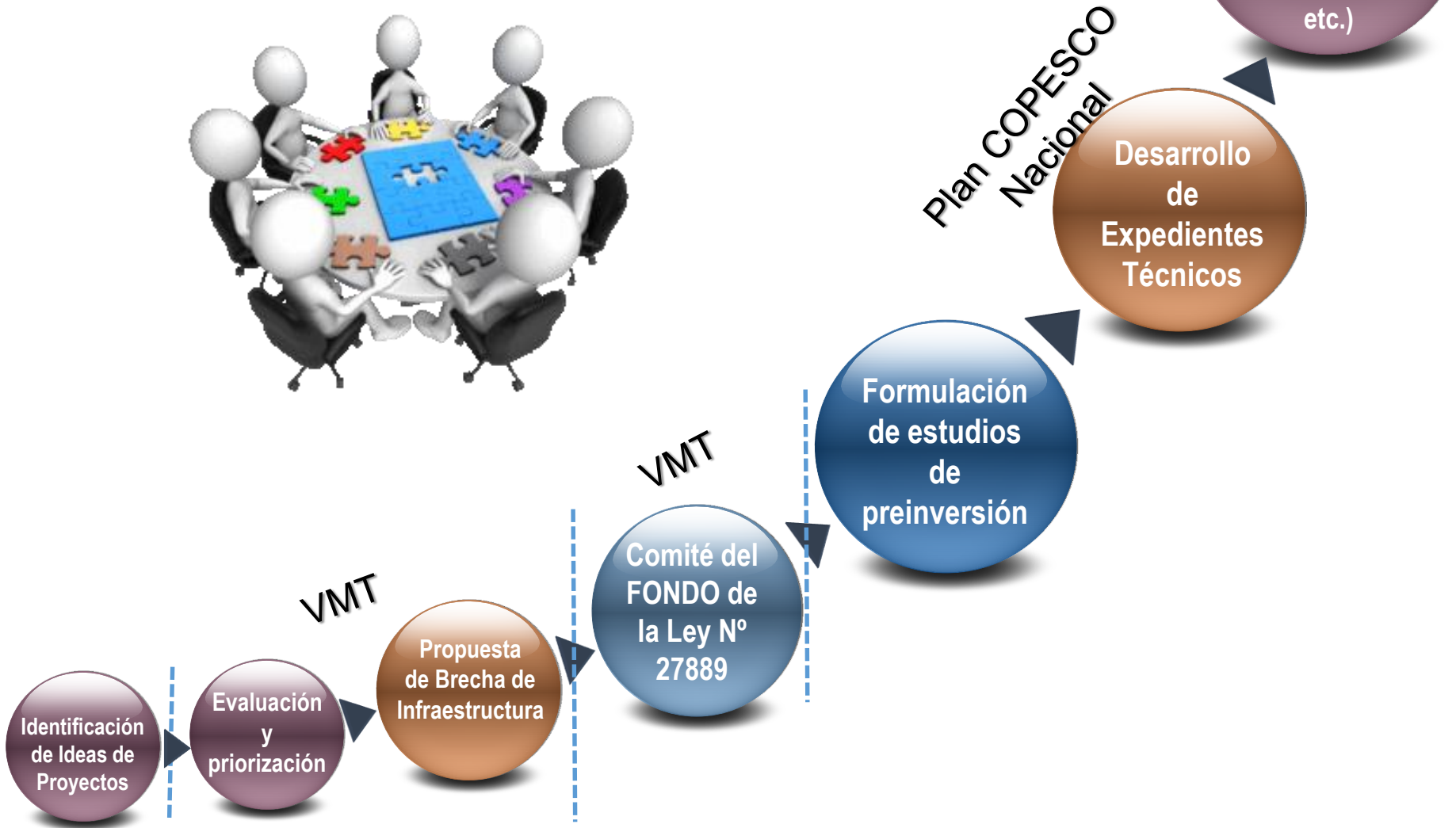


PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# ¿Cómo interviene Plan COPESCO Nacional?





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# Proyectos de Inversión de Plan COPESCO Nacional (2017 – 2018)

Intervenciones en 17  
Departamentos



Estudios de Pre inversión

EXPEDIENTE TÉCNICO



**07**  
**Preinversión**

**02 Culminados**

**05 En Ejecución**

**25**  
**Expediente  
Técnico**

**07 Culminados**

**14 En Ejecución**

**04**  
**En Convocatoria**

**17**  
**Obras**

**03 Culminados**

**10 En Ejecución**

**01 PIA en  
Ejecución**

**03 En  
Convocatoria**



# Promoción Turística: Turismo Receptivo

Agosto 2016 – Julio 2017

- **10% de crecimiento registra el mercado latinoamericano**
  - **29% de crecimiento registra el mercado chino.**

- Presencia sostenida en 22 mercados internacionales que representan el 89% de las llegadas al Perú.
- Principales medios internacionales han dado cobertura a destinos peruanos.



15 alianzas estratégicas en 12 países con los principales operadores turísticos internacionales.

- Presencia en las principales 14 ferias internacionales en Europa, Latinoamérica y Asia.
- Realización de 22 Ruedas de Negocio en las que participaron más 300 operadores turísticos peruanos.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# Promoción Turística: Turismo Receptivo

Agosto 2017– Julio 2018

**Con el objetivo de mantener crecimiento en los 22 mercados priorizados y estratégicos, se ejecutarán las siguientes acciones de promoción:**

Lanzamiento de **nueva campaña internacional** para la promoción de destinos.



**Rueda de negocios de turismo** con énfasis en mercados asiáticos y publicidad en plataformas digitales, promoviendo la participación regional.

Impulsar los **segmentos especializados** como el **turismo de reuniones y de aventura**, posicionando al Perú como destino de primer nivel.



**Alianzas Estratégicas** con énfasis en flujo y gasto en más de 17 mercados internacionales.

Intensificar el **trabajo conjunto con líneas aéreas** para un mejor aprovechamiento de rutas, frecuencias y asientos.

**PeruWeek**  
uocê vai se encantar.

PERU WEEK en Argentina y Brasil (este último en su quinta versión). Ambas actividades generarán un movimiento económico estimado de USD 1,5 millones en programas turísticos.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

# Promoción Turística: Turismo Receptivo

## Perspectivas del mercado Chino



- De enero a mayo del 2017 se registra un incremento del 29% en las llegadas internacionales de turistas chinos al Perú

Capacitación y profesionalización del canal comercial peruano.

Nuevas herramientas digitales adecuadas al mercado chino para la promoción y capacitación.

1ra Rueda de Negocios en Perú para el mercado chino.

- Implementación de 1 e-learning CTW – China Tourism Welcome, capacitación virtual sobre el mercado chino dirigido al trade peruano.

- Lanzamiento de página web en chino y publicidad en redes sociales.
- Lanzamiento de versión china de WhattsApp (Wechat) y programa de capacitación a operadores de viajes chinos.

- Participan 30 operadores turísticos chinos y 60 operadores turísticos peruanos (hoteles y agencias de viajes). Se llevará cabo un viaje de familiarización con los participantes a las regiones del Cusco, Loreto y Arequipa.



秘魯旅遊

秘魯美食之旅，探索“舌尖上的新大陸”

古老or現代？7大體驗，精選驚喜秘魯



多彩秘魯·等你探索



长按识别二维码关注我们  
微信号：PeruTravel



旅游微讲堂





# Promoción Turística: Turismo Interno



Agosto 2016 – Julio 2017

- A julio del 2017 se registra un incremento del 3,8% en el flujo de viajes por vacaciones, recreación y ocio
  - 4,8 millones de viajes por vacaciones recreación y ocio

**Campaña para la reactivación de destinos turísticos**



**Impulso al turismo fronterizo**

Visit Peru (PE) 9 de junio a las 18:30 ·  
 Llena de color tu muro y participa por un kit viajero para tu próxima visita al norte. Ingres a <http://vamosalnorte.ytuqueplanes.com/> elige el color del destino que más te guste y compártelo. A más colores, más oportunidades de ganar. #VamosPalNorte



**Destinos no convencionales con mayor acceso al mercado de viajes**





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

# Promoción Turística: Turismo Interno



Agosto 2017– Julio 2018

Relanzamiento de la **Campaña** de Promoción de Viajes “Y tú, qué planes?”. Plataforma más ágil y dinámica. Mayor uso de herramientas digitales.

**Ruedas de Negocio con la cadena comercial**, para impulsar la comercialización de nuevos productos turísticos en el mercado interno. Se espera beneficiar a más de 500 empresas regionales.

**Acciones tácticas** para la promoción de rutas cortas (fines de semana) que promueven el turismo intra e interregional. Alianzas con empresas privadas para la promoción de rutas de fin de semana.

**Alianzas Estratégicas** con el sector privado para impulsar la diversificación de destinos en temporadas de baja ocupabilidad. Participan Líneas aéreas y empresas regionales.

**Promoción del turismo fronterizo**, a través de campañas de publicidad y eventos gastronómicos como Perú Mucho Gusto (Tacna y Tumbes).





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

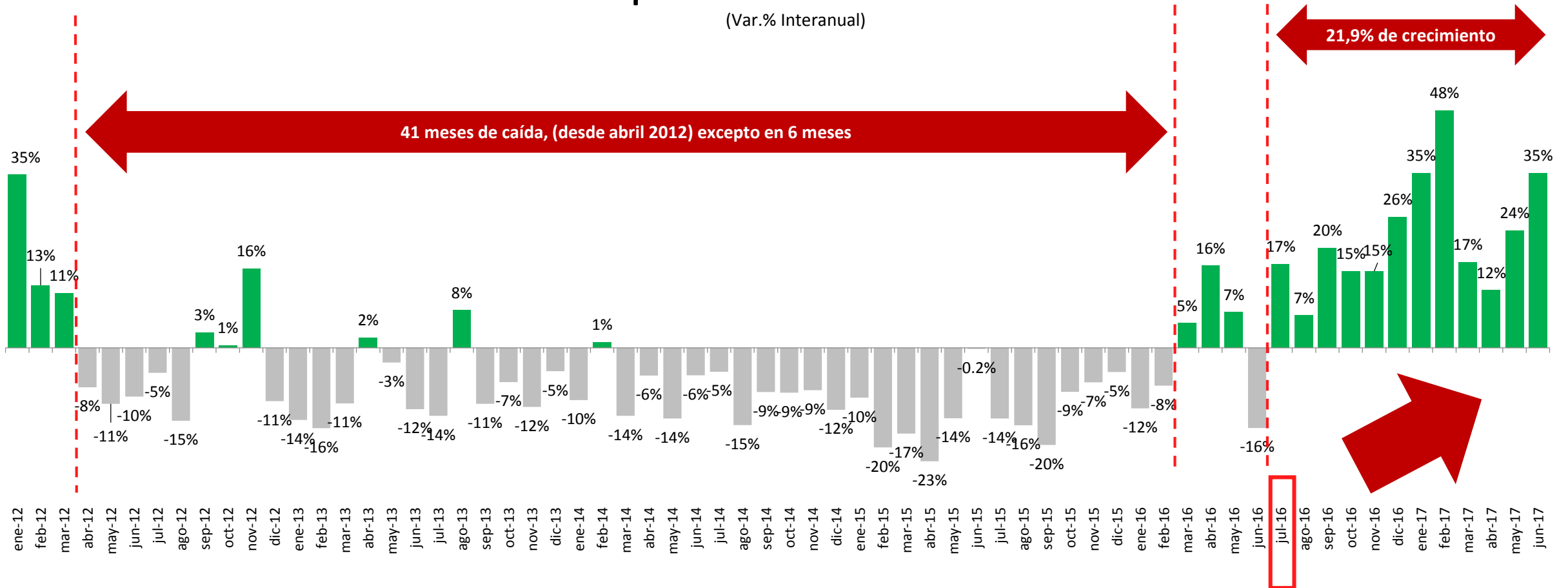


# COMERCIO EXTERIOR

# Después de 41 meses de caída (desde abril 2012) las exportaciones crecen sostenidamente desde julio 2016

## Exportaciones Totales - FOB

(Var.% Interanual)

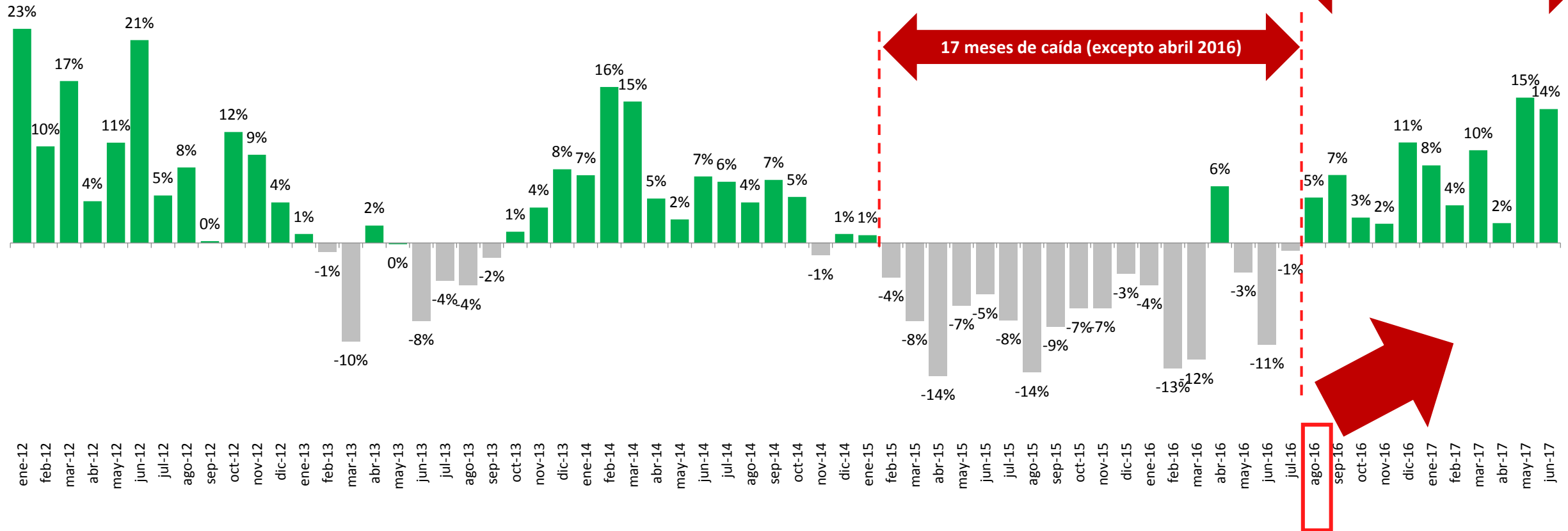


Fuente: SUNAT  
Elaboración: MINCETUR

# Después de 17 meses de caída, las exportaciones no tradicionales crecen sostenidamente desde agosto 2016

## Exportaciones No Tradicionales - FOB

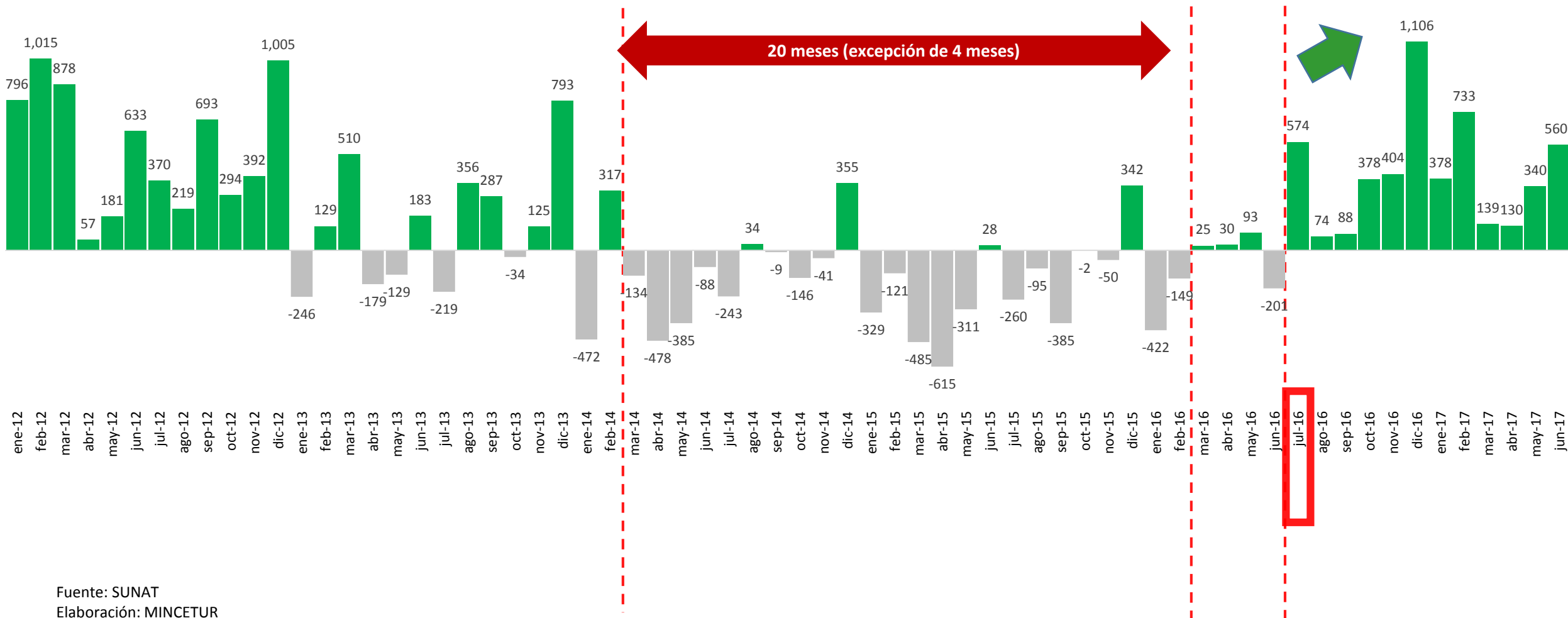
(Var.% Interanual)





# Desde julio de 2016 se registra superávit comercial luego de casi 2 años de déficit

**Balanza comercial**  
(US\$ Millones)

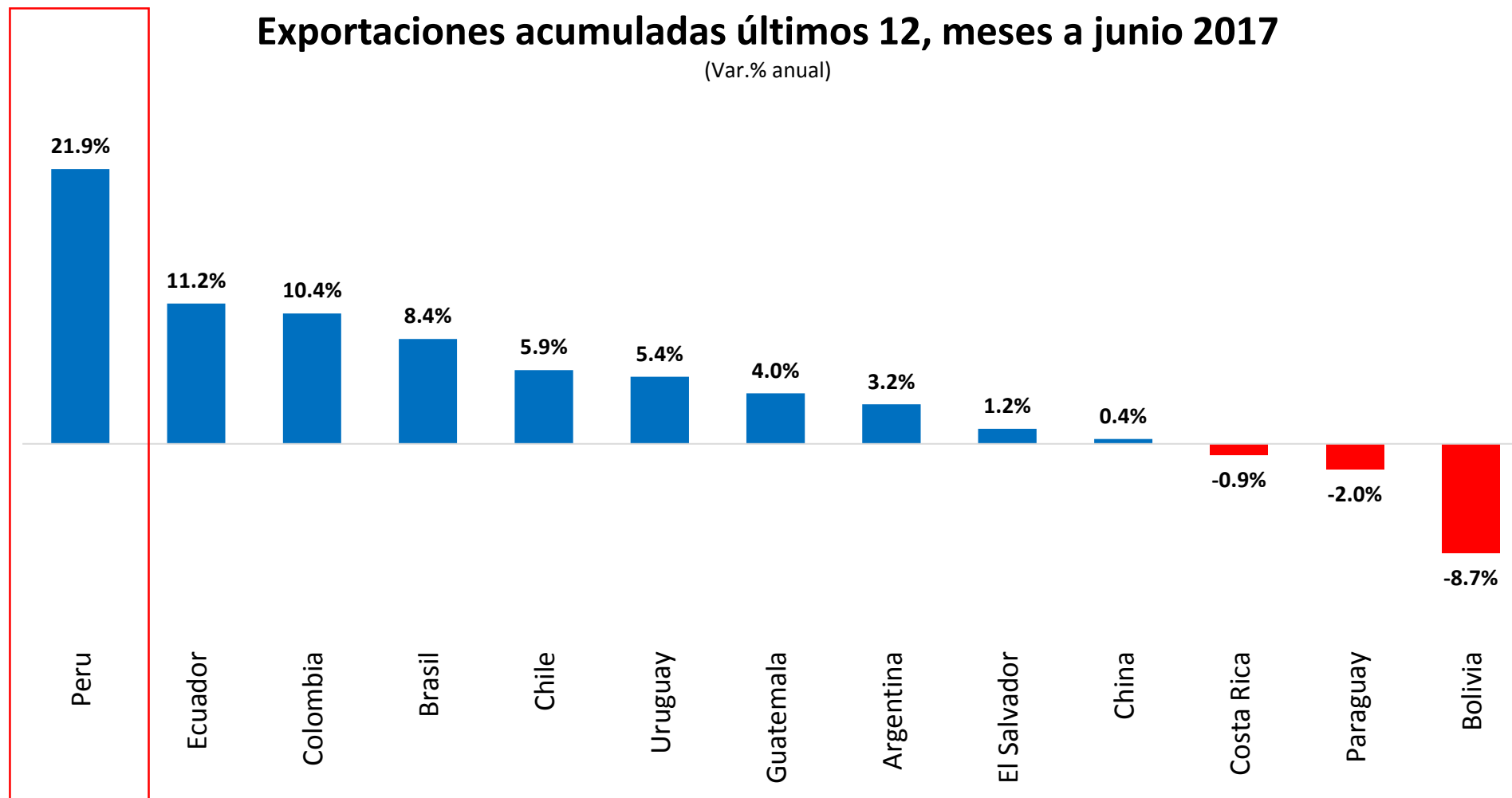


Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR

Balanza Comercial: Exportaciones FOB – Importaciones FOB

# Al mes de junio 2017, las exportaciones peruanas registraron la tasa de crecimiento anual más alta entre sus pares de la región (incluyendo a China)



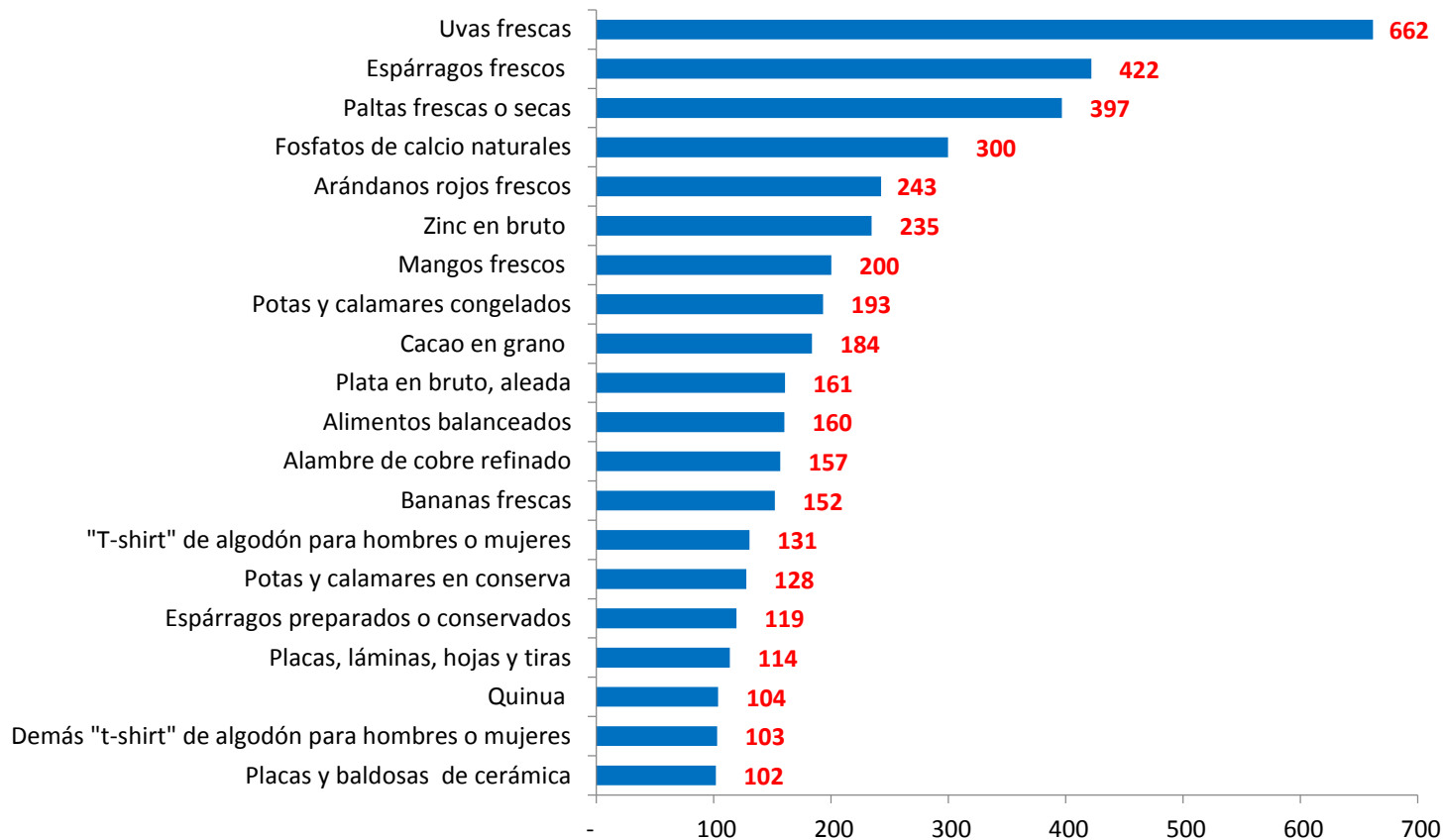
Fuente: OMC. Última data disponible

# Principales productos No Tradicionales de exportación

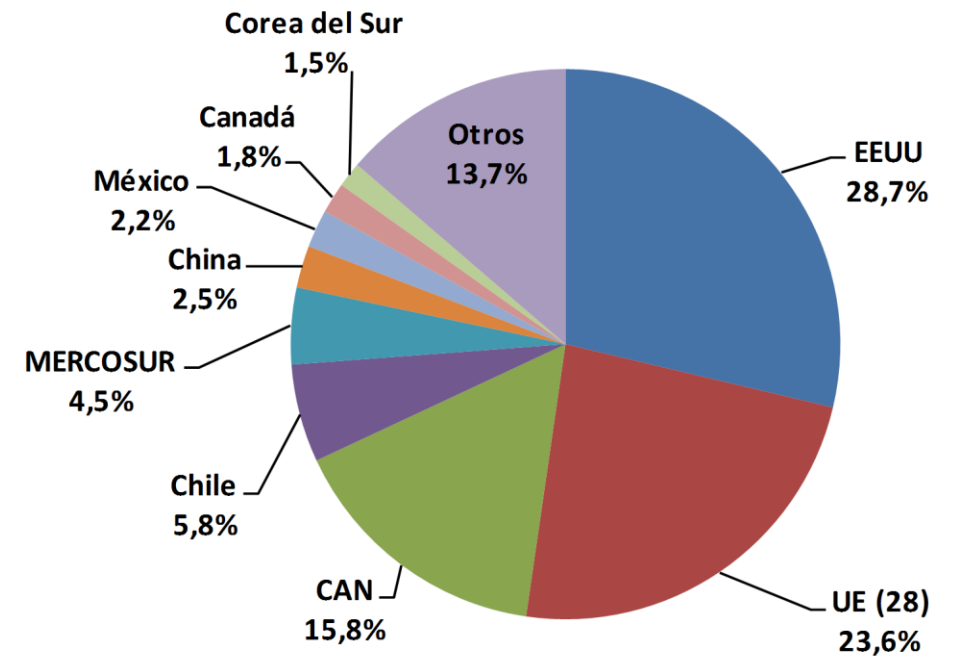
## Principales mercados de destino



2016: Exportación de Productos No Tradicionales por encima de los US\$ 100 millones



2016: Principales mercados de destino





# Plan Estratégico Nacional Exportador, PENX 2025

**PILAR 1: Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados**, que incluye entre sus líneas de acción el desarrollo de un marco normativo para el posicionamiento de la oferta exportable en mercados internacionales y promover la internacionalización de las empresas peruanas.

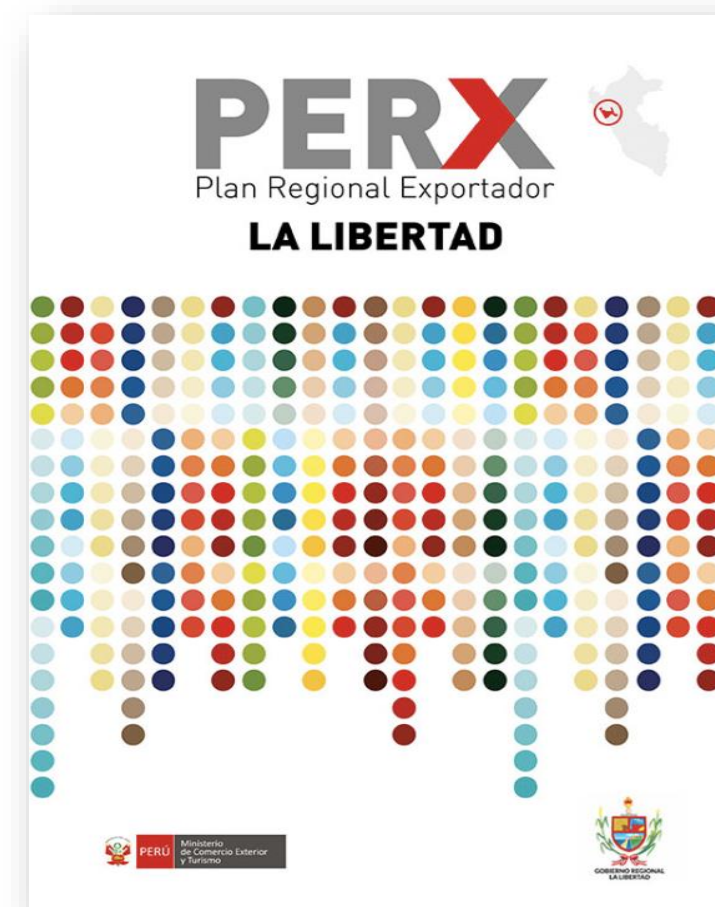
**PILAR 2: Desarrollo de oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible**, a fin de generar un entorno favorable para las inversiones en el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios y fomentar los negocios internacionales.

**PILAR 3: Facilitación de comercio y eficiencia de la cadena logística internacional**, mejorando el marco regulatorio, optimizando procesos e implementando mecanismos de financiamiento y fondos de inversión especializados para proyectos de exportación y apoyo a la internacionalización de las empresas.

**PILAR 4: Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora**, que tiene entre sus principales líneas de acción la implementación de una Red Nacional de Apoyo al Comercio Exterior y la generación de capacidades.

# Planes Regionales de Exportación, PERXs

- **PERXs:** Planificación de actividades de corto, mediano y largo plazo para cerrar las brechas de competitividad exportadora fortaleciendo las exportaciones regionales, articulados con los Gobiernos Regionales, Locales, sector empresarial y academia, en el marco del **Plan Estratégico Nacional Exportador, PENX 2025.**
  - **Entregados a agosto 2017:** La Libertad (como proyecto piloto con apoyo del Banco Mundial), Lambayeque, Moquegua y Ayacucho.
  - **Por entregar en setiembre 2017:** Huánuco, Piura, Arequipa y San Martín.
  - **Por validar en octubre 2017:** Madre de Dios, Tacna e Ica.
  - **A finales de 2017:** Tacna, Cajamarca, Loreto, Lima Regionales, Amazonas, entre otros.



# Diversificación y descentralización de la oferta exportable

- **Mejora de la Calidad:** apoyo a las PYMES en gestión de la calidad, inocuidad y estándares internacionales para la oferta exportable, a fin de acreditar certificaciones internacionales como Rainforest Alliance, Orgánica, UTZ, Global Gap, huella de carbono, entre otras. En el **2017** se viene apoyando a más de 850 productores de cacao, palta, banano, banano moquicho, granadilla, jengibre, cúrcuma, quinua para la certificación “Orgánico”, “Fair Trade”, “Global Gap” y “Rainforest Alliance” con unas exportaciones estimadas de S/. 15 millones.
- **Diferenciación de Productos:** desarrollar elementos diferenciadores de la oferta exportable peruana a través de marcas, signos distintivos o denominaciones de origen, como las desarrolladas para la Piña del VRAEM (TIBANA – El sabor del Sol) y la Quinua Orgánica de Puno (AYNOK´A – Quinua Ancestral del Altiplano), extendiendo la experiencia hacia el cacao blanco de Piura (ZIKUYO) y para el cacao chuncho de Cusco (KALL KAKAO), la maca, entre otros productos.



# Asistencia Técnica en Buenas Prácticas en Envases y Embalajes – Café y Cacao

- Programa para fortalecer las capacidades en el uso adecuado de envases y embalajes durante las fases de recolección, carga, descarga, manipuleo, transporte y exportación del café y el cacao desde el centro de producción hasta el punto de embarque.
- **Dirigido:** Asociaciones de Café y Cacao
  - 04 Asociaciones: **San Martín (80 productores) culminada: 15 de agosto.**
  - 03 Asociaciones: **Junín (60 productores). A culminar: primera semana de octubre**
- **Actividades involucradas:**
  - Diagnóstico
  - Elaboración de Protocolos personalizados
  - Talleres de capacitación técnica
  - Recomendaciones de Buenas Prácticas

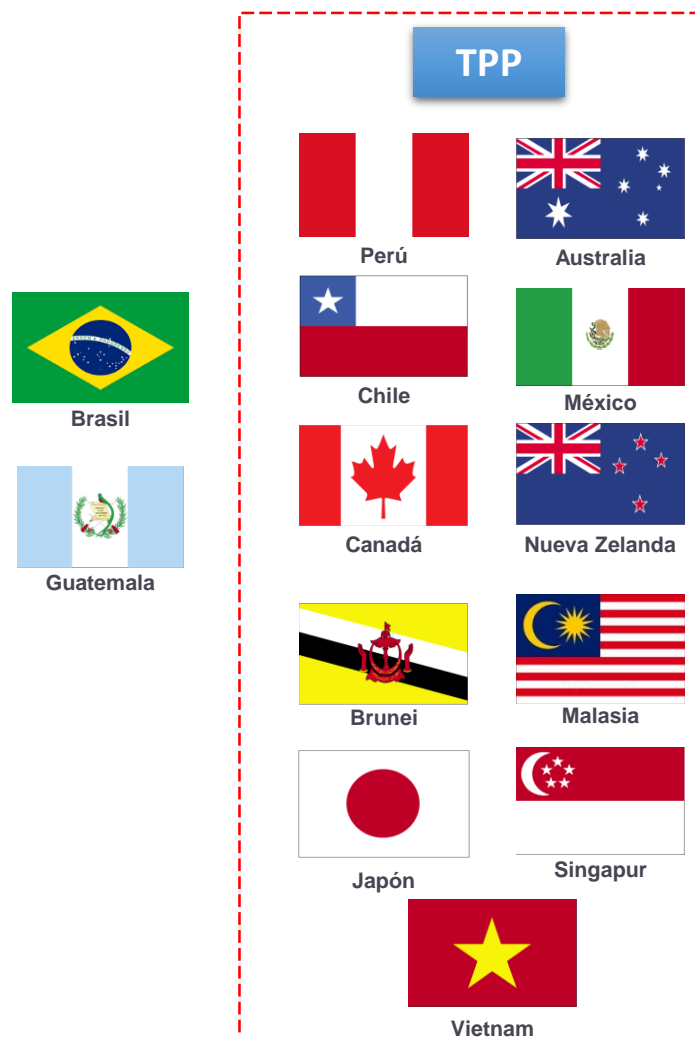


# Aprovechando la Red de Acuerdos Comerciales del Perú

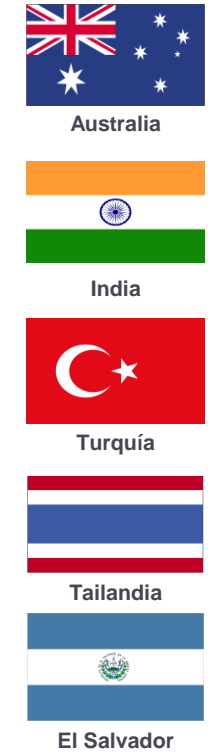
## Vigentes



## Firmados



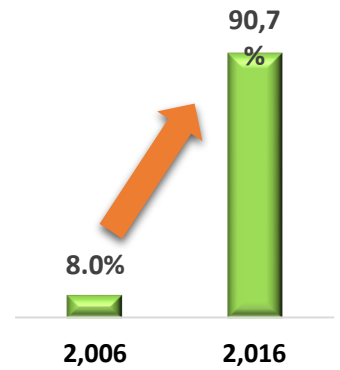
## Negociación



## Factibilidad



## Cobertura de Acuerdos Comerciales en Exportaciones (%)



Al 2025 se espera contar con **27** acuerdos comerciales en vigencia que involucren a más de **72** socios comerciales





# Negociaciones Internacionales

- **Australia:** Se acordó que más del 95% del comercio ingresará a ambos países sin aranceles de forma inmediata. Se espera poner en vigencia a inicios del 2018.
- **India:** La primera ronda se desarrolló en Nueva Delhi del 5 al 8 de agosto de este año. La segunda ronda está prevista para la semana del 4 de diciembre de 2017. Se espera lograr un acuerdo amplio que incluya disposiciones sobre bienes, servicios, inversiones y movimiento de personas.
- **Alianza del Pacífico:** Se iniciarán negociaciones comerciales para conceder la condición de Estados Asociados de la AP a los países candidatos Australia, Canadá, Singapur y Nueva Zelanda. La primera reunión de jefes negociadores tendrá lugar en Lima el 4 y 5 de septiembre.
- **Indonesia:** Indonesia se ha comprometido a enviar una propuesta de Términos de Referencia antes de noviembre 2017.



# Primer paquete de medidas para dinamizar el comercio exterior y reducir los costos logísticos

- **Medida 1: Incentivo para la utilización del despacho anticipado:** No se computa para el cálculo de la garantía los despachos anticipados, solo los diferidos. Esto permitirá incrementar el uso del despacho anticipado y otorgar mayor liquidez a los agentes de aduanas.
- **Medida 2: Agilización del despacho diferido:** De esta manera se reducirán los costos y tiempos de desaduanaje de las mercancías.
- **Medida 3: Ampliación del alcance del Embarque Directo:** que permitirá a los exportadores OEA pasar el control desde su local, a fin que la mercancía se embarque directamente en el puerto. Ello fomenta un comercio seguro y ahorros en tiempo y dinero.
- **Medida 4: Incremento de la circunscripción de los agentes de aduanas:** Se incrementará el número de operaciones para los agentes de aduanas OEA en jurisdicciones distintas a aquella donde obtuvieron su autorización. Esto permitirá la disponibilidad del servicio a nivel nacional.
- **Medida 5: Mejora de la regulación de los agentes de carga internacional:** Se reducirá la informalidad en el sector a través de la exigencia de requisitos sobre garantías, patrimonio, y sanciones, lo cual es similar al tratamiento aplicado a otros operadores de comercio exterior.

# Primer paquete de medidas para dinamizar el comercio exterior y reducir los costos logísticos

- **Medida 6: Mejora de la operatividad del servicio courier:** Se aumentará de 2 a 3 horas el plazo para transmisión de la información sobre pesos y bultos, se permitirá la transmisión electrónica de los documentos y se posibilitará la reimportación de mercancía rechazada en destino, sin agente de aduanas. Con ello se busca la simplificación del procedimiento.
- **Medida 7: Fomento del uso del Exporta Fácil:** Se ampliará el valor de las mercancías de U\$ 5,000 a US\$ 7,500, sin agente de aduanas y bajo un procedimiento simplificado.
- **Medida 8: Incorporación de criterios subjetivos para la determinación de sanciones:** SUNAT normará la aplicación de criterios subjetivos con relación a la inhabilitación, cancelación y suspensión de los operadores, a fin de tener sanciones razonables y proporcionales.
- **Medida 9: Implementación del Observatorio de logística de comercio exterior:** MINCETUR creará una plataforma electrónica con información de tarifas de los servicios logísticos de comercio exterior, con el objetivo de reducir la asimetría y falta de transparencia de datos.

# Primer paquete de medidas para dinamizar el comercio exterior y reducir los costos logísticos

- **Medida 10: Impulso para la creación de plataformas logísticas:** Se otorgará competencias al MTC para la creación y administración de plataformas. Esto permitirá establecer el marco normativo para la implementación de plataformas que brinden soporte al comercio exterior.
- **Medida 11: Creación del Comité Nacional de Facilitación del Comercio:** Se establecerá un foro público privado para discutir de manera transversal los temas relacionados con la facilitación del comercio y la logística de cargas, en cumplimiento de compromisos internacionales.
- **Medida 12: Fortalecimiento de la Ventanilla Única de Comercio Exterior:** Se actualizará el marco normativo de la VUCE para viabilizar la implementación de la VUCE 2.0 que contará con módulo sobre gestión.
- **Medida 13: Creación de la Dirección de Promoción de Inversiones Productivas en Promperu.** Se buscará que Promperú asuma las funciones que anteriormente tenía Proinversión con el fin de promover el arribo de inversiones extranjeras en proyectos de desarrollo productivo.



# Financiamiento del Comercio Exterior

- **Lanzamiento del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI):** Primer fondo destinado al comercio exterior de S/. 25 millones que beneficiará a 183 empresas exportadoras de bienes y servicios. Su primera convocatoria fue realizada en julio 2017. Dicha convocatoria del PAI tiene 2 cortes. En el primer corte, las empresas podrán entregar propuestas hasta el 8 de setiembre y la lista de los ganadores se publicarán el 9 de octubre. En el segundo corte, las empresas podrán presentar sus propuestas hasta el 7 de noviembre y la lista de ganadores se conocerá el 7 de diciembre. En ambos procesos se espera beneficiar aproximadamente a 50 empresas.
- **Ampliación del Seguro de Crédito a la Exportación para las PYME (SEPYMEX):** A partir de octubre 2017 se cobertura las operaciones post-embarque. Incremento de la cobertura de 50% a 75% para nuevos beneficiarios y se amplía del Programa hasta el 2025.
- **Microfinanzas:** Diseño de producto financiero que permitirá a las cajas ofrecer financiamiento para comercio exterior: crédito pre embarque, factoring internacional, entre otros. Se espera culminar a fines del presente año.
- **Mejoras al Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM)** Hemos propuesto la simplificación de procedimientos para una mayor utilización por parte de las entidades financieras (propuesta en evaluación por COFIDE).

# Reforma de las Zonas Económicas Especiales, ZEE

- **Mejorar el aprovechamiento de las Zonas Económicas Especiales existentes** en Tacna, Paita, Matarani e Ilo para generar oferta exportable regional en condiciones competitivas a través de la reforma de las ZEE.
- **Convertir a las ZEE en herramientas de atracción de inversiones nacionales y extranjeras**, orientada principalmente al desarrollo de industria exportadora de alto valor agregado y fuerte componente tecnológico.
- **Nueva propuesta de ZEE:**
  - Uniformización del marco legal
  - Participación de Operadores Privados en su administración
  - Inclusión de nuevas actividades permitidas (industriales, logísticas y de servicios)
  - Racionalización de Incentivos
  - Simplificación de procedimientos aduaneros
  - Automatización de los procedimientos a través del módulo de ZEE de la VUCE 2.0

# Principales beneficios de la Ley de Exportación de Servicios

- **Servicios Transfronterizos:**
  - **Efectos tributarios:** todas las operaciones económicas de exportación de servicios que cumplan con los requisitos previstos serán consideradas como tales.
  - Por lo anterior, se eliminan las listas de servicios permitidas al no ser necesarias.
  - **Nuevos rubros** : análisis e interpretación de información geofísica y geológica, enseñanza a distancia, traducción, inspecciones técnicas, etc.
- **Consumo en el Extranjero:**
  - Solo considera turismo (incluyendo más actividades) y servicios complementarios a la carga.
  - **Reduce de 5 a 2 días la estadía mínima para ser reconocido como turistas.**
  - **Se amplía la cobertura de la definición de *Servicios complementarios al transporte de carga internacional***, considerando además a sujetos no domiciliados en el país que tengan titularidad de la carga de acuerdo con la documentación aduanera de tránsito internacional.
- **Movimiento de Personas:** Se incluye **la prestación del servicio que se realiza parcialmente en el extranjero por sujetos generadores de rentas de tercera categoría** para efectos del Impuesto a la Renta a favor de una persona no domiciliada en el país, siempre que su uso, explotación o aprovechamiento tenga lugar en el extranjero.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

# Promoción de Exportación de Servicios



- Exportaciones de servicios sumarán más de US\$ 13,000 millones al 2021.
- Para el 2017 éstas crecerán 12%.
- Con la Ley de Exportación de Fomentos de los Servicios y Turismo, Perú será:
  - Proveedor de servicios especializados.
  - HUB del comercio de servicios en la región
  - Legislación nos sitúa a la vanguardia en la Alianza del Pacífico.
  - PERU SERVICE SUMMIT, será la plataforma de negocios de exportación de servicios líder en América Latina.
- OCEX y PROMPERU fortalecerán la Promoción Internacional de Servicios en Latinoamérica, USA y Europa.
- Se implantarán 09 centros de negocios propios de las empresas peruanas de servicios en los principales mercados internacional: Panamá, Brasil, Chile, EEUU, Colombia, Argentina y Bolivia.
- Se promoverán servicios como: Animación, Análisis y Ensayos Técnicos, Servicios Integrados de Ingeniería, Franquicias, Intermediación Comercial, Análisis e interpretación de información geofísica y geológica, Enseñanza a distancia, traducción, inspecciones técnicas y todos aquellos servicios que cumplan con los requisitos previstos.



**PROMPERÚ**  
**Dirección de Promoción de**  
**Exportaciones**



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



# Resultados 2017\*

- + US\$ 1 620 millones en expectativas de negocios.
- + 2 018 empresas peruanas participantes, 92% de ellas pymes
- + 24 regiones del país
- Sectores: Agro, Pesca, Confecciones, Manufacturas Diversas, Confecciones y Servicios



## AGRONEGOCIOS

Mercados:  
EEUU, Europa,  
Asia,  
Latinoamérica,  
Australia.



## SERVICIOS:

Mercados:  
Latinoamérica,  
EEUU y Europa



## INDUSTRIA DE LA VESTIMENTA Y DECORACION:

Mercados:  
EEUU, Europa,  
América Latina y Asia.



## PRODUCTOS PESQUEROS:

Mercados:  
EEUU, Europa, Asia.



## MANUFACTURAS DIVERSAS:

Mercados:  
Latinoamérica,  
EEUU y Europa.

(\*) Proyección Dic. 2017



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



# Fortalecimiento de capacidades 2017

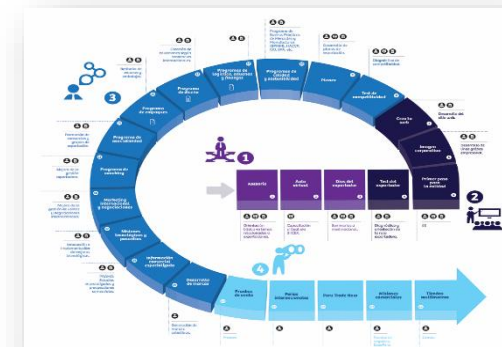
## Días del Exportador



## Programas de Calidad / Inocuidad



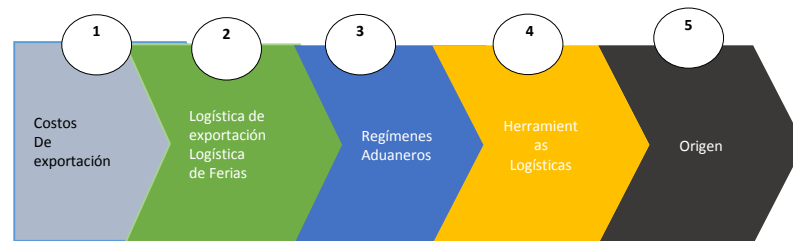
## Programas Ruta Exportadora



## Programa E-Commerce



## Asistencia en Logística de Exportación



## Asistencia en programas de Comercio Sostenible



2017 Empresas nuevas asistidas 1,800



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# Plataformas de Negocios Descentralizadas 2017



## Macro Ruedas Regionales

- Norte Exporta - Lima
- Centro Exporta - Huánuco
- Sur Exporta – Cusco
- **FICAFE** – Villa Rica - Junín
- **EXPOCAFE** - Lima
- **Salón del Chocolate** - Lima



## Expo Amazónica resultados

- + 40 mil visitantes.
- US\$ 17.2 millones de expectativas de negocios.



## Encuentros Empresariales Binacionales

- Perú - Chile, Arequipa, 23 de noviembre
- Perú - Colombia Brasil, Yurimaguas, 5 de octubre



## EXPO PERU NORTE

- + 30 mil visitantes.
- 100 expositores
- 35 compradores
- US\$ 30 millones de expectativas de negocios.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



# Inteligencia de Mercados e Información Comercial

## Nuevas Oportunidades Y lanzamientos



## Webinars



## Estudios de mercado e informes especializados



## Boletín de Inteligencia



## Revista



**SIICEX**  
Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

Tu herramienta especializada en **Rutas Marítimas** ahora en tu celular.

¿Qué es el SIICEX? Preguntas Frecuentes Glosario Herramientas de Análisis Buscar Partida

Directorio Logístico

Rutas Marítimas

Simulador Financiero

Selección de producto

Get it on Google play

1 2 3 4 5

Más de 1,6 millones de visitas de los servicios de inteligencia de mercados



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# Superfoods Peru

- Superfoods Peru contribuirá a  **duplicar las exportaciones de alimentos al 2021.**
- Incluye a más de  **150 productos y derivados** del sector agro y pesca con valor nutricional y aporte a un estilo de vida saludable.
- Beneficia a más de  **1 100 empresas exportadoras** de las  **24 regiones**
- Participan en más de  **40 actividades de promoción** en Europa, América, Asia y Oceanía.
- **Asociación Público Privada:** MINCETUR, PROMPERÚ, PRODUCE, MINAGRI, SENASA, ADEX, AGAP, COMEX, CCL, SNI.



## Posicionamiento Oferta Exportable en el Mundo





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# Promoción Comercial al 2018

Adicionalmente a las actividades de promoción comercial de la oferta exportable, el Sector sumará nuevas iniciativas para posicionar y fortalecer la presencia de los productos priorizados en los principales mercados de destino.

Se implementará una promoción de exportaciones 2.0, en la cual renovaremos nuestras Plataformas Internacionales de Negocios, así como entraremos de lleno a la internacionalización de las empresas peruanas, al promover la implantación comercial en destino, así como la digitalización de nuestros servicios de promoción.

Seguiremos participando en las siguientes ferias y plataformas: SIAL, Fruit Logística, Seafood Expo Global, Expomin, China Fisheries, Colombia Moda, Feria de Franquicias, Feria del Libro, Global Specialty Coffee, The Hotel Show y otras de apoyo gremial como Expoalimentaria, Salon du Chocolat, entre otros.

## Metas 2018:

- **2 200** empresas participantes.
- **2 450** compradores internacionales.
- **US\$ 1 860** millones de expectativas de ventas.
- **92% de empresas** participantes a nivel nacional serán **PYMEs**



# Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

## OCEX

**35 OCEX** en **30 países**, que promueven la oferta exportable, turística, imagen país e inversiones, así como la apertura y consolidación de los mercados externos.

Sector	Resumen de servicios OCEX	2016	2017	2018
Exportaciones	N° de actividades	1,019	1,325	1,400
	N° de servicios a empresas exportadoras	10,786	10,850	12,000
	N° de servicios a empresas importadoras	17,350	17,500	18,500
Turismo	N° de actividades	301	381	400
	N° de servicios a tour operadores	9,849	10,000	11,000
Inversiones	N° de actividades	90	101	110
	N° de servicios a inversionistas	3,561	3,600	3,700





# Servicios de las OCEX

## Inteligencia

- Divulgación: alertas de mercado, boletines, notas de prensa, información para la instalación en destino.
- Identificación de oportunidades de negocio.
- Identificación de actores clave en comercio, turismo e inversiones.
- Análisis de mercados: fichas producto-mercado, estudios de mercado, prospecciones.

## Promoción

- Internacionalización de empresas
- Comercialización de marcas y promoción en puntos de venta.
- Eventos y actividades de promoción comercial (ferias, misiones, ruedas de negocios).
- Relación con compradores, tour operadores e inversionistas
- Fomento de la inversión y turismo con workshops, roadshows y fam trips.

## Facilitación

- Apoyo para la eliminación de barreras de acceso al mercado (por ejm: temas sanitarios).
- Apoyo a los exportadores, en coordinación con Promperú y Gremios Empresariales
- Soporte a empresas peruanas en su proceso de internacionalización.
- Soporte a empresas del país sede interesadas en invertir en el Perú.



# Fortalecimiento de las OCEX

## Visión estratégica

- Articulación empresarial
- Relacionamiento Institucional
- Posicionamiento Comercial
- Ubicación OCEX

## Marco Operativo

- Plan de Acción Conjunto (Sector Público y privado)
- Comunicación Fluida
- Información Permanente
- Plataforma Tecnológica

## Gestión Administrativa

- Gestión de recursos
- Gestión Dinámica
- Evaluación continua
- Gestión Colaborativa



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



# Apertura y Cierre de OCEX

- 35 OCEX
- 32 Consejeros Comerciales
- 90% de las exportaciones No Tradicionales





PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

# MARCA PERÚ: Actividades 2017



Agosto  
Intercambiados

Setiembre

Octubre  
Voyager  
Colours of Peru

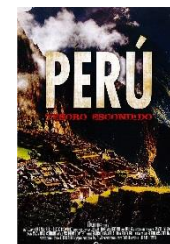
Noviembre  
Perú Tesoro Escondido

Diciembre  
Maratón de las arenas

Enero 2018  
Rally Dakar



A Great Big Story



Lanzamiento campaña nacional transmedia Marca Peru

Puente Queswachaca  
El Pisco  
La Papa  
Bioversidad

Revista de Moda lider en USA (13 páginas)

4 capitulos de Peru  
1 de Lima  
1 de Ica  
1 de Iquitos  
1 Mezclado  
Distribución PBS USA y Cable Europa

Película documental de un turista extranjero en Perú  
Estreno Mundial NETFLIX

Ultramaraton que sale por primera vez de marruecos

Competencia automovilistica off road

7 Millones de alcance en Audiencia

7.3 Millones de reproducciones del lanzamiento y videos de la historia 1

Rebote mediático al momento del lanzamiento (4 días)

S/. 671,412 PUBLICITY

Sentimiento de la campaña en redes

100% positivo

Costo por página US\$ 171,390

3.4 Millones promedio de lectores por mes

933,820 red de suscriptores

Redes Sociales 7 Millones

Lanzamiento Campaña Internacional de Turismo



Evento en Lima Estrellas de la música latina internacional CANAL HTV Regional



Alcance: 759 hras de transmisión en 200 países y 1000 artículos de prensa

Redes Sociales: 19M de visitas

Impacto económico al país 278 Millones de dólares

Alcance: 1200 hras de transmisión en 190 países a través de 70 canales



# PLAN MARCA PERU 2018

## 1. Mantenimiento de Campañas de Marca Perú

- ✓ Campaña Nacional
- ✓ Campaña Internacional (turismo)



## 2. Posicionamiento de Marcas Sectoriales

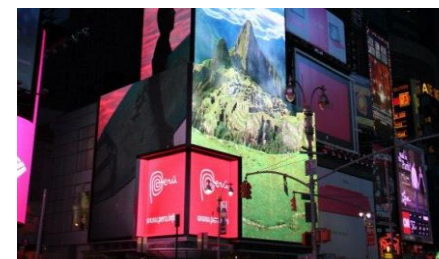
- ✓ Super Foods Perú
- ✓ Pisco
- ✓ Moda y Textiles
- ✓ Café y Cacao
- ✓ Film Commission
- ✓ Perú Mucho Gusto



## 3. Programa de Marcas, Personas Embajadoras y Licenciarios de la Marca Perú



## 4. Marketing, Publicidad, Prensa y RRPP de las Direcciones de Imagen País, Turismo, Exportaciones e Inversiones.



## 5. Tienda Online y Offline de Marca Perú



### TIENDA ONLINE

PLATAFORMA E-COMMERCE  
ALCANCE INTERNACIONAL

PROYECTO DE PROMOCIÓN DE **MARCA PERÚ** A TRAVÉS DE LOS PRODUCTOS  
**TANGIBILIZANDO LA EXPERIENCIA DE FIDELIDAD A MARCA PERÚ**

Los los imágenes son referenciales



### POP-UP STORE

EXPERIENCIA VIVENCIAL ITINERANTE  
TIENDA + CAFETERIA + ACTIVACIONES