



# Ministerio de Relaciones Exteriores

Embajador Juan Carlos Gamarra Skeels  
Director General de Promoción Económica

## La Dirección General de Promoción Económica

La Dirección General de Promoción Económica es el órgano de línea que se encarga de las relaciones con el sector empresarial nacional, así como de concertar políticas y coordinar tareas con los gremios empresariales y las instituciones públicas y privadas dedicadas al comercio internacional, las inversiones y el turismo.

La Dirección General participa activamente en ferias internacionales, organización de misiones empresariales, preparación de agendas de negocios, organización y difusión de eventos de promoción económica.

# Visión

La nueva estrategia de la diplomacia económica se basa en una visión micro de la promoción de exportaciones, en la que se vincule directamente el mercado, el producto y la empresa, a través de la acción promotora del Estado en el exterior.

## Dirección General de Promoción Económica

- Cuenta con la Certificación de Calidad ISO 9001: 2008, por los Servicios que se brinda en las áreas de comercio, turismo e inversiones.



# Lineamientos de Política Exterior definidos por el Gobierno

Lineamiento de  
Política  
Exterior

- Fomento de la integración y complementación económica con los países de la región latinoamericana, en particular los miembros de la CAN, Alianza del Pacífico y UNASUR

Lineamiento de  
Política  
Exterior

- Interacción productiva con los países de mayor gravitación global, con los cuales además el Perú ha suscrito Acuerdos Comerciales, de Turismo e Inversiones.

Lineamiento de  
Política  
Exterior

- Desarrollo de vínculos con Estados y mercados emergentes, en el contexto de una economía nacional de mercado abierta al mundo.

# Objetivos de Política Exterior en el Ámbito de la Promoción Económica

## ¿Qué pretendemos lograr?

- Incrementar los lazos económicos intrarregionales, los que coadyuvarán a compensar los efectos negativos de la crisis internacional que afecta a los mercados tradicionales de destino de nuestras exportaciones peruanas y la llegada de turistas extranjeros, como son la UE y los EEUU.
- Diversificar los mercados de destino de nuestras exportaciones.
- Incrementar el número de empresas exportadoras, especialmente de las PYMES.
- Facilitar la internacionalización de las empresas peruanas, en particular las PYMES.

# Objetivos de Política Exterior en el Ámbito de la Promoción Económica

- Consolidar la presencia de empresas y productos no tradicionales en mercados priorizados
- Identificar nuevas oportunidades comerciales en mercados de destino.
- Aprovechamiento de los mercados priorizados: Las exportaciones peruanas tienen como destino mercados con TLCs en vigor, suscritos y en proceso de entrada en vigor (95%).
- Diversificar los mercados de origen de nuestros turistas.

# La institución peruana con mayor presencia a nivel mundial



59 EMBAJADAS

69 CONSULADOS GENERALES

4 REPRESENTACIONES  
PERMANENTES



# Plan de Modernización de la Cancillería

La Cancillería está abocada a desarrollar un plan de modernización y reforzamiento de las Secciones Comerciales en el Exterior, con el objetivo de hacerlas más eficientes en el marco de los siguientes principios generales:



Se les dotará de mayores recursos financieros y humanos.



Las Secciones Comerciales de las Embajadas se estructurarán siguiendo esquemas similares a los que mantienen países con probada eficiencia en la promoción de su comercio exterior.

Esta modernización del sistema tiene como objetivo hacerlo más eficiente y previsible, garantizando su continuidad, buscando la institucionalización del mismo.

# Socios Estratégicos

Dirección de Promoción Económica (DPE)

Dirección de Promoción  
Comercial (PCO)

- PROMPERU EXPORTACIONES
- MINCETUR
- PRODUCE
- MINAG
- SUNAT
- SENASA
- DIGESA
- ITP
- SIERRA EXPORTADORA
- DIGEMID
- INDECOPI
- GOBIERNOS REGIONALES
- MUNICIPALIDADES
- CONFIEP
- ADEX
- SNI
- COMEX
- CCL
- PERUCAMARAS
- CAMARAS DE COMERCIO BINACIONALES

Dirección de Promoción  
de Inversiones (PIN)

- PROINVERSION
- MEM
- SONAMINPET
- PERUPETRO
- PETROPERU
- MINISTERIO DEL AMBIENTE
- CCL
- GOBIERNOS REGIONALES
- ASBANC
- BCR
- CAPECO
- CETICOS
- INSTITUTO DE INGENIEROS DE MINAS

Dirección de Promoción  
Turística (PTU)

- PROMPERU TURISMO
- MINCETUR
- CANATUR
- AHORA
- APEGA
- ENAPU

# ACUERDOS COMERCIALES DEL PERÚ



Vigentes

20

Concluidos

2

En Negociación

4

Negociaciones  
Futuras

3

Negociaciones futuras: India, Rusia, Sudáfrica, otros

La Dirección de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores coordina con las Oficinas Desconcentradas en las regiones del interior del país



*Arequipa*



*Iquitos*



*Puno*



*Cuzco*



*Cajamarca*



*Tumbes*



*Piura*



*Tacna*

# Servicios que brinda la Dirección General de Promoción Económica

## En Promoción Comercial :

- Difusión de oportunidades comerciales
- Difusión de oferta exportable
- Apoyo en la solución de problemas comerciales entre empresas
- Identificación de oportunidades comerciales
- Apoyo a misiones comerciales y en su participación en ferias internacionales
- Apoyo al exportador en la solución de impasses comerciales
- Realización de eventos comerciales

# Servicios que brinda la Dirección General de Promoción Económica

## En Promoción de Inversiones :

- Participación en las negociaciones de acuerdos de promoción de inversión extranjera
- Difusión de oportunidades de inversión (Gobierno Nacional, Regional y Municipios)
- Coordinación de eventos internacionales de promoción de inversiones (road shows, videoconferencias, ferias y seminarios)
- Elaboración y coordinación de las agendas para las misiones de negociaciones extranjeras
- Difusión de información especializada en inversión al exterior
- Apoyo en la identificación de posibilidades de inversiones y alianzas estratégicas
- Difusión de licitaciones y concursos públicos internacionales de entidades nacionales públicas y privadas

# Servicios que brinda la Dirección General de Promoción Económica

## En Promoción de Turismo:

- Difusión de la oferta turística
- Apoyo a eventos turísticos
- Difusión de material turístico
- Apoyo a ferias de promoción del turismo en el exterior
- Apoyo a agentes involucrados en la promoción del turismo
- Promoción y negociación de convenios turísticos
- Organización de festivales gastronómicos



# Comercio Perú - Mundo

# Exportaciones Peruanas

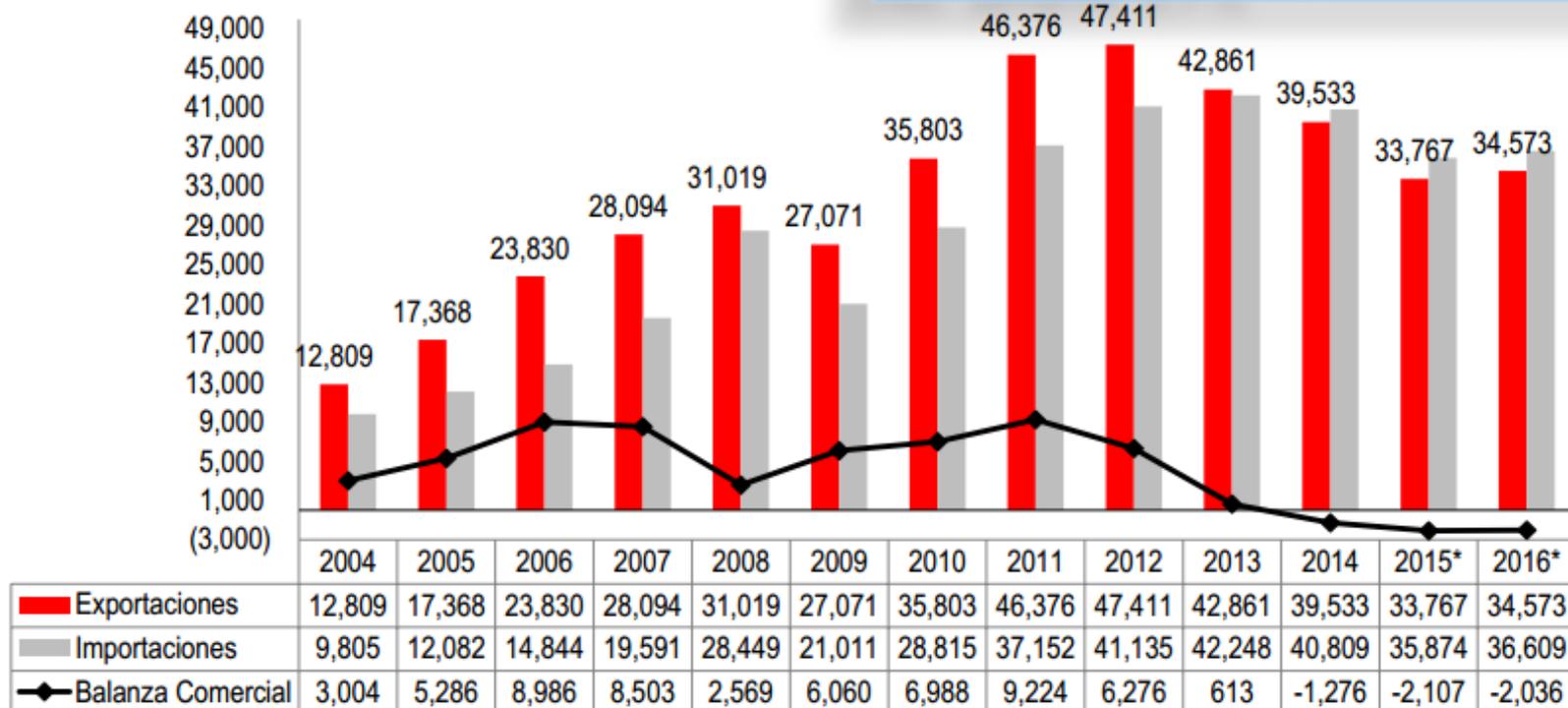
(millones US\$ FOB)

Ello se complementa con el dinámico intercambio comercial ...



Intercambio comercial 2004-2016\*  
(Millones de US\$)

Crec. Promedio anual 2004/14: **11.5%**  
Crec. 2010/14: **0.7%**



## Presencia peruana en el comercio mundial

- ➔ En el 2014 el Perú exportó 39.5 millones de dólares al mundo.
- ➔ Las exportaciones no tradicionales 2014 ese año alcanzaron los USD 11.7 millones de dólares, +5% respecto al 2013.
- ➔ En el 2010 las exportaciones no tradicionales fueron de 7.7 millones de dólares, observándose un crecimiento de 51% al 2014.
- ➔ En el 2004 habían 5,436 empresas exportadoras y en el 2014 sumaron 8,279, es decir, se incrementaron 52%. Asimismo, cabe mencionar que hoy en día, 9 de cada 10 empresas exportadoras son Pymes, lo que refleja el interés de los empresarios en el comercio internacional.



# Lideres Mundiales en Productos Tradicionales y No Tradicionales

## Exportaciones Tradicionales

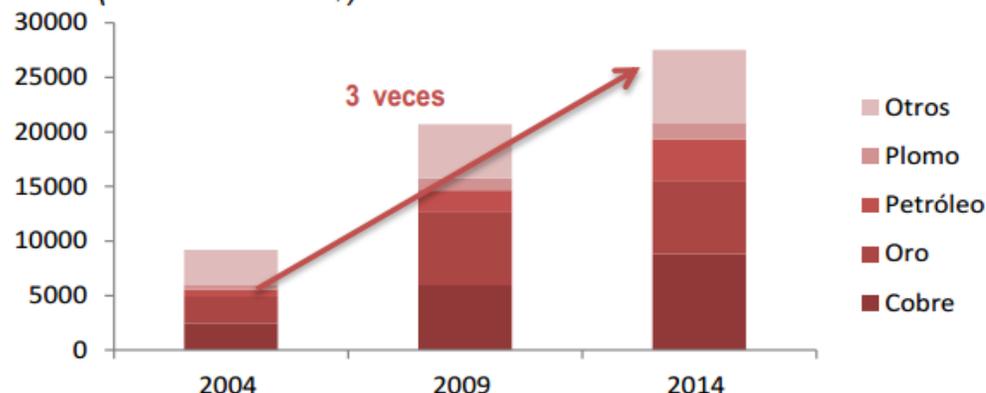


## Exportaciones No Tradicionales

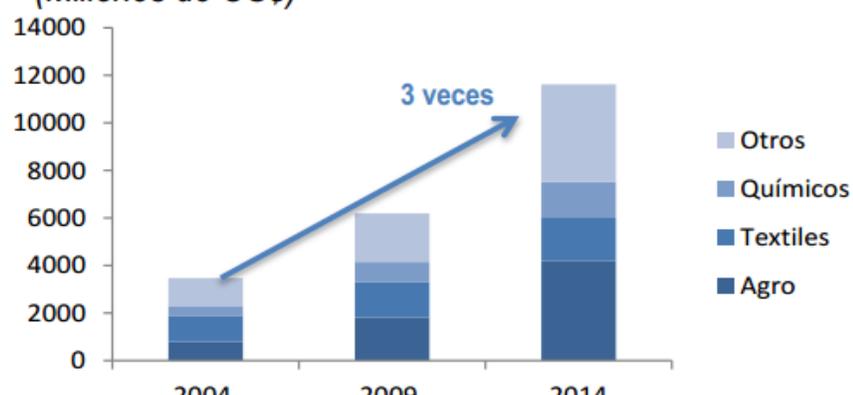


# Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales

**Exportaciones tradicionales (commodities)**  
(Millones de US\$)

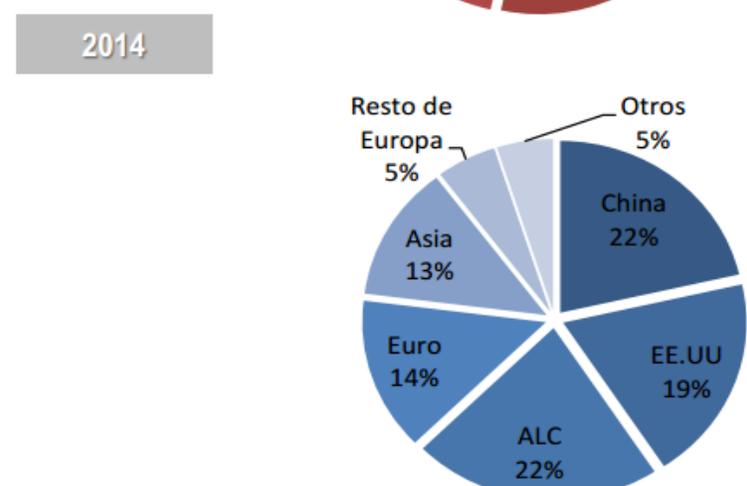
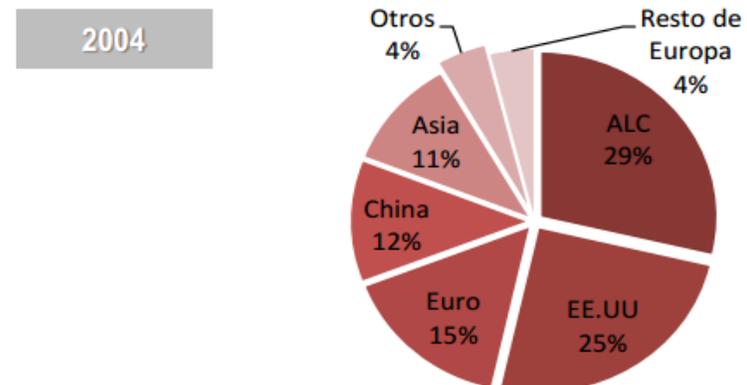


**Exportaciones no tradicionales**  
(Millones de US\$)



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú y Adex

**Principales socios comerciales**





**Dirección de Promoción del Turismo  
PTU**



# Objetivos de la Dirección de Promoción del Turismo

1. Promocionar y posicionar al Perú como destino turístico atractivo y seguro dentro de los mercados turísticos potenciales. una positiva imagen turística de nuestro país a nivel mundial.
2. Fomentar la inversión y el desarrollo económico del sector turismo.
3. Promover y establecer contactos con personalidades e instituciones del ámbito turístico internacional que tengan ascendencia en la prensa y opinión pública de sus respectivos países generar una imagen positiva del Perú para hacer negocios invertir y hacer turismo.
4. Apoyar la participación de entidades nacionales públicas y privadas del Perú que promuevan el turismo a través de festivales gastronómicos, ferias, ruedas de prensa, exposiciones, seminarios, conferencias para una mejor participación, y apoyar a delegaciones de empresarios turísticos de la capital y de todas y cada una de las regiones de nuestro país.
5. Promover y negociar la suscripción de convenios bilaterales de cooperación en materia turística y desarrollo sostenible en coordinación con los demás sectores responsables del turismo nacional, tanto público como privado.

## **La estrategia 2011-2016 diseñada por el MRE comprende :**

- ➔ **Reforzar el trabajo de las Secciones Comerciales de nuestras Embajadas y los representantes de destino de PROMPERÚ para promover el turismo al Perú.**
- ➔ **Trabajo coordinado de las Misiones en el Exterior con los representantes en destino de PROMPERÚ, a fin de realizar acciones de promoción con los profesionales de turismo según los lineamientos del sector.**
- ➔ **Apoyar y difundir la Feria Turística Internacional: Perú Travel Mart (PTM).**
- ➔ **Capacitación periódica del personal diplomático y administrativo de cómo promover el Destino Perú por PROMPERÚ.**



# Dirección de Promoción de Inversiones PIN

# Promoción de Inversiones

- ➔ El Presidente Ollanta Humala declaró de interés nacional la promoción de inversiones.
- ➔ El Perú posee una política de inversión que busca fomentar la Inversión Extranjera Directa (IED).
- ➔ La Constitución Política del Perú de 1993, estipula en el Artículo 63 que “la inversión nacional y la extranjera se sujetan a las mismas condiciones”.

# Funciones de la Dirección de Promoción de Inversiones

- ➔ Coordinación de Road Shows, ruedas de negocios, ferias, entre otros.
- ➔ Promover proyectos de inversión (nacionales, locales o regionales).
- ➔ Guías de negocios (EY, Estudio Rodrigo, Milestone GRP).
- ➔ Participación en eventos.
- ➔ Planificar y sugerir una estrategia de promoción a la DPE.

# Funciones de la Dirección de Promoción de Inversiones

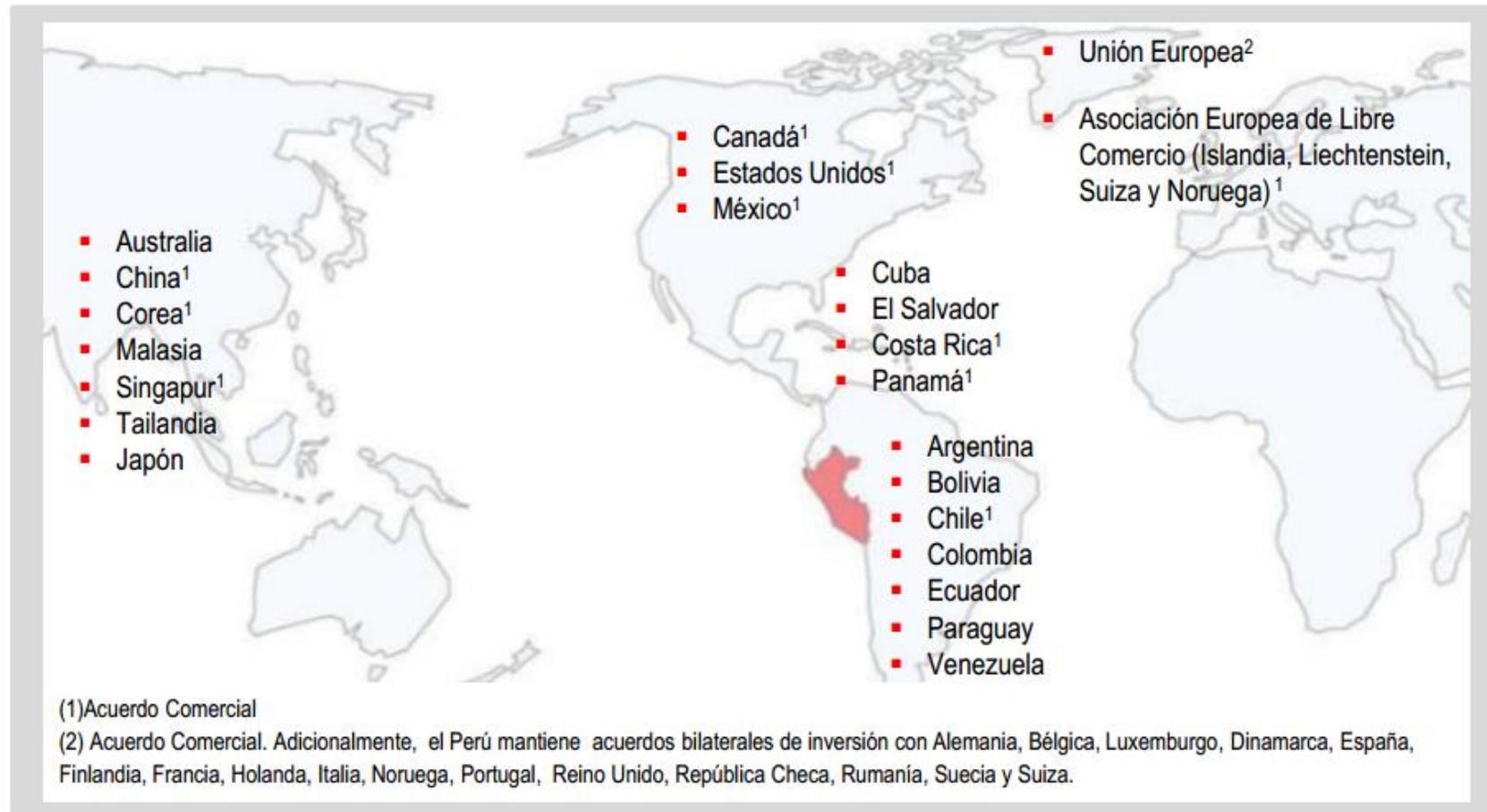
- ➔ Participar en las negociaciones de los Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRIs o BITS) y en los capítulos de inversión de los Tratados de Libre Comercio (TLC)
- ➔ Coordinaciones previas con la Comisión Negociadora de APRRIs, compuesta por: MRE, MEF, MINCETUR y Proinversión.
- ➔ Sugerir oportunidades para iniciar negociaciones.
- ➔ Seguimiento de los proyectos de inversión nacional, regional y local (cronogramas, convocatorias, agendas, entre otros).

# Perú ofrece un marco legal favorable para la inversión extranjera

- Trato no discriminatorio: el inversionista extranjero recibe el mismo tratamiento que el inversionista nacional.
- Acceso sin restricción a la mayoría de sectores económicos\*.
- Libre transferencia de capitales.
- Libre competencia.
- Garantía a la propiedad privada
- Libertad para adquirir acciones a nacionales.
- Libertad para acceder al crédito interno y externo.
- Libertad para remesar regalías.
- Acceso a mecanismos internacionales de solución de controversias.
- Participa en el Comité de Inversiones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) – Promueve implementación Directrices para Empresas Multinacionales OCDE.

# Acuerdos Internacionales de Inversión

- El Perú tiene suscritos y vigentes Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones y Acuerdos Comerciales de mayor alcance que incluyen capítulos de inversión; los mismos que consolidan nuestra política de apertura.



- Además, cuenta con **8 convenios vigentes para evitar doble tributación**: Comunidad Andina, Brasil, Chile, Canadá, Corea, México, Portugal y Suiza.

## Clima favorable para la inversión

### **Regímenes Especiales: Recuperación Anticipada del I.V.A.**

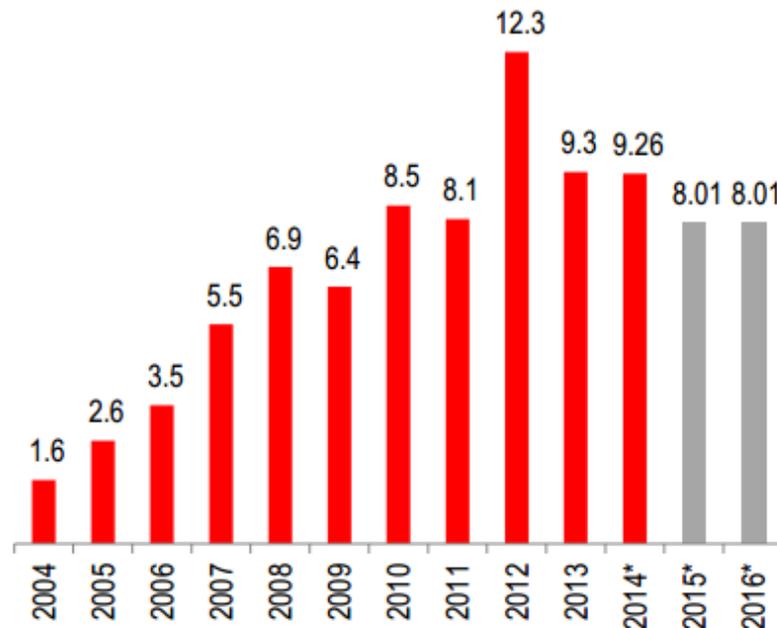
*Régimen a través del cual el Estado Peruano otorga los siguientes beneficios:*

---

- Otorga la devolución del Impuesto al Valor Agregado durante toda la etapa pre-productiva del proyecto (duración mínima de 2 años).
- Es aplicable a todos los sectores de la actividad económica.
- La inversión mínima es de US\$ 5 millones, excepto en la actividad agrícola donde este requisito no se exige.
- El proyecto puede dividirse en etapas, tramos o similares.

## ... el Perú es atractivo para la inversión extranjera, la cual registró un valor de 9,000 millones en el 2014

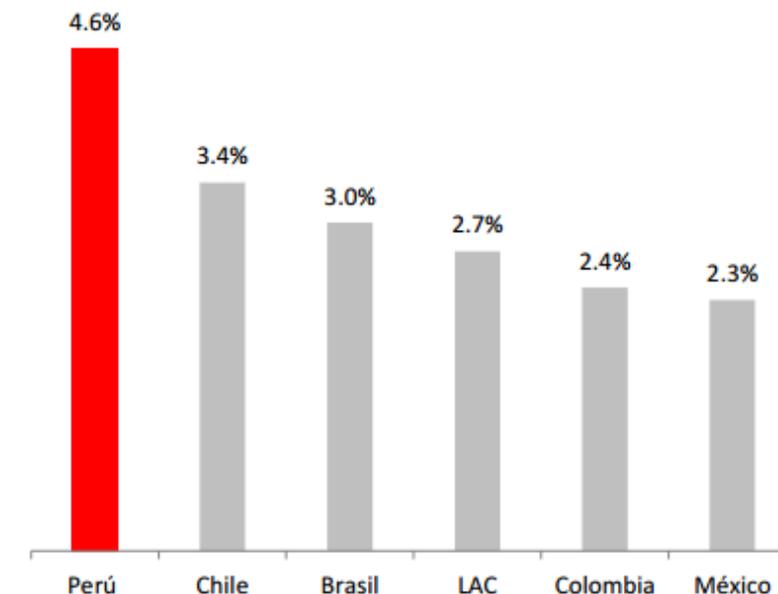
Flujo de inversión directa extranjera neta  
2004-2016\*  
(Miles de millones de US\$)



Fuente: BCRP

\* Cifras estimadas. BCRP (Reporte de Inflación, Enero 2015)

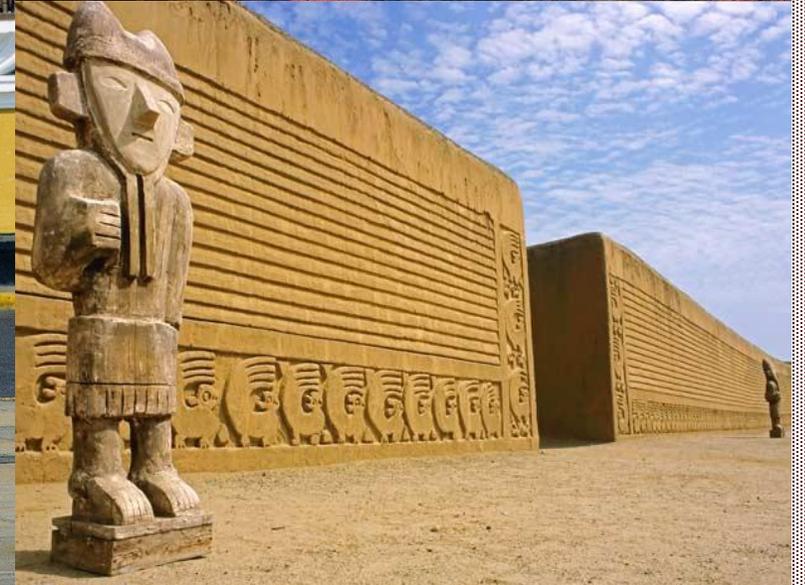
Inversión directa extranjera - Latinoamérica 2013  
(% del PBI)



Fuente: CEPAL y FMI

\* En el caso de Perú del BCRP

# Región La Libertad – Perú



# Producción potencial de la Región La Libertad

## Agro:

- Espárragos
- Uvas
- Alcachofas
- Paprika
- Palta
- Pimiento piquillo



## Manufactura:

- Calzado
- Cuero
- Confecciones



## Metal – Mecánica

- Chasis de automóviles
- Chasis de buses



## Evolución de las exportaciones de la Región La Libertad

- ❖ Entre los años 2010-2014 las exportaciones de la Región La Libertad al Mundo se incrementaron 22%, pasando de US\$ 2,285 a US\$ 2,793 millones.
- ❖ Los sectores con mayor importancia son la Minería con 67% de participación y un incremento de 9% y Agropecuario-Agroindustrial con 23% y un crecimiento de 75%.
- ❖ Los principales mercados de destino en el 2014 fueron: Suiza con 38% del total exportado, Canadá 14%, Estados Unidos 10%, Reino Unido 9% y Ecuador 4%.
- ❖ Las exportaciones de dicha región se dividen en:
  - ✓ 74% productos tradicionales y
  - ✓ 26% no tradicionales.

# Principales exportaciones tradicionales de la Región La Libertad 2014

LA LIBERTAD: EXPORTACIONES TRADICIONALES				
SECTOR	PRODUCTO	MERCADOS	FOB (US\$)	TOTAL FOB (US\$)
MINERIA	ORO EN BRUTO	Canadá, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos, India, etc.	1,762,596,328.68	1,771,993,010.36
	MINERALES DE CINC Y SUS CONCENTRADOS.	Corea del Sur	3,340,299.28	
	OTROS(6)	-	6,056,382.40	
PESQUERO	HARINA DE PESCADO	Alemania, Arabia Saudita, Australia, Canadá, Chile, etc.	128,737,068.89	132,820,238.69
	ACEITE DE PESCADO CRUDO	Chile, Noruega.	4,083,169.80	
AGRO	AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA CON ADICIÓN DE AROMATIZANTE O COLORANTE	Colombia, Italia, Reino Unido, Zonas Francas del Perú.	35,495,754.41	63,254,165.39
	LOS DEMÁS AZÚCARES DE CAÑA (CRUDA)	Estados Unidos	27,652,472.68	
	MELAZA LIQUIDA DE CAÑA	Ecuador	105,938.30	
OTROS	OTROS(7)	-	3,501,589.37	3,501,589.37
				<b>1,968,067,414.44</b>

Elaboración PROMPERU Fuente: SUNAT \* Cifras referenciales según información de Ubicación Geográfica de SUNAT

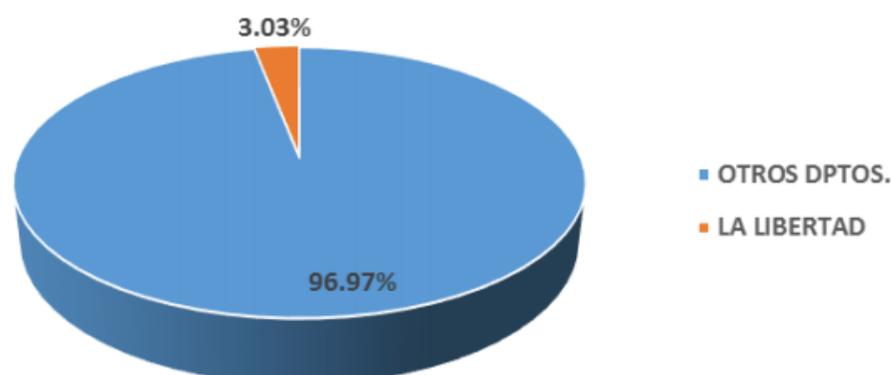
# Principales exportaciones no tradicionales de la Región La Libertad 2014

SECTOR	PRODUCTO	MERCADOS	FOB (US\$)	TOTAL FOB (US\$)
AGROPECUARIO	ESPÁRRAGOS EN CONSERVA SIN CONGELAR	Alemania, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, etc.	132,476,650.89	646,127,968.88
	AGUACATES (PALTAS) FRESCAS	Alemania, Canadá, Chile, Ecuador, España, etc.	100,845,602.71	
	ESPÁRRAGOS FRESCOS	Alemania, Antillas Holandesas, Argentina, Australia, Bélgica, etc.	87,396,949.33	
	DEMÁS PREPARACIONES UTILIZADAS PARA LA ALIMENTACIÓN DE LOS ANIMALES	Ecuador	83,293,747.37	
	ALCACHOFAS (ALCAUCILES) EN CONSERVA SIN VINAGRE	Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Chile, etc.	55,398,965.97	
	OTROS (124)	-	186,716,052.61	
QUÍMICO	ALCOHOL ETÍLICO SIN DESNATURALIZAR CON GRADO ALCOHÓLICO VOLUMÉTRICO >=80% VOLUMEN	Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Francia, Países Bajos.	37,264,085.46	38,976,509.68
	GUANO DE AVES MARINAS	Estados Unidos	1,005,259.79	
	LOS DEMÁS ARTÍCULOS PARA EL TRANSPORTE O ENVASADO, DE PLÁSTICO.	Chile, Ecuador, Estados Unidos, Francia.	319,843.77	
	OTROS (16)	-	387,320.66	
MINERÍA NO METÁLICA	ANTRACITAS	Bélgica, Bolivia, Brasil, Chile, Cuba, etc.	23,288,804.10	23,362,643.98
	LOS DEMÁS TEJIDOS DE FIBRA DE VIDRIO	Ecuador	65,656.88	
	ESTEATITA NATURAL, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR	China	8,183.00	
OTROS	DEMÁS CUEROS Y PIELES CURTIDOS DE BOVINO O DE EQUINO DEPIRADOS EN ESTADO SECO	China, España	2,473,711.91	12,997,341.10
	CALZADO IMPERMEABLE CON PUNTERA METÁLICA DE PROTECCIÓN	Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Nicaragua, etc.	1,770,925.89	
	OTROS (104)	-	8,752,703.30	
			<b>721,464,463.64</b>	

Elaboración PROMPERU Fuente: SUNAT \* Cifras referenciales según información de Ubicación Geográfica de SUNAT

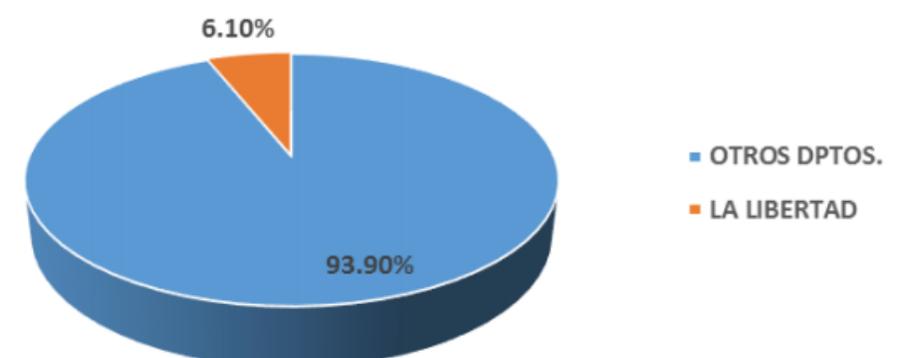
# Participación de la Región La Libertad en las exportaciones peruanas

La Libertad  
Participación en Exportaciones Tradicionales  
2014



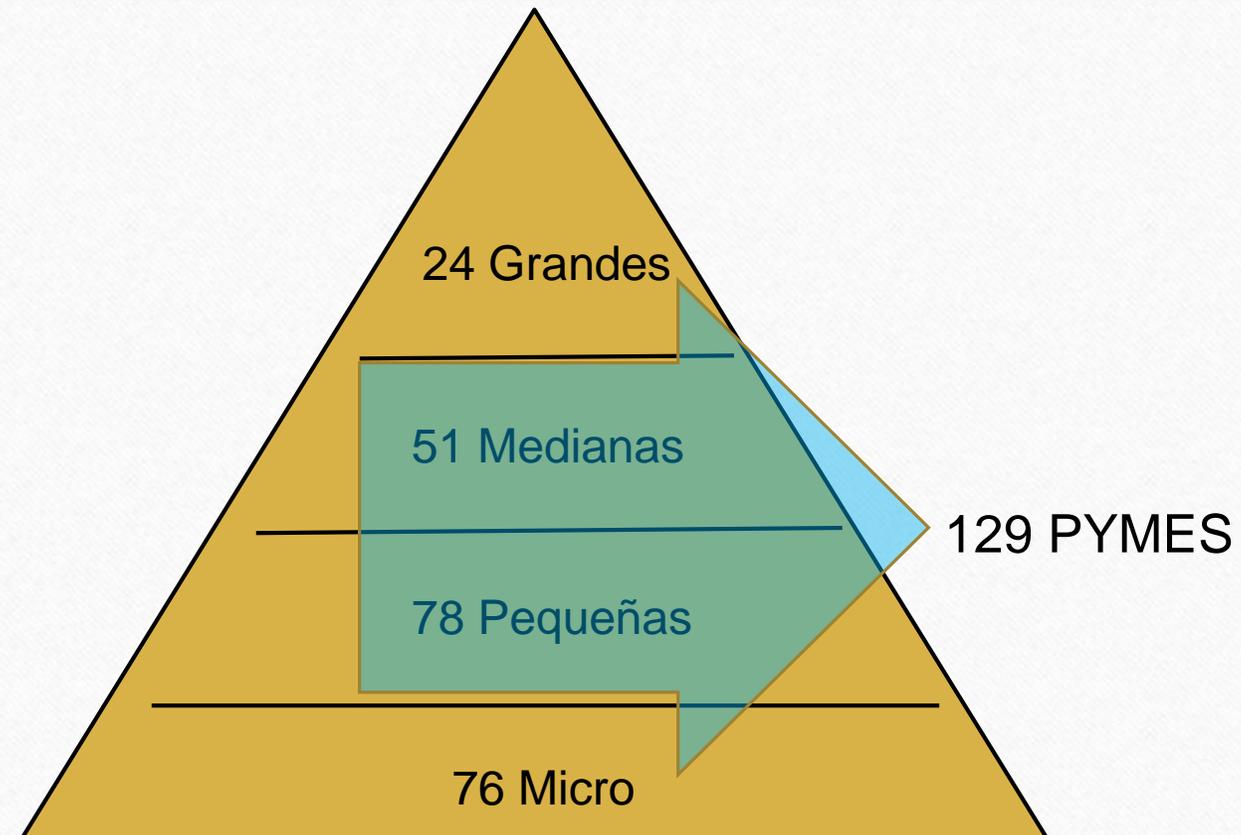
**Nota: (\*)** Sectores Minería, Pesquero, Agro y Textil.

La Libertad  
Participación en Exportaciones  
No Tradicionales  
2014



**Nota: (\*\*)** Sectores Agropecuario, Siderometalúrgico, Químico y otros.

# Clasificación de las empresas exportadoras de la Región La Libertad



Total : 229 Empresas

# Oportunidades no aprovechadas por La Libertad para su comercio exterior detallado por países

Sector	AGRO TRADICIONAL	
<b>Código 6 DIG</b>	<b>170199</b>	<b>170114</b>
<b>Descripción del producto</b>	Azúcar de caña o de remolacha refinado, sólido, sin aromatizante o colorante	Azúcar en bruto sin adición de aromatizante ni colorante: Los demás azúcares de caña
<b>Mercado desaprovechado</b>	EEUU, Malasia, Taiwan, Sudáfrica, Uruguay, Rusia, Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda, Turquía, Brunei, India, Brasil, Guatemala	Australia, India, Taiwán, Malasia, Rusia, Sudáfrica, Brasil y Ecuador

Sector	AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	
<b>Código 6 DIG</b>	<b>081040</b>	<b>070920</b>
<b>Descripción del producto</b>	arándanos o murtones y demás frutos del genero vaccinium frescos	espárragos frescos o refrigerados
<b>Mercado desaprovechado</b>	China, Canadá, Japón, Italia, Dinamarca, Suecia, Australia, Taiwán, Brasil, Portugal, Tailandia, Colombia, Malasia, Filipinas, Sudáfrica, Panamá, Brunei, Ecuador. Guatemala, Nueva Zelanda, Marruecos	Alemania, Francia, Suecia, Dinamarca, Nueva Zelanda, Brunei, India, Sudáfrica, Tailandia, China

# Oportunidades no aprovechadas por La Libertad para su comercio exterior detallado por países

Sector	AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	
Código 6 DIG	200560	200599
Descripción del producto	espárragos preparados o conservados ( excepto en vinagre o en acido )	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)
Mercado desaprovechado	México, Tailandia, Malasia, Guatemala, Filipinas, Marruecos, India, Paraguay, Corea del Sur, Brunei	Australia, Finlandia, Malasia, Sudáfrica, Guatemala, India, Paraguay, Brunei

Sector	AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	
Código 6 DIG	200190	230990
Descripción del producto	las demás legumbres y hortalizas preparadas o conservadas en vinagre	las demás preparaciones del tipo utilizadas para la alimentación animal
Mercado desaprovechado	Japón, Bélgica, Malasia, Marruecos, Guatemala, Brunei, Filipinas, Ecuador, Paraguay	Alemania, Bélgica, Dinamarca, Francia, Italia, Países Bajos, Japón, Corea del Sur, Canadá, Malasia, Reino Unido, Filipinas, España, México, Rusia, Portugal, Nueva Zelanda, Taiwán, Australia, Turquía, Suecia, Colombia, Sudáfrica, Suiza, Finlandia, Brunei, Paraguay, Marruecos, Uruguay

# Oportunidades no aprovechadas por La Libertad para su comercio exterior detallado por países

Sector	AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	
Código 6 DIG	080440	080610
Descripción del producto	paltas (aguacates)	uvas frescas
Mercado desaprovechado	Japón, Australia, Dinamarca, China, Corea del Sur, Tailandia, Guatemala, Portugal, Malasia, Taiwán, Brunei, Uruguay, Panamá, Brasil, India, Nueva Zelanda	Australia, Filipinas, Sudáfrica, Brunei, Uruguay, Paraguay

Sector	PESCA
Código 6 DIG	230120
Descripción del producto	harina, polvo y pellets, de pescado o de crustaceos, moluscos o de otr
Mercado desaprovechado	Turquía, Italia, Francia, Colombia, Malasia, Filipinas, Portugal, Costa Rica, India, Uruguay, Brunei

# Oportunidades no aprovechadas por La Libertad para su comercio exterior detallado por países

<b>Sector</b>	<b>QUIMICO</b>
<b>Código 6 DIG</b>	<b>220710</b>
<b>Descripción del producto</b>	alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico
<b>Mercado desaprovechado</b>	Taiwán, Corea del Sur, EEUU, Japón, Dinamarca, Suecia, Reino Unido, Italia, Brasil, Finlandia, Canadá, Turquía, Sudáfrica, Uruguay, Nueva Zelanda, Malasia, India, Marruecos, Paraguay, Costa Rica, Rusia

<b>Sector</b>	<b>MINERIA NO METALICA</b>
<b>Código 6 DIG</b>	<b>270111</b>
<b>Descripción del producto</b>	antracitas, incluso pulverizadas, sin aglomerar.
<b>Mercado desaprovechado</b>	Canadá, China, Corea del Sur, India, Rusia, Taiwán, Reino Unido, Sudáfrica, Australia, Marruecos, Singapur, Suiza, Filipinas, Dinamarca, Colombia, Costa Rica, Uruguay, Brunei, Finlandia, Paraguay

# Ferias Internacionales en el Perú

PerúMODA

Perú  
GIFT SHOW

Perú**Service**

SUMMIT 2015

Conectamos Oportunidades  
Lima, Perú Del 6 al 10 de Julio



Regístrate

[www.peruserservicesummit.com](http://www.peruserservicesummit.com)



Software



Editorial



BPO  
Centros  
de Contacto



Videojuegos



Imprenta



Franchisas



Marketing  
Digital



EXPOALIMENTARIA  
08 / 2015



Gracias por su atención