

Estrategia 2008-2012

PromPeru Exportaciones



18 de enero del 2008

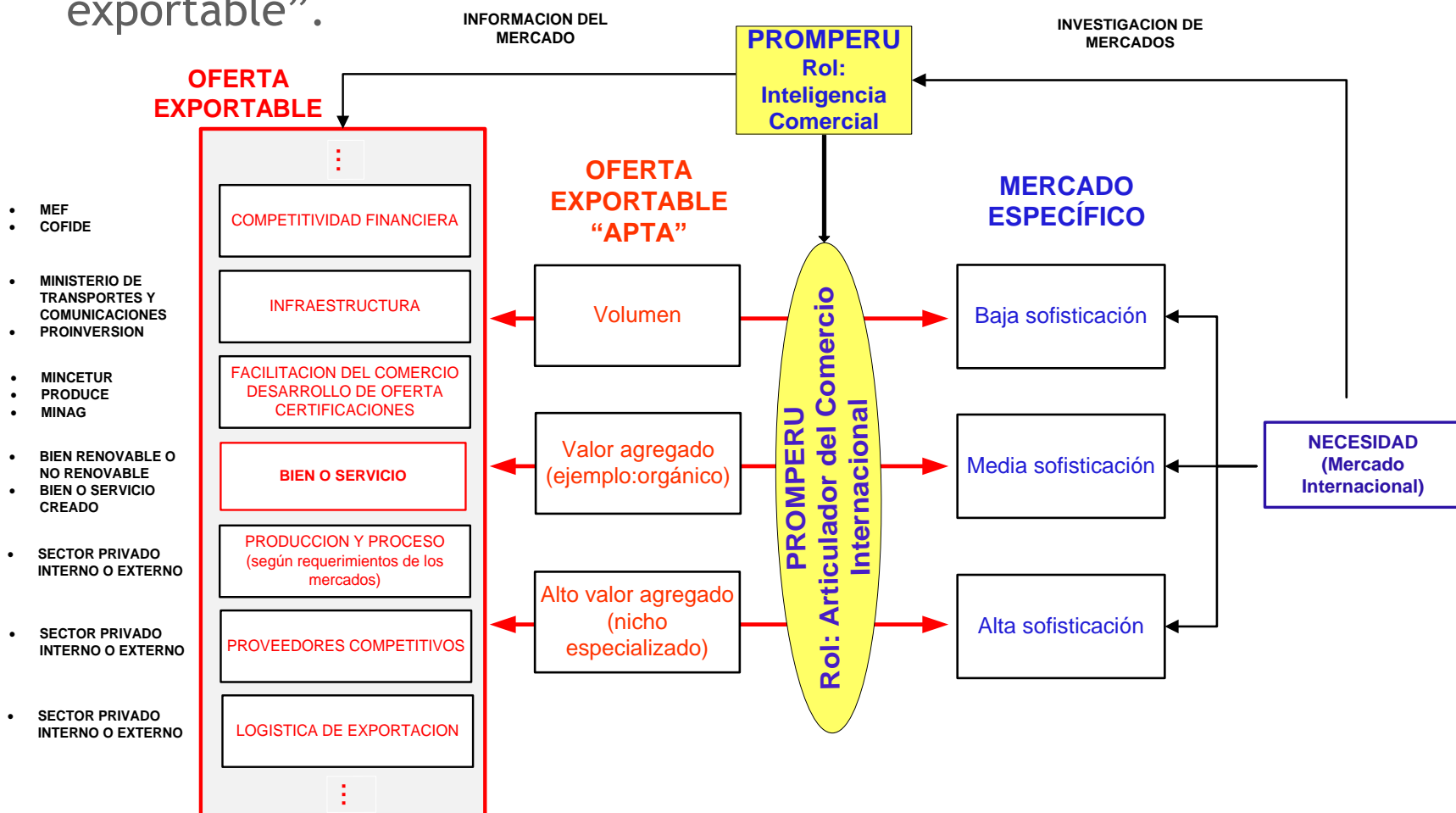
Introducción

- A raíz de la fusión de PromPeru y Prompex, se presentan una serie de **oportunidades para que ambas plataformas**, la de Turismo y Exportaciones, **realicen sinergias y potencien sus actividades de promoción**.
- De igual manera, el crecimiento sostenido del PBI y de las exportaciones, así como la accesibilidad a nuevos mercados, a través de acuerdos comerciales, hace que el ente promotor de las exportaciones - **PromPeru, proponga mejoras y “cambios” a su gestión, potenciando aún más el buen desempeño de los sectores exportadores** del país.
- Estos **“cambios”** están en relación a:

Introducción

1. HACER ENFASIS EN ENTENDER LAS NECESIDADES DEL MERCADO.

PromPeru debe estar más cerca de los mercados, recogiendo las necesidades de éstos para luego articular la “oferta exportable” apta; a la vez de, proponer los desarrollos futuros de “oferta exportable”.



Introducción

2. DIAGNOSTICAR Y SEGMENTAR A LOS EXPORTADORES.

Agrupar (segmentar) a sus clientes (exportadores), en función a sus capacidades y de cara al mercado.

Diagnóstico: Agrupación de exportadores según perfil



Gestión de PromPeru según perfil del exportador: Información y actividades

Plan complementario

Plan de promoción

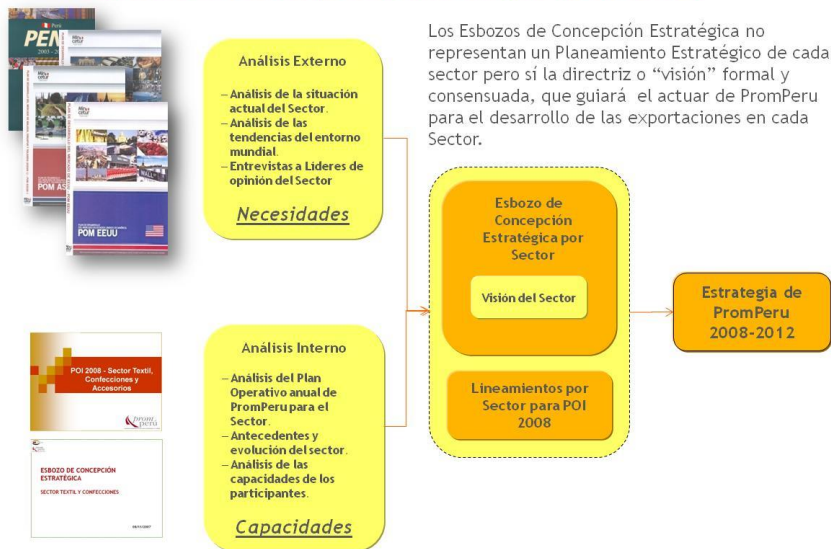


Introducción

3. ENFOCAR SUS ACTIVIDADES DE ACUERDO A UNA ESTRATEGIA.

Analizar cada sector, definiendo una estrategia de promoción específica, “re-enfocando las actividades” de la institución para hacer uso eficiente de los recursos actuales.

Metodología de trabajo para la elaboración de los Esbozos de Concepción Estratégica por Sector



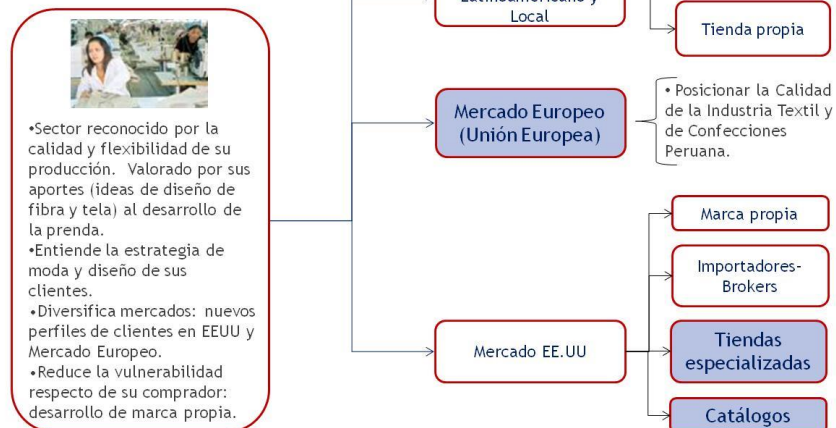
Esbozo de Concepción Estratégica Sector Confecciones y accesorios

Característica del Sector:

Exportaciones por \$ 1,476 millones (28% de las exportaciones no tradicionales).

Fuerte poder de negociación del comprador.

Posicionado en segmentos de alto valor

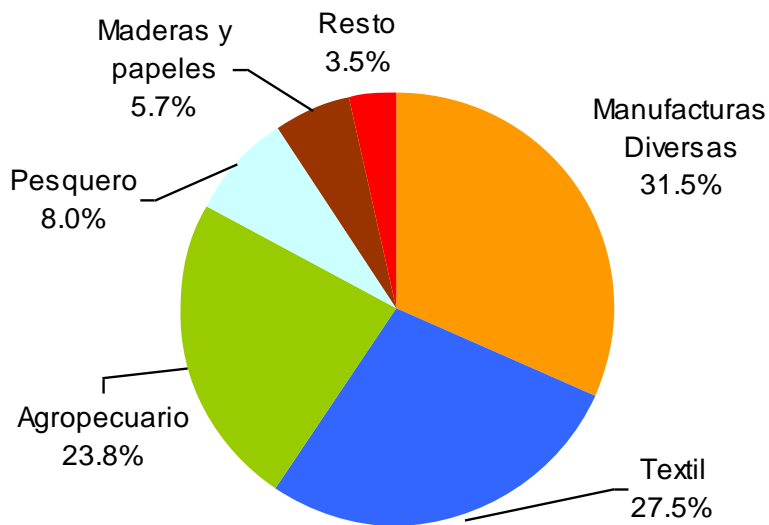


Introducción

4. ACERCARSE AL SECTOR EMPRESARIAL, RECOGER SUS NECESIDADES Y LIDERAR EL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES (ROL ACTIVO).

PromPeru debe acompañar a los exportadores **proporcionándoles conocimientos de inteligencia comercial**. Debe ser una institución seria y confiable para los exportadores que permita:

- Asegurar la “sostenibilidad” de las cifras de exportación
- Aprovechar oportunidades de M/L plazo.



Exportaciones Perú

AGRO	2006	2007	Var.%
Espárragos	309	411	33.0
Mangos	59	58	(1.4)
Uvas	51	51	(0.0)
Paltas	39	47	21.5

TEXTIL	2006	2007	Var.%
Punto	1,097	1,252	14.1
Plano	94	128	35.0
Resto	280	360	28.5

PESCA	2006	2007	Var.%
Congelados	247	326	31.7
Conservas	56	126	126.7
Resto	36	48	33.4

MADERAS	2006	2007	Var.%
MAC	79	81	1.7
Muebles	26	32	22.7

Importaciones Mundial

Frutas y Hortalizas: US\$ 94 mil millones
Espárragos frescos: US\$ 849 millones

Prendas de Vestir de punto: US\$ 137 mil millones
Plano: US\$ 153 mil millones

Pesca para consumo humano: US\$ 65 mil millones

Materiales y Acabados para la Construcción: US\$ 9 mil millones

Introducción

5. AMPLIAR EL PRESUPUESTO QUE LA INSTITUCION GESTIONA.

La Institución debe ser capaz de financiar sus propuestas a través del consenso y convencimiento del Estado, el sector privado y la cooperación internacional; para ello propondrá la creación de un “Fondo de impulso de las exportaciones”.

Contenido

- I. Esbozos de Concepción Estratégica por sector y Lineamientos para el POI 2008.
- II. Estrategia de PromPeru 2008-2012.
- III. Proyectos.

Metodología de trabajo para la elaboración de los Esbozos de Concepción Estratégica por Sector

Los Esbozos de Concepción Estratégica no representan un Planeamiento Estratégico de cada sector pero sí la directriz o “visión” formal y consensuada, que guiará el actuar de PromPeru para el desarrollo de las exportaciones en cada Sector.

Análisis Externo

- Análisis de la situación actual del Sector.
- Análisis de las tendencias del entorno mundial.
- Entrevistas a Líderes de opinión del Sector

Necesidades

Análisis Interno

- Análisis del Plan Operativo anual de PromPeru para el Sector.
- Antecedentes y evolución del sector.
- Análisis de las capacidades de los participantes.

Capacidades



Estrategia de PromPeru 2008-2012



Esbozo de Concepción Estratégica

Sector Textil, Confecciones y accesorios

Característica del Sector:

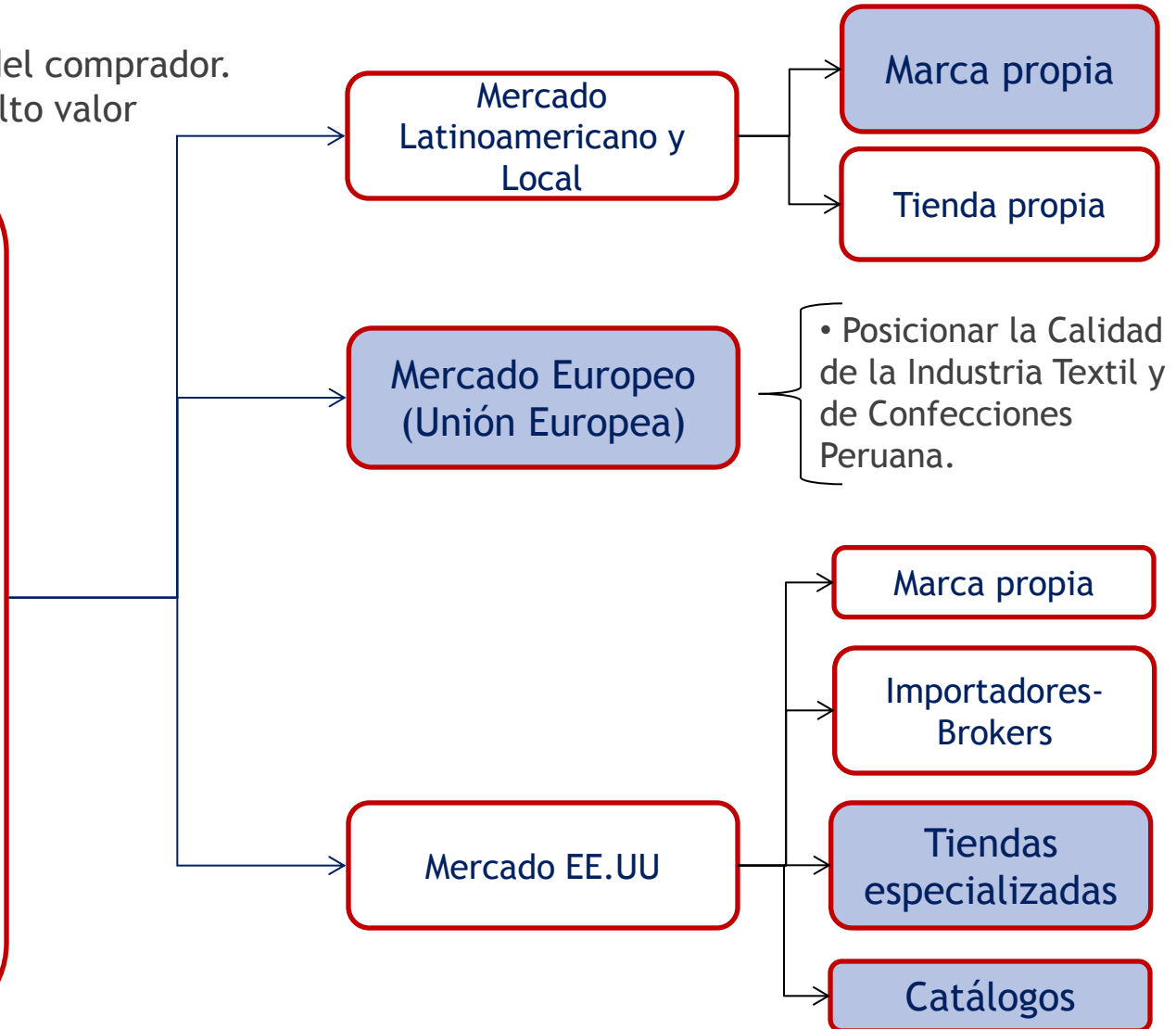
Exportaciones por \$ 1,709 millones (28% de las exportaciones no tradicionales).

Fuerte poder de negociación del comprador.

Posicionado en segmentos de alto valor



- Sector reconocido por la calidad y flexibilidad de su producción. Valorado por sus aportes (ideas de diseño de fibra y tela) al desarrollo de la prenda.
- Entiende la estrategia de moda y diseño de sus clientes.
- Diversifica mercados: nuevos perfiles de clientes en EEUU y Mercado Europeo.
- Reduce la vulnerabilidad respecto de su comprador: desarrollo de marca propia.



Lineamientos para el POI 2008

Sector Textil, Confecciones y accesorios

1. Construir **Network** de trabajo con líderes del sector para validar el “Plan Operativo Anual”.
2. Fomentar la creación de **marca propia** en los empresarios privados. El trabajo de promoción de Promperú en la **región Latinoamericana** debe ser prioritario. Lo ideal sería incorporar en este objetivo a diseñadores peruanos que puedan trabajar en unión con la industria.
3. Apoyar a las empresas en la obtención de **certificaciones**: Público recomendado (exportadores menores al millón de dólares anual).
4. **Evaluar el impacto comercial del “Perú Moda”**; analizar el auditorio, con el fin de involucrar realmente al que toma la decisión de compra. Trabajar en diversificación de cartera de clientes, la idea es involucrar cada vez más a tiendas especializadas, ventas por catálogo, grandes distribuidores, ventas por Internet, entre otras.
5. **Fam Trip con diseñadores de EE.UU, y Europa.** Trabajo en coordinación con PromPeru Turismo.
6. **Prospección en Europa** previa búsqueda de información disponible en la web u otros, estudios contratados o comprados por PromPeru, información que puede ser proporcionada por Cancillería, información construida a partir de las estadísticas.
7. **Posicionar a la industria textil y confecciones peruana (énfasis en Europa).** Divulgar en las esferas del diseño europeo y las tiendas especializadas de moda la imagen de calidad de la industria textil peruana.

Esbozo de Concepción Estratégica

Sector Pesca y Acuicultura

Característica del sector:

Exportaciones por \$ 496 millones (8% de las exportaciones no tradicionales).

Incremento del consumo mundial. Déficit mundial de oferta.

Concepto



- Canalizar el gran potencial de captura (volumen) de anchoveta artesanal para desarrollar la venta de pescado congelado y en conserva.

- Desarrollar la acuicultura marina y continental, a partir de especies con probada demanda, para atender el incremento mundial del consumo.

Pesquería

- Planes de manejo y ordenamiento pesquero
- Mayor investigación biológica pesquera.

Anchoveta, jurel, caballa, pota capturados a bajo costo y en abundancia

- Producto congelado y en conserva
- EE.UU., Europa, Brasil, Europa del Este, África

Pescados y mariscos de alto valor

- Productos congelados y en conserva, presentaciones especiales

Productos alto contenido proteico

- Suplemento alimenticio para el consumo humano directo.

Desarrollo de la acuicultura

- Promoción de inversiones.
- Marco legal que atraiga inversiones.

- Conjuntamente con PRODUCE y Pro-Inversión promocionar la industria acuícola antes que los productos.
- Marco Legal - elementos críticos: no contaminación de las zonas habilitadas y los recursos hídricos, monitoreo sanitario, concesiones con derechos de superficie a profundidad en las zonas habilitadas.

Lineamientos para el POI 2008

Sector Pesca y Acuicultura

1. Fomentar y coordinar con las instituciones pertinentes del Estado, las acciones necesarias para hacer **atractiva la inversión en acuicultura**.
2. **Prospectar mercados de Europa del Este y África** para anchoveta en conserva “tipo sardina” con *presentaciones básicas*.
3. **Prospectar** mercados de **EE.UU. y Europa** (España, Francia, Inglaterra, Alemania) para anchoveta en conserva “ tipo sardina” con *presentaciones especiales*.
4. Desarrollar una estrategia de **promoción** en el mercado de **EE.UU. y España** para los **productos** de valor agregado en base a la **Pota**.
5. Ayudar en la obtención de la **denominación “tipo sardina”** para las conservas de anchoveta en EE.UU y Brasil.
6. Apoyar la gestión de las entidades del Estado correspondientes, para que al Perú se le asigne una **mayor cuota de pesca de Atún**.
7. Apoyar la implementación del **Memorándum de entendimiento con la US-FDA**, para el ingreso de molusco y bivalvos al mercado de EE.UU.
8. Apoyar el desarrollo de **cadena productivas**, de **normas técnicas y de buenas prácticas de acuicultura**.

Esbozo de Concepción Estratégica

Sector Agropecuario

Característica del Sector:
Exportaciones por \$ 1,477 millones (24% de las exportaciones no tradicionales).
Sector diverso y dinámico.
Intensivo en mano de obra rural.

Concepto



•Perú: Diversidad de productos agrícolas con garantía de inocuidad, especialmente en contra estación con respecto al hemisferio norte.

•Se ha priorizado **productos de valor** que puedan hacer **volumen**, que la **oferta** exportable sea competitiva, sean altos generadores de **empleo** y aprovechen los **tratados comerciales**.

Frutas y Hortalizas Frescas

Cítricos

Mango

Palta

Espárrago

Uva

Frutas y Hortalizas Procesadas

Mango procesado (congelado, pulpa, etc)

Espárrago (conservas y congelado)

Otros: Capsicum, alcachofas, frutas congeladas, lúcuma, chirimoya, etc

Alimentos Procesados

Aceituna, aceite de oliva, gourmet, étnico, gastronomía etc

Productos Orgánicos y Secos

Banano

Café

Cacao

Productos Orgánicos (alto valor) y Secos

Lúcuma, chirimoya, pisco, otros (Gastronomía y productos bandera)

Otros productos a evaluar: flores, berries y pecuarios

Cítricos: Aprovechar TLC (EE.UU) Complemento de oferta española, Europa, China.

Mango: Europa, Canadá, China (año nuevo), nuevas presentaciones (orgánico).

Palta: Aprovechar TLC EE.UU. Diversificar mercado: Francia, Reino Unido, Alemania

Espárrago: Aumento en el consumo per cápita EE.UU. Presencia en Europa y Asia.

Uva: Aprovechar TLC EE.UU (desplazar a Brasil). China.

Mango: Diversificación en presentaciones y procesos

Espárrago: Aumento en el consumo per cápita EE.UU. Presencia en Europa y Asia.

Otros cultivos: Acompañar sus desarrollos y estar pendiente de su crecimiento.

Alimentos procesados: exportación con mayor valor agregado y de acuerdo a la necesidad del mercado.

Banano: Presencia en el mundo orgánico.

Café: Agregar valor, posicionar marca, buscar mercados (café especiales)

Cacao: Desarrollo de oferta, producto de gran potencial - orgánico y especiales.(cultivos alternativo).

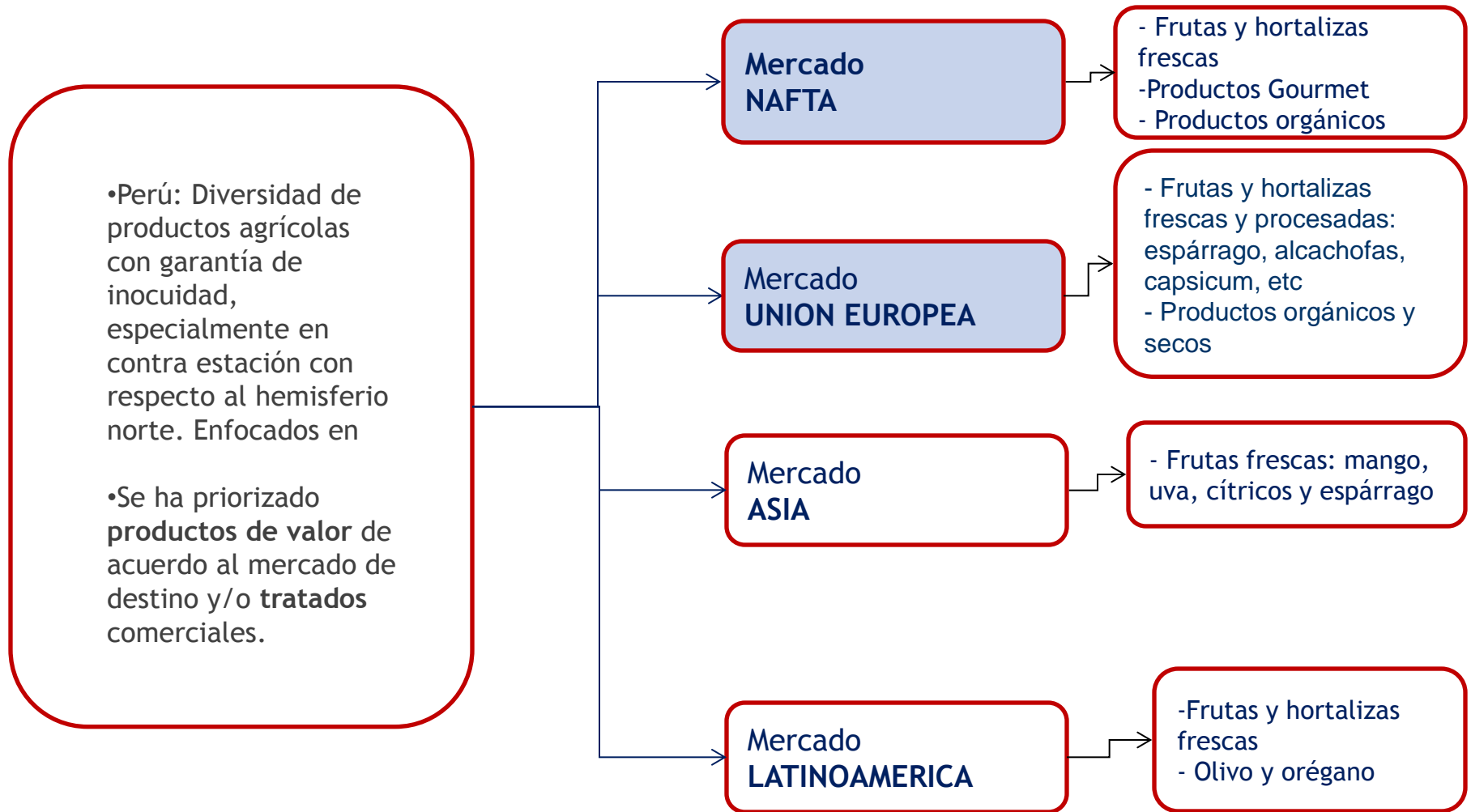
Incorporarlos dentro de la **Gastronomía Peruana**.

Acompañar su desarrollo y estar pendiente de su crecimiento.

Evaluar cultivos escasos y valiosos del mundo (84 de 108 micro climas)

Esbozo de Concepción Estratégica

Sector Agropecuario



Lineamientos para el POI 2008

Sector Agropecuario

1. Desarrollar una estrategia de **promoción en el mercado de EE.UU. para: palta, uva, cítricos y productos orgánicos**, considerando la ratificación del tratado de libre comercio.
2. Prospeccionar mercados, buscando **nichos de alto valor** donde la oferta peruana pueda ingresar (inteligencia de mercado). **Europa , Brasil y México en la Región, China.**
3. Para el **café** buscar nichos de **mercado de alto valor**, promocionando a los productores artesanales y de cafés especiales. Por ejemplo, los **países árabes y nórdicos** suelen ser consumidores de **café especial** selecto y suelen pagar mejores precios.
4. Coordinar con el MINAG, el **desarrollo del cultivo del cacao, berries, granos andinos (bio-comercio)**, y otros que se vean atractivos.
5. Coordinar con las franquicias peruanas, para desarrollar estrategia conjunta de **promoción de productos bandera.**
6. Fomentar la **asociación de pequeños productores** o la integración de los mismos a un clúster, liderado por una empresa exportadora. **Articular la oferta exportable.**
7. Actualizar el **catálogo de la oferta exportable** del sector agroindustrial, publicándolo en la web, y por medio impreso y digital para ser repartido a los agregados comerciales en los diferentes países de interés.
8. Facilitar información de tendencias, necesidades del mercado, **fichas técnicas de productos** (*límites máximos de plaguicidas, barreras sanitarias y fitosanitarias*) de interés a los profesionales del MINAG, encargados de la investigación y desarrollo agrario, así como a los exportadores.
9. Elaborar una base de datos de las empresas y personas líderes por tipo de cultivo.

Esbozo de Concepción Estratégica

Sector Madera y sus manufacturas

Característica del sector:

Exportaciones por \$ 211 millones (3.4% de las exportaciones no tradicionales).

TLC motivará una mayor formalización del sector (normalización y certificaciones).

Difícil acceso al canal de comercialización. Limitado aprovisionamiento de madera tropical.

Necesario mejorar la tecnología.

Concepto



• Los clientes preferirán nuestro producto, por la alta calidad artesanal, la madera exótica de la amazonia y la adaptación que tendrá éste, a los gustos y preferencias del mercado.

Muebles

Mercado EE.UU -
\$ 16 mil millones
Segmento alto
(40% facturación)

Chile

**Puertas, Pisos,
láminas, otros**

Uso industrial
de la madera

Marcas
privadas

Diseñadores

• Confirmar gustos y tendencias del mercado (diseño europeo).
• Misiones comerciales.

• Conjuntamente con MINAG, INRENA, Pro-Inversión y Gremios del sector, promover la inversión en el sector (concesiones u otros mecanismos - mejorar sistema actual, reforestación y plantaciones madereras, plantas industriales).

• Confirmar gustos y tendencias del mercado.

• **Concepto**
“ambiente
peruano”

• Show Room

Lineamientos para el POI 2008

Sector Madera y sus manufacturas

1. Labor de **prospección** (investigación de mercados, misiones comerciales) **en Norteamérica** para acercarse a empresas de decoración con marca propia, arquitectos y diseñadores de interiores.
2. Priorizar el estilo norteamericano. Informarse a través del **contacto con diseñadores** de: los conceptos y diseños que su mercado requiere. **Fam trip** para **diseñadores norteamericanos**. Trabajo en coordinación con PromPeru Turismo.
3. Replantear la **exhibición de los stands** en las ferias, **mostrar ambientes** antes que piezas dispersas.
4. Ayudar en el **contacto y selección del diseñador** especializado para elaborar **muestras de productos** para los exportadores peruanos.
5. Monitorear el **desarrollo de la oferta a exhibir** en base a la propuesta del diseñador (conciliada y aprobada por las empresas peruanas).
6. Organizar **exhibición permanente** (podrá ser itinerante) en EE.UU. (**Los Ángeles y Texas**) del concepto “**ambiente peruano**”. Esto facilitará la generación de relaciones comerciales entre las empresas peruanas y las empresas norteamericanas con marca propia.
7. Fomentar y coordinar con las instituciones pertinentes del Estado (MINAG – INRENA), las acciones necesarias para hacer **atractiva la inversión en el sector, a través de: nuevas concesiones forestales, reforestación y plantas industriales**.
8. Promocionar la utilización de nuevas especies forestales maderables en la fabricación de pisos y puertas en mercados seleccionados.

Esbozo de Concepción Estratégica

Sector Artesanía y Joyería

Característica del Sector:

Exportaciones por \$ 125.6 millones (2% de las exportaciones no tradicionales).
Intensiva en mano de obra rural.
Bajo costo por puesto de trabajo.

Concepto



- Artesanía utilitaria: El diferencial de esta artesanía será el diseño de ambiente peruano alineado a las **tendencias de la moda**. Artesanía funcional y de calidad con identidad propia.
- Artesanía y Joyería Pieza única: Los clientes adquieren las piezas por la originalidad y calidad del trabajo artístico, y por el prestigio del autor. Proyectarán la riqueza cultural peruana.

Se promociona el producto

Artesanía Utilitaria Funcional

Tiendas especializadas, marcas privadas, diseñadores de interiores, arquitectos, etc.

- Cite Diseño
- Ambiente Peruano
- Misiones comerciales

Se promociona al artista

Artesanía Pieza Única

Museos, exposiciones, muestras de arte, coleccionistas.

- Facilita exposición del artista
- “Manager del artista”

Lineamientos para el POI 2008

Sector Artesanía y Joyería

1. Compartir con el Vice- Ministerio de Turismo, y en específico con la DNA , la concepción estratégica del sector y lograr **consenso en la dirección del sector**.
2. Desarrollar el **concepto: “Ambiente Peruano”** y llevarlo a cabo. Es necesaria una **presencia continua** a través de un **Show Room** que muestre el concepto.
3. Apoyar la creación del CITE DISEÑO.
4. **Fam trip para entes cooperantes** que financien el proyecto que desarrollará el **concepto de artesanía utilitaria**. Trabajo en coordinación con PromPeru Turismo.
5. **Fam trip para diseñadores internacionales** con el objeto de **sugerirles nuestra cultura** para el desarrollo de sus conceptos de moda, a la vez de poder formar relaciones entre ellos y nuestros diseñadores. Trabajo en coordinación con PromPeru Turismo.
6. **Promocionar primero en el país (APEC oportunidad)**, luego en países de la Región, y posteriormente en Europa y Estados Unidos, el trabajo de **nuestros artistas con piezas únicas** (presencia en hoteles, embajadas peruanas en otros países, eventos especializados y galerías de arte) y el **“ambiente peruano”**.
7. Iniciar el **proyecto “Famosos Maestros Peruanos”**. Conversar con los artistas de piezas únicas para testear la idea y luego construir el proyecto.
8. Convocar al **sector minero** y buscar su compromiso para apoyar el **desarrollo del sector joyería** en el país. Esta actividad generaría trabajo en las zonas de influencia de los proyectos mineros, la cual podría contribuir en la reducción de los conflictos sociales que caracterizan a este sector.

Esbozo de concepción estratégica

Sector Manufacturas diversas



Características del Sector:

Exportaciones por \$ 1,970 millones (32% de las exportaciones no tradicionales).

De éstas, sólo \$ 525 millones representan productos susceptibles de promoción¹. Productos con mayor valor agregado. Inversión constante en tecnología.

Concepto

- Demanda interna y desarrollos de la industria petroquímica fortalecerán los sectores minero, construcción, energía.
- El mercado regional reconocerá la calidad de nuestros productos y servicios de ingeniería de proyectos.

Productos a promover¹:

Autopartes: Equipamiento de unidades nuevas y/o repuestos alternativos de calidad en la Región (23%).

Máquinas para minería, construcción y agregados: Máquinas y demás manufacturas para la minería, construcción, entre otros. Soluciones de ingeniería para proyectos de envergadura (17%).

Materiales y acabados para la construcción:

Revestimientos cerámicos y de mármol, artículos de grifería y materiales eléctricos. Inversión constante en tecnología (41%).

Materiales plásticos:

Productos plásticos de calidad para la industria y el hogar. Potenciales inversiones en la industria petroquímica (19%).

Mercado Latinoamericano

- Analizar cadena de comercialización en las principales plazas de la Región.
- Misiones comerciales y ruedas de negocios

Mercado EE.UU.

- Prospeccionar mercados para autopartes y materiales para la construcción.
- Evaluación de la competitividad de nuestros productos.

Mercado Europeo (Unión europea y Europa del Este)

Lineamientos para el POI 2008

Sector Manufacturas diversas

1. **Promocionar** a las líneas de manufacturas en la **Región** a través de Ruedas de Negocio en el país y en los principales mercados de la Región (ferias y eventos especializados).
2. Trabajar con las empresas el **desarrollo de oferta, a través del Benchmarking** y consultorías especializadas para mejorar procesos y tecnología utilizada (mercados de EE.UU. y Europa).
3. Prospeccionar mercado de Europa del Este para autopartes.
4. Impulsar, junto con las demás entidades estatales interesadas, las medidas necesarias para las **inversiones y desarrollo de la industria petroquímica**.
5. Coordinar con las entidades estatales involucradas, el compromiso de **diseñar y desarrollar íntegramente en el país**, los futuros **proyectos de inversión** en minería, energía e infraestructura.

Esbozo Concepción Estratégica

Sector Servicios - Software

Característica del Sector:

Tamaño del sector mundial: \$ 1,500 miles de millones, siendo el principal mercado EE.UU y Europa.

Recurso escaso - horas hombre.

Mayor demanda por proveedores de servicios (outsourcing).

Concepto



Los clientes preferirán el producto y/o servicio, por la **calidad del trabajo** y por la buena relación **calidad / precio**.

Promoción de inversiones

Programa que impulse el desarrollo de la industria:

- Marco legal promotor (beneficios tributarios)
- Zona industrial del software
- Facilidades migratorias (visas de trabajo).
- Parques tecnológicos, vinculo con las universidades.

Software (vertical, horizontal y servicios)

Mercado: países de la región, México y USA.

- Socios locales para ingresar a mercados.
- Representaciones comerciales.
- Desarrollar Networking

Lineamientos para el POI 2008

Industria del Software

1. Fomentar y coordinar con las instituciones pertinentes del Estado, las acciones necesarias para hacer atractiva la inversión en la industria del software (beneficios tributarios, entre otros).
2. Elaborar catalogo de la oferta de software peruano, el mismo que será difundido a través de la web, agregados comerciales y en las misiones comerciales que se realicen.
3. Realizar estudios, sobre las necesidades de software vertical en los mercados de la Región.
4. Facilitar un sistema de información que permita conocer base de datos con licitaciones en la región.
5. Organizar eventos locales y/o misiones comerciales, para explotar las oportunidades encontradas a partir de los estudios básicos (punto anterior).
6. Construir un network de consultores y empresas demandantes para la colocación de las soluciones peruanas en el mercados de interés
7. Apoyar la internacionalización de las empresas de software, mediante la instalación de oficinas de promoción comercial en los mercados de destino.
8. Trabajar en el posicionamiento del distintivo sectorial “Crea Software Perú” que sirva de paraguas a las empresas de software que formen parte del programa.

Esbozo Concepción Estratégica

Sector Servicios – Salud Electiva

Característica del Sector:

Mayor demanda por servicios médicos relacionados a la estética y belleza. Alto costo de dichos servicios en EE.UU y Europa. Seguros médicos en el mundo no cubren tratamientos considerados como de “salud electiva”.

Concepto



Se preferirá el servicio por el **prestigio de los médicos, la infraestructura especializada, la calidez de la atención del personal médico, la excelente relación: calidad/precio, y por la posibilidad de aprovechar el viaje para conocer un destinos turísticos atractivos con el mayor confort (a trabajar con PromPeru-Turismo).**

Cirugía plástica y odontología estética, oftalmología (miopía)

Fertilidad

Preventiva Oncológica (demás desarrollar)

Otros

• **Reconocimiento y prestigio de la clínica.**

• **Mercado principal: latinos residentes en EE.UU, España, Japón. Peruanos en Chile.**

• **Complementar con servicios de turismo.**

• **Promoción - aprovechando infraestructura y canal de PROMPERU Turismo.**

• **Medios e instituciones relacionadas a la necesidad por tipo de servicio: salones de belleza, laboratorios, etc.**

Especial interés por el desarrollo de la **medicina alternativa** (asociado a la naturaleza y cultura), con altos estándares de calidad y confort.

Lineamientos para el POI 2008

Salud Electiva

1. Trabajar en la homologación de clínicas para generar oferta apta.
2. Promocionar los servicios de “salud electiva”, a las diferentes asociaciones de residentes peruanos en las principales ciudades donde haya mayor concentración de migrantes.
3. Elaborar catalogo de la oferta de los servicios de salud electiva peruano, el mismo que será difundido a través del portal, agregados comerciales, asociaciones y en las misiones comerciales que se realicen.
4. Construir Network de médicos peruanos residentes en EE.UU, España, Japón y Chile.
5. Organizar eventos locales y/o misiones comerciales, para explotar las oportunidades en el mercado de interés
6. Facilitar y auspiciar la participación de médicos peruanos en los congresos de la especialidad.
7. Trabajar en el posicionamiento del distintivo, que sirva de paraguas a las clínicas peruanas afiliadas.

Esbozo Concepción Estratégica

Sector Servicios – Franquicias (Gastronomía)

Característica del Sector:

Exportaciones totales de las franquicias: \$ 450,000.

El 95% de las franquicias peruanas son de comida.

Concepción



Las franquicias peruanas deben aprovechar la internacionalización de la **gastronomía peruana**.

Apoyarán la moda peruana, las exportaciones de los productos bandera y otros productos agrícolas. Importante hacer Benchmarking.

Debe trabajar con PromPeru-Turismo.

EE.UU

- Se convocará a potenciales inversionistas, especialmente peruanos de éxito en los EE.UU.
- Se deberá registrar las marcas de las franquicias que se pretende ingresar.

Colombia

- Misiones comerciales

México y Brasil

- Mercado a prospectar. Gran potencial . Ferias Especializadas.

Chile y Argentina

- Reconocimiento de la gastronomía peruana.
- Misiones comerciales.

Lineamientos para el POI 2008

Franquicias

1. Asistir a las ferias internacionales de franquicias y organizar eventos locales y/o misiones comerciales, para explotar las oportunidades en el mercado de interés.
2. Trabajar en forma conjunta con los agregados comerciales y/o las oficinas comerciales de las embajadas peruanas en países de la región, México y EE.UU para hacer ruedas de negocios donde se divulguen las franquicias peruanas y logren socios inversionistas.
3. Publicar portafolio de franquicias, a través del cual se difundan las diferentes empresas peruanas en las visitas de delegaciones empresariales y en el exterior a las asociaciones de residentes peruanos y latinos.
4. Acercarse a los peruanos residentes en los EE.UU, España y la región, con el objetivo de difundir las franquicias y lograr inversiones.
5. Construir un Network de consultores que apoyen en el acercamiento de inversionistas o grupos empresariales de poder para la colocación las franquicias peruanas en el mercados de interés.
6. Trabajar en la creación y posicionamiento del distintivo sectorial que sirva de paraguas a las franquicias peruanas.

Esbozo Concepción Estratégica

Actividad Transversal: Biocomercio

Característica:

Tamaño de la industria: \$ 210,380 millones;
participación del Perú (0.03%).

Actividad que acompaña a la tendencia mundial, cada vez más fuerte, hacia productos con componente social, ambiental y de conservación.

Concepto



- El Biocomercio no es un sector en sí, es más bien una actividad transversal a los sectores productivos (agro, pesca, madera, servicios ambientales, ecoturismo) que representa una oportunidad de desarrollo para las zonas rurales del país.

- Actividad con potencial. El Perú tiene 84 de las 117 zonas de vida del planeta. Diversidad de flora y fauna que pueden ser aprovechados bajo la óptica del biocomercio.

Productos naturales a priorizar

Maca

Tara

Sacha Inchi

Otros productos naturales y sus derivados

Peces ornamentales

Yacón

Camu Camu

Castaña

Plantas Medicinales

Otros granos andinos, paiche

Importante asegurar oferta exportable constante y con el mismo estándar (posibles cultivos alternativos)
Diversificar mercados y usos (fomentar I&D de empresas interesadas en este tipo de productos)

En todos los casos se requiere trabajar en la integración de la cadena productiva y en la certificación de los productos.
Importante la Investigación y desarrollo de productos: **Etapas de desarrollo de oferta.**

Exportaciones peruanas en el mundo: 2008 - 2012



Contenido

- I. Esbozos de Concepción Estratégica por sector y Lineamientos para el POI 2008.
- II. Estrategia de PromPeru 2008-2012.
- III. Proyectos.

Situación actual del Perú

Recurso y capacidades:

- País mega diverso, rico en recursos.
- Limitadas o regulares cantidades de productos únicos.
- Mano de obra con mucha habilidad y creatividad.

**OFERTA EXPORTABLE DE NICHOS Y DE ALTO VALOR.
NECESARIO MEJORAR EN LA COMPETITIVIDAD DEL PAÍS.**

Situación actual del Perú

Contexto país:

- País que crece sosteniblemente los últimos años (78 meses consecutivos).
- Peruanos con actitud positiva, activa y animosa para conquistar mercados (vender más).
- Se está próximo al grado de inversión, el manejo macroeconómico ha sido serio y responsable.
- Se está avanzando rápidamente en el acceso a nuevos mercados (TLC's con EE.UU., Canadá, UE, China, entre otros).
- El sector privado se está convenciendo que la Región, principalmente, es un mercado interesante y que la calidad peruana es capaz de competir y ser superior (inversión).

Análisis del Entorno

Oportunidades:

- El **Perú** es uno de los pocos países en Sudamérica que **cuenta con un TLC con EE.UU.**; a la vez de tener una política de apertura comercial y de ingreso a nuevos mercados. Esta situación debe potenciarse, **atrayendo inversión y consolidando oferta exportable de países como: Ecuador, Bolivia y Venezuela**, que tienen en estos años una situación particular y que no atraen inversión y limitan el comercio internacional.

En el caso de **Brasil y Argentina**, éstos son mercados grandes y que por sus propios intereses, sobre todo agrícolas, no están motivados a abrir sus mercados a Europa ni EE.UU. con las condiciones actuales (subsidios).

Análisis del Entorno

Oportunidades:

- El 2008, el Perú será la sede y presidirá el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC). El **APEC** representará un **vitrina importante para exponernos a los países de la Cuenca del Pacífico: Asia, Oceanía y Rusia**; atrayendo inversiones e incrementando nuestro comercio.
- De igual modo, el 2008 el **Perú será sede de la V Cumbre América Latina - Unión Europea**, donde se desarrollarán temas económicos, sociales y de medio ambiente.
- Perú será sede el 2008 de la **III Conferencia Internacional sobre Turismo y Artesanía** y además será anfitrión de la celebración del **Día Mundial del Turismo** este año.

POTENCIAR LA COYUNTURA, EXPONER EL PAÍS AL MUNDO - PONERLO DE MODA. EL 2008 SERÁ EL AÑO DEL PERÚ.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

- El Perú debe aprovechar el momento que vive y “exponerse” al mundo empresarial no solo como un interesante destino turístico sino como un **país exportador serio, de productos de calidad y diferenciados**; de igual modo debe presentarse como una excelente **oportunidad de inversión** en la Región y el mundo.
- Pondrá **énfasis**, al momento de promocionar y exponer la imagen del país al mundo, **en los siguientes mercados**:
 - **Bloque NAFTA:**
EE.UU., Canadá y México, representan un bloque comercial importante y con altos niveles de consumo, el Perú debe terminar de **consolidarse en el mercado norteamericano**, fijando la **imagen de calidad** de sus productos.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

- **APEC e India:**

El mercado del APEC (principalmente China, Corea del Sur, Tailandia, Singapur, Rusia) e India, es el **mercado de mayor crecimiento, con consumidores jóvenes** y prestos a probar nuevos productos.

El APEC representa no sólo un mercado interesante para colocar nuestros productos, sino un **aliado importante, del cual podremos atraer inversiones en los distintos sectores económicos del país** y principalmente en aquellos en los cuales tenemos la ventaja comparativa pero no el conocimiento ni la tecnología (acuicultura, forestación, petroquímica, entre otros).

- **Europa (Unión Europea):**

Mercado con necesidades que se ajustan a la oferta exportable peruana (**nichos de alto valor**).

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

El Perú necesita promocionar y posicionar su imagen en este mercado, para **ser identificado como un país exportador con productos de calidad y únicos** (énfasis en productos orgánicos y de biocomercio).

- **Región (Sudamérica):**

Mercado con similares tendencias de consumo. La Región, a través de las inversiones en infraestructura para su conectividad, incrementará su intercambio comercial por lo que países como Brasil, Colombia y Chile se presentan en el futuro como socios comerciales importantes.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

- En este sentido debemos divulgar pocos pero potentes conceptos que se fijen en la mente de los empresarios locales e internacionales y que estén relacionados con:
 1. País Mega diverso.
 2. Mano de obra creativa y ávida por aprender (costo competitivo para la industria manufacturera).
 3. Producción agrícola en contra estación; productos de calidad y de nichos.
 4. Recursos pesqueros sostenibles y de calidad; condiciones favorables para el desarrollo de la acuicultura.
 5. “Concepto peruano”.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

- PromPeru liderará el posicionamiento de la imagen del Perú como “país exportador”, para ello debe tener una estrategia clara de desarrollo de sectores. Conocerá el mercado y las tendencias del mismo; y será creativo al exponer al Perú en los mercados internacionales.
- La organización será proactiva, buscará a sus clientes (los exportadores), los agrupará en función a sus capacidades y los requerimientos del mercado.
- PromPeru acompañará a los exportadores proporcionándoles conocimientos de inteligencia comercial: competencia, clientes, nuevos mercados, precios, etc., facilitando oportunidades e información para el desarrollo de nuevos productos.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

- Estará atento a las oportunidades, las tendencias y cambios en el mercado. Para ello contará con una red externa comercial (que incluye a las “antenas comerciales propias”), que le permitan aportar a la creación y gestión del conocimiento de inteligencia comercial.
- La red externa se complementará y aprovechará al máximo la relación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, en específico con los agregados comerciales, para poder potenciar la información y actividades de promoción en los mercados de destino.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

- PromPeru ayudará a que las relaciones con sus clientes y los clientes de éstos, se mantengan y se fortalezcan. Será una institución a la cual los exportadores busquen y con la cual quieran co-participar, desarrollando múltiples formas para hacerlo, incluso los proyectos de inversión publico-privado.
- PromPeru contará con una plataforma tecnológica, que integre la información de las Regiones del país, los exportadores, los gremios y los mercados (incluyendo las “antenas comerciales” en países del exterior).

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

- Será una institución que enorgullezca al Estado, especialmente al MINCETUR, **articulando a las instituciones públicas y privadas** para desarrollar las exportaciones y la imagen del Perú.
- PromPeru impulsará la fijación de estándares mínimos de los productos exportados (**sello de calidad de la oferta exportable - mejora de la competitividad de nuestros productos**), para evitar que perjudique la imagen del país por negligencia de algunos exportadores.
- La Institución tendrá la **capacidad de financiar sus propuestas** a través del consenso y convencimiento del Estado, el sector privado y la cooperación internacional; para ello **propondrá la creación** de un “Fondo de impulso de las exportaciones”.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

PromPerú enfocará sus acciones en:

1. Promocionar al Perú como **“País Exportador”**, con datos concretos de oferta exportable.
2. Enfatizar en el **conocimiento de las tendencias del mercado mundial** para aportar al Perú dos cosas:
 - **Sostenibilidad de las cifras de exportación**, analizando las tendencias del mercado mundial; monitoreando valor y volumen de las exportaciones de los productos y mercados priorizados.
 - **Oportunidades de mediano y largo plazo** en las cuales hay que invertir tiempo y recurso como país, para darle información relevante al sector privado y motivarlo a invertir.

PromPeru: Concepción Estratégica 2008-2012

PromPerú enfocará sus acciones en:

3. Hacer que los sectoristas **diagnostiquen al empresariado peruano y lo guíen en su exposición e introducción al mercado internacional**; generando eficiencia y ahorros al país.
4. **Articular los distintos entes públicos y privados**, para lograr los objetivos de cada Sector.
5. Hacer que la **Network de la Institución** y los sectoristas sea un esfuerzo formalizado y que responda a la estrategia de cada sector.

PromPeru: Organización 2008-2012

- Se **agrupará a los sectores**, permitiendo a los sectoristas ampliar sus conocimientos y profundizar en el alcance de su trabajo. La agrupación propuesta será:
 - Macro Sector Alimentos y Bebidas** (Agropecuario, Pesca y demás alimentos). Indicadores de gestión: sostenibilidad y aumento del valor y volumen de las exportaciones nuevas empresas exportadoras - en consolidación.
 - Macro Sector Textil, confecciones y accesorios (textil y calzado)**. Indicadores de gestión: Textil - en consolidación: sostenibilidad y aumento del valor y volumen de las exportaciones; nuevas empresas exportadoras.
 - Macro Sector Manufacturas / Industrias diversas (manufacturas diversas - maderas, químicos, maquinas y acabados para la construcción, entre otros)**. Indicadores de gestión: Manufacturas diversas - en proceso: Desarrollo de oferta y mercado.

PromPeru: Organización 2008-2012

- d) Sector Servicios (Franquicias, Salud Electiva, Software, Call Center, Atención a Naves y Aeronaves, Consultoría, otros).
Indicadores de gestión: Desarrollo de oferta y mercado - en proceso.
- Los sectores de PromPeru Exportaciones podrán usar la plataforma y actividades de promoción de PromPeru Turismo para impulsar el desarrollo de sus exportaciones, cuando corresponda, y viceversa (Turismo usará la plataforma de Exportaciones). Ejemplo: franquicias - énfasis en gastronomía y salud electiva. PromPeru Turismo estará involucrado en el desarrollo del “concepto peruano”, que incluye: la artesanía y joyería, las confecciones y accesorios de alpaca, muebles y accesorios artesanales y productos gourmet.

PromPeru: Organización 2008-2012

- La Oficina de Planeamiento y Presupuesto monitoreará el cumplimiento de las actividades a través de **indicadores** que no midan sólo el gasto y número de actividades, sino **el logro de los resultados que la estrategia de cada sector ha propuesto**.
- Se fortalecerá el **Área de Cooperación Internacional, otorgándole más recursos, así como la categoría de Oficina**. Cooperación Internacional deberá ser un área dinámica y proactiva que facilite recursos externos y permita contar con experiencias exitosas de otros países.
- **Se creará una Oficina de Programas y Proyectos**, que se encargará de monitorear la **implementación de los proyectos de la organización**. Se activará en función a las necesidades y requerimientos. Dependiendo de la complejidad de los Programas y Proyectos, se podrá contar con especialistas que preparen los

PromPeru: Organización 2008-2012

perfiles, estudios de factibilidad de los proyectos o estructuren los mismos con otras instituciones.

- El ambiente laboral en PromPeru será motivante y buscará atraer a profesionales competentes. Se buscará que el **régimen laboral otorgue estabilidad y beneficios** al personal.

Contenido

- I. Esbozos de Concepción Estratégica por sector y Lineamientos para el POI 2008.
- II. Estrategia de PromPeru 2008-2012.
- III. Proyectos.

PromPeru: Proyectos

- Para la implementación de la Estrategia, es **necesario establecer una serie de Proyectos**, los cuales cumplen determinados **objetivos (de estructura, estratégicos y de soporte)**, que reflejan la nueva visión de la organización.
- **Proyecto de Estructura:**
 1. Nueva organización.
- **Proyectos Estratégicos:**
 2. APEC - 2008.
 3. Posicionamiento de la imagen “país exportador” en Europa y Asia (principalmente bloque APEC).
 4. Desarrollo del “concepto peruano”.
 5. Posicionamiento de la imagen del sector textil y de confecciones en EE.UU. y Europa.

PromPeru: Proyectos

6. Desarrollo de la Industria Acuícola.
7. Desarrollo de la Moda en Alpaca.
8. Concepto “mueble artesanal tipo americano hecho con madera amazónica peruana”.
9. Pueblos Artesanos.
10. Famosos Maestros.
11. Participación del sector minero en el desarrollo de la artesanía y joyería.
12. Adecuación de la Ley de Impuesto a la Renta (Sector Servicios).
13. Creación de network de hispanos en el mundo (Sector Servicios).
14. Impulso de inversiones en Proyectos de envergadura y petroquímica.
15. Desarrollo de la industria maderera.

PromPeru: Proyectos

- **Proyectos de Soporte:**

16. Proyecto de Ley para el impulso de las exportaciones (creación de un Fondo Revolvente).
17. Mejoramiento de las condiciones laborales (régimen laboral del personal).
18. Fortalecimiento del Área de Cooperación Internacional.
19. Fortalecimiento de la Oficina de Presupuesto y Planeamiento.
20. Coordinación de actividades transversales internas y con el Mincetur.
21. Desarrollo de plataforma tecnológica integrada.
22. Potenciar Network en las Regiones.

Proyecto de Estructura:

1.- Nueva organización

Justificación:

Es necesario realizar ajustes a la estructura de modo tal que aporte al desarrollo de la estrategia. De igual modo, se debe **alinear la estrategia con las capacidades de la organización**. Paso previo para buscar generar la inclusión del personal a planilla del Estado.

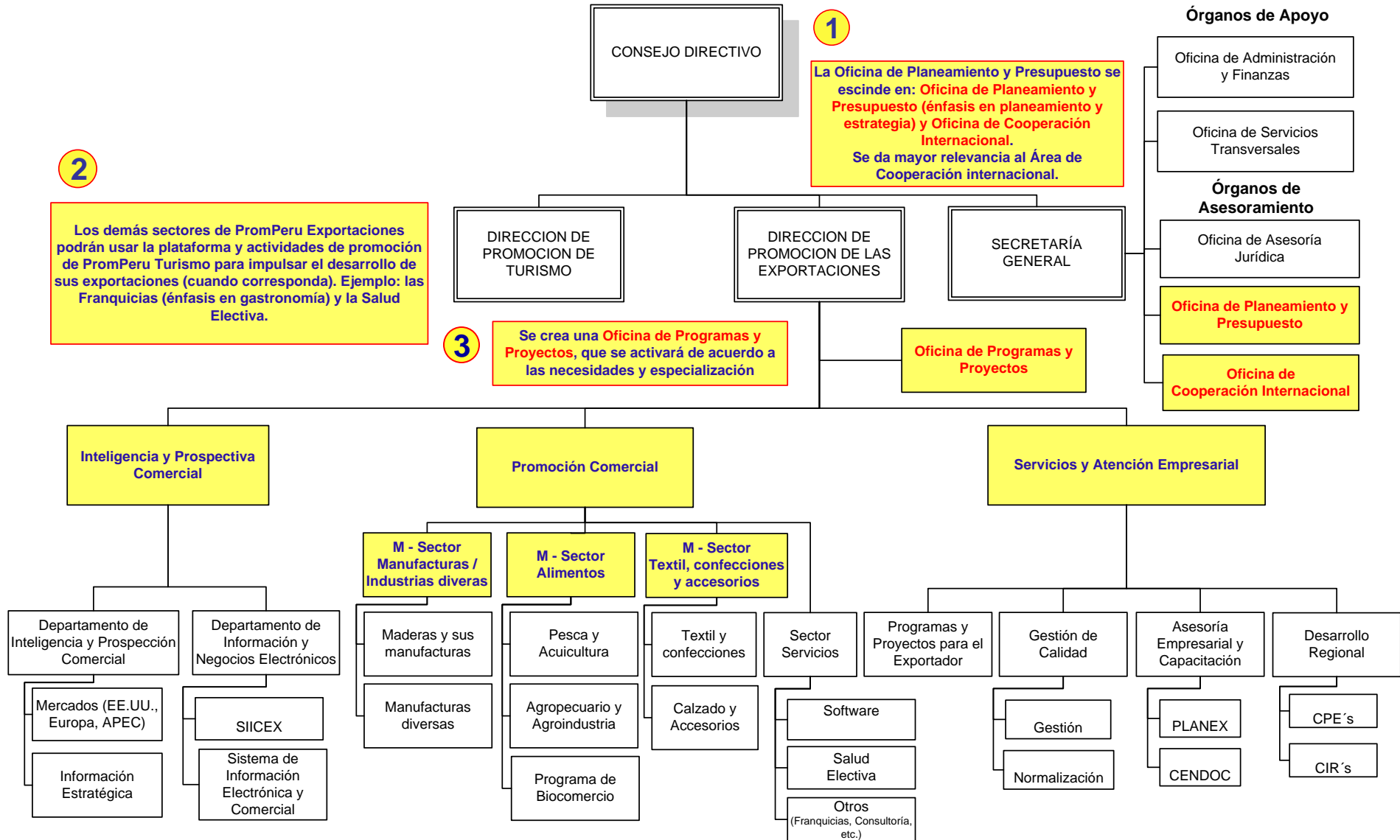
Objetivo:

Contar con una estructura que refleje y acompañe la nueva dirección de PromPeru Exportaciones, facilitando su actuar y fortaleciendo las áreas que soportarán su desarrollo.

Pasos a seguir:

1. Evaluación a todo el personal de PromPeru Exportaciones.
2. Validar la propuesta de estructura presentado por MFT Consulting.
3. Implementar la nueva estructura.

Estructura propuesta



Proyectos Estratégicos:

2.- APEC – 2008

Justificación:

El 2008 se llevará a cabo la Cumbre del APEC en el Perú, lo cual representa una oportunidad inigualable para promocionar y proyectar al Perú en el mercado más dinámico del mundo.

PromPeru tendrá un rol relevante al momento de promocionar el país, existirá una labor importante al momento de coordinar con los organizadores y los sectores económicos involucrados en la atención de los participantes.

Objetivo:

Asegurar una buena promoción de los potenciales de nuestro país, ya sea en las distintas actividades programadas y en los servicios que se ofrezcan a los participantes.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos para liderar Proyecto.
2. Definir el alcance de las funciones de los demás entes del Estado y coordinar con ellos.
3. Generar grupos de trabajo con el Comité Organizador y ProInversión para realizar actividades en conjunto.

3.- Posicionamiento de la imagen “país exportador” en Europa y Asia (principalmente bloque APEC)

Justificación:

El Perú debe diversificar los mercados en los que tiene presencia; de acuerdo a la oferta exportable disponible, se tiene que buscar mercados de nichos, como el europeo, pero también aquellos que mercados nuevos y dispuestos a probar nuevos productos, como los asiáticos.

De igual modo el Perú debe transmitir una imagen de país serio y con exportaciones de productos de calidad.

Objetivo:

Posicionar una imagen del Perú como “país exportador” de productos de calidad en mercados de nicho, así como nuevos mercados.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos para liderar Proyecto.
2. Compartir con el sector privado el interés por desarrollar la imagen del país.
3. Coordinar con el sector privado las actividades encaminadas a proyectar la imagen del Perú en Europa y Asia (bloque APEC).

Proyectos Estratégicos:

4.- Desarrollo del “concepto peruano”

Justificación:

El Perú tiene una cultura importante, la cual puede servir para sugerir aplicaciones a las tendencias de la moda actual (no significa crear moda peruana).

Por esta razón , resulta interesante desarrollar un “concepto peruano” que pueda ser recogido por las tendencias de la moda actual. Este “concepto” podrá mostrarse a través de los ambientes y la decoración, para lo cual se buscará generar sinergias entre la artesanía funcional y el mueble artesanal los cuales serán protagonistas del “concepto” sugerido.

Objetivo:

Desarrollar un “concepto peruano” que pueda ser sugerido a las tendencias de la moda actual.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos para liderar Proyecto.
2. Compartir con el sector privado el interés por el desarrollo del “concepto”.
3. Realizar un Fam trip para diseñadores internacionales con el objeto de sugerirles nuestra cultura para el desarrollo de sus conceptos de moda, trabajo en coordinación con PromPeru Turismo.
4. Para el desarrollo del “concepto peruano” se deberá contar con los avances y resultados de los Proyectos de: Desarrollo de la Moda en Alpaca; Concepto “mueble americano hecho con madera amazónica peruana” y Pueblos artesanos.

5.- Posicionamiento de la imagen del sector confecciones y accesorios en EE.UU. y Europa

Justificación:

Se debe buscar posicionar la imagen país del sector textil y confecciones como una industria de calidad, variedad y moda, que ubique al Perú en el escenario mundial, fortaleciendo su presencia en EE.UU. y luego en Europa,. Se debería lograr una mayor presencia en el mercado Europeo, a fin de diversificar las exportaciones del sector, siendo la prioridad de los esfuerzos comerciales, dado que se trata de un mercado de alto valor, con una moneda apreciada, en el cual tenemos condiciones para competir con la actual oferta turca.

Objetivo:

Fortalecer la imagen del sector textil y de confecciones en el mercado de EE.UU., y a la vez, posicionar una imagen de productos diferenciado y de calidad en el mercado europeo.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos, en la Gerencia de Promoción Comercial para liderar Proyecto.
2. Compartir con el sector privado el interés por desarrollar la imagen del país en los mercados mencionados.
3. Realizar actividades de prospección en mercados de moda: EE.UU. y Europa.

Proyectos Estratégicos:

6.- Desarrollo de la Industria Acuícola

Justificación:

El Perú tiene la ventaja de contar con un mar rico en nutrientes, que es alimento natural para algunas especies que desarrolla la industria acuícola. Por otro lado, la presencia abundante de anchoveta, hace que se produzca de manera considerable harina y aceite de pescado, que son insumos para el alimento balanceado que se utiliza en la crianza de algunas especies en la acuicultura.

En el país no existen competencias suficientes para desarrollar una industria acuícola de envergadura, por ello se necesita atraer a empresas con el conocimiento, capital y mercado, que sea el soporte inicial del desarrollo de esta industria.

PromPeru tendrá como rol, desarrollar el proyecto y articular a PRODUCE con el mercado de inversiones del exterior. Se ofrecerá a los inversionistas las zonas habilitadas, con la seguridad requerida para su inversión. El inversionista deberá traer el paquete tecnológico para la crianza de la especie (él definirá la especie), el mercado y la gestión (Know how) del negocio. También se fomentará la inversión en acuicultura a través de Joint Ventures con socios locales.

Objetivo:

Atraer inversiones serias para desarrollar la industria acuícola en el Perú.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos al interior de la Gerencia de Promoción Comercial, que desarrolle el Perfil del Proyecto (inversión y rentabilidad preliminar), que luego se promocionará con PRODUCE, a los inversionistas internacionales del sector.
2. Plan de trabajo Acuícola, consensuado entre el MINCETUR, PRODUCE y Pro-Inversión.
3. PRODUCE debe establecer un sistema normativo, que haga atractiva la investigación e inversión en el desarrollo de la industria acuícola.

Proyectos Estratégicos:

7.- Desarrollo de la Moda en Alpaca

Justificación:

El desarrollo de la industria de confecciones a partir de la fibra de Alpaca, es de sumo interés social, dado que podría ser una fuente importante de trabajo no sólo para la población que se dedica a criar dichos animales, sino para la industria de confecciones que se podría desarrollar en las ciudades de la sierra. La alpaca es un producto bandera, con una fibra de calidad, a partir de la cual se puede desarrollar prendas de valor, bajo el concepto “Alpaca Perú, Calidad y Moda”. El MINAG, tendrá que hacer mayores esfuerzos en la investigación genética que permita obtener una mejor calidad de fibra. PromPeru, tendrá como rol desarrollar el mercado, promoviendo que la moda incorpore a la Alpaca o que la Alpaca sea moda en el mundo (Europa, EE.UU, incluso Asia).

Objetivo:

Desarrollar el uso de la fibra de Alpaca en la Moda internacional.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos, en la Gerencia de Promoción Comercial para liderar Proyecto Alpaca.
2. Entrevistas a profundidad con los empresarios del sector. Lograr una propuesta país.
3. Transmitir el proyecto al MINAG y el MINEM con el ánimo de lograr un trabajo coordinado y en grupo.
4. MINAG debe promover la investigación genética y la mejora de la fibra a fin de hacer atractiva la inversión.
5. Realizar actividades de prospección en mercados de moda: EEUU, Europa y Bloque APEC.
6. Planificar con PromPeru Turismo un Fam Trip con diseñadores de EE.UU, y Europa.

8.- Concepto “Mueble americano hecho con madera amazónica peruana”

Justificación:

El mercado de EE.UU. es el mercado más importante para muebles de calidad usando madera de bosques tropicales. El producto que se ofrecerá en este mercado será básicamente un producto del tipo artesanal de especies exóticas, con un alto estándar de calidad y un alto nivel de personalización (series cortas). Basado en diseños que recogen la tendencia pero aportando un estilo propio. Estará dirigido a segmentos de alto valor, con precios diferenciados en dicha categoría. Para ello, en primera instancia se deberá poner énfasis en el desarrollo del producto, recreando con las diferentes especies de la amazonia peruana aplicaciones que hagan al producto final, un elemento diferente y único. Se tendrá que trabajar sobre la base de diseños acordes a los gustos y preferencias del mercado americano, para lo cual será preciso contar con el aporte de diseñadores americanos y nacionales.

El objetivo es desarrollar el concepto de “mueble americano hecho con madera amazónica peruana” (mueble americano hecho por peruanos). Para lograr su reconocimiento en el mercado se exhibirá a través de “Show Rooms” itinerantes, en la meca de la moda del mueble americano: Los Ángeles y Texas.

Objetivo:

Generar un concepto de mueble americano con uso de madera amazónica peruana para el mercado de EE.UU.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos, en la Gerencia de Promoción Comercial para liderar Proyecto.
2. Realizar un proyecto donde se precisa como llevar a cabo el Show Room y el logro de una marca americana que fabrique con productores peruanos sostenidamente.
3. Hacer misiones comerciales en Norteamérica para acercarse a empresas de decoración con marca propia, arquitectos y diseñadores de interiores.
4. Convocar al sector privado para involucrarlo en el desarrollo de la propuesta país.

Proyectos Estratégicos:

9.- Pueblos Artesanos

Justificación:

En el Perú este sector se muestra como una actividad económica idónea para desarrollar principalmente las zonas rurales del país, donde la producción artesanal está asociada a economías familiares. Es intensiva en mano de obra, el costo por puesto de trabajo creado es relativamente bajo, utiliza principalmente los recursos propios de cada lugar, contribuye con el desarrollo económico equilibrado en las distintas zonas del país y genera divisas.

Se desarrollarán pueblos artesanales especializados, los cuales estarán direccionados por un “Centro Nacional de Desarrollo Artesanal - CITE Diseño”, que tendrá como rol fundamental el desarrollo de conceptos, fomentar el diseño de los productos y monitorear la producción de los pueblos artesanos. La artesanía funcional será protagonista del concepto “ambiente peruano” desarrollado conjuntamente con el sector madera y sus manufacturas. De esta manera se buscará generar sinergias entre los sectores de artesanía y madera para desarrollar y difundir el concepto.

PromPeru Turismo incorporará este sector en la promoción del Perú, haciendo énfasis en el arte, cultura y tradición popular.

Objetivo:

Desarrollar la artesanía utilitaria en el país, en base a las capacidades de nuestros pueblos artesanos.

Pasos a seguir:

1. Trasferir a la Estructura de PromPeru Turismo, el segmento de muebles - concepto “ambiente peruano”, dejando en maderas, las demás manufacturas industriales.
2. Compartir con el Vice- Ministerio de Turismo, y en específico con la DNA , la concepción estratégica del sector y lograr consenso en la dirección del sector.
3. Designar a un responsable y recursos al interior de PromPeru Turismo, para desarrollar el Perfil del Proyecto (inversión y rentabilidad preliminar) , que luego se promocionará con los entes cooperantes correspondientes.

Proyectos Estratégicos:

10.- Famosos Maestros

Justificación:

El objetivo es hacer de nuestros más connotados “amautas, maestros, y grandes maestros”, artistas reconocidos, de referencia y fama mundial. Se promocionará a los artistas peruanos, facilitando la exposición de sus trabajos en mercados que valoran el arte y la colección, bajo el patrocinio del Estado y/o la empresa privada. La exposición de nuestros artistas a través de su arte popular y la joyería, será uno de los elementos para transmitir autenticidad y calidad de la artesanía peruana.

La propuesta se basa en la cultura ancestral del Perú, en el misticismo, calidad y diversidad de materiales para la elaboración de artesanías. La habilidad y arte de los artesanos en las distintas regiones del país sustentan la propuesta de valor definida para la artesanía utilitaria. Del mismo modo la creatividad y destreza manual única de los artistas, la expresión y simbolismo de las piezas fabricadas, sustentan la propuesta de pieza única.

Objetivo:

Mostrar nuestra cultura y arte popular a través de nuestros artistas, para reforzar la importancia de nuestra artesanía.

Pasos a seguir:

1. Trasferir a la Estructura de PromPeru Turismo, el segmento de muebles - concepto “ambiente peruano”, dejando en maderas, las demás manufacturas industriales.
2. Compartir con el Vice- Ministerio de Turismo, y en específico con la DNA , la concepción estratégica del sector y lograr consenso en la dirección del sector.
3. Designar a un responsable y recursos al interior de PromPeru Turismo, para desarrollar el Perfil del Proyecto (inversión y rentabilidad preliminar) , que luego se promocionará en el sector privado, para generar los patronatos.

11.- Participación del sector minero en el desarrollo de la Joyería y Artesanía

Justificación:

Para desarrollar la artesanía y joyería en el país, se tiene que buscar un compromiso con el sector minero y que éste, por medio de sus áreas de responsabilidad social, impulse el desarrollo de los pueblos artesanales, a través de patronatos que exhiban piezas únicas y que éstas finalmente puedan ser comercializables. Esta iniciativa beneficiaría tanto a las empresas mineras y demás extractivas, como a las comunidades campesinas y pueblos artesanos.

Objetivo:

Involucrar al sector minero en el desarrollo de la artesanía y joyería a través de financiamiento de programas y proyectos.

Pasos a seguir:

1. Compartir con el MINEM y la SNMP, la concepción estratégica del sector y lograr consenso en la dirección del sector.
2. Designar a un responsable y recursos al interior de PromPeru Turismo, para desarrollar el Perfil del Proyecto (inversión y rentabilidad preliminar) , que luego se promocionará en el sector privado, para generar los programas y proyectos.

12.- Adecuación de la Ley del impuesto a la Renta

Justificación:

El sector servicios necesita que las normas tributarias contemplen de mejor manera la evolución de los servicios; por ello es necesario hacer una revisión de la Ley de Impuesto a la Renta y otras, para realizar modificaciones que permitan impulsar el desarrollo de industrias como: los call centers, consultorías, atención a naves y aeronaves, entre otros.

Objetivo:

Hacer atractivo y competitivo el sector de servicios para la inversión privada.

Pasos a seguir:

1. Definir las necesidades específicas de los servicios involucrados.
2. Desarrollar con los privados una propuesta a presentar al MEF para la adecuación de las normas pertinentes.
3. Compartir con el MEF las necesidades encontradas y las soluciones contenidas en la propuesta.

13.- Creación de network de hispanos en el mundo

Justificación:

Para los segmentos de Franquicia y Salud Electiva, es importante crear una network de hispanos, que permitan hacer un acercamiento más fino y personalizado como potenciales clientes y socios para ampliar las Franquicias y probablemente otros servicios.

Objetivo:

Generar una red de contactos que permita impulsar los segmentos de Franquicias y Salud Electiva y en el futuro otros sectores.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos, para realizar el mapeo de los peruanos y demás hispanos en el extranjero (énfasis en aquellos que son destacados en su especialidad).

14.- Inversiones en Proyectos de envergadura y petroquímica (condicionado)

Justificación:

El sector manufacturero se fortalecerá con la demanda interna de los sectores productivos que están creciendo (construcción, minería, energía); esto permitirá desarrollar las capacidades necesarias para atender los mercados internacionales.

De otro lado, el gas natural y los fosfatos podrían facilitar el impulso de la línea plástica y demás productos de la industria petroquímica; para ello el Estado deberá otorgar los incentivos necesarios para atraer la inversión.

Se impulsará en la Región (Latinoamérica) la exportación de máquinas y demás manufacturas para los sectores de minería, construcción, energía, entre otros. Esta línea también ofrece soluciones de ingeniería para proyectos de envergadura, los cuales serán cada vez más frecuentes en nuestro país. Actualmente estos proyectos son diseñados y monitoreados desde otros países (como Chile); por lo que es recomendable que cada vez que se firme un contrato de inversión (proyectos mineros, energéticos, viales, etc.), el Gobierno realice un lobby motivando a las empresas que diseñan y ejecutan los proyectos, que los realicen íntegramente en el país.

Objetivo:

Hacer atractiva la inversión en la industria petroquímica y lograr que el diseño de los proyectos de envergadura se desarrollen íntegramente en el país.

Pasos a seguir:

1. Introducir el lobby para atraer el diseño y ejecución de los proyectos de envergadura y el desarrollo de la industria petroquímica, como temas pendientes a discutir entre el MINCETUR, el MTC, MINEM, Pro-Inversión y PCM.
2. Conformar el grupo de trabajo que se disponga para realizar el lobby.

15.- Desarrollo de la industria maderera (condicionado)

Justificación:

Este sector es bastante complejo e informal en su estructura, identificándose a lo largo de la cadena productiva de la madera, diversas restricciones que no permiten alcanzar el verdadero potencial de exportaciones. Se podría afirmar que el principal obstáculo es la falta de integración y de conocimiento de los diversos agentes que participan de la cadena y sobre todo en el aprovisionamiento de la madera. La infraestructura de las empresas, desde la extracción de la madera, hasta las actividades de mayor valor agregado, evidencia un desfase tecnológico. Sin embargo, esta carencia no es el real problema, sino la falta de conocimiento que ocasiona pérdidas en actividades como: aprovechamiento forestal, selección y cubicación de la madera, afilado de elementos de corte, diseño de productos y otros. La inversión ha sido limitada porque las concesiones no dan un absoluto derecho de propiedad; a la vez que, las tierras de las comunidades campesinas y/o nativas se superponen con las tierras asignadas en concesión.

Objetivo:

Hacer atractiva la inversión en la industria maderera, para desarrollarla y generar productos con mayor valor agregado

Pasos a seguir:

1. Lograr consenso con el MINAG (INRENA) y Pro-Inversión en una propuesta país.
2. Designar a un responsable y recursos al interior de la Gerencia de Promoción Comercial, que desarrolle el Perfil del Proyecto (inversión y rentabilidad preliminar) , que luego se promocionará con MINAG, a los inversionistas.
3. El MINAG debe establecer un sistema normativo, que haga atractiva la inversión en el desarrollo de la industria maderera.

Proyectos de Soporte:

16.- Fondo de impulso de las exportaciones

Justificación:

PromPeru Exportaciones cuenta con un reducido presupuesto para el desarrollo de sus funciones, por ello la institución sólo está focalizada principalmente en eventos: ferias, misiones, capacitaciones y presencia institucional.

Las limitaciones presupuestales, entre otras cosas, hacen que se tenga un contacto limitado y puntual con el mercado, no se lo conoce a profundidad. PromPeru Exportaciones debe incidir en el enlace cliente-mercado. Por ello se ve como indispensable crear un “Fondo para el impulso de las exportaciones”, el cual debe servir para hacer sostenible y potenciar los actuales sectores exportadores; a la vez de fomentar el desarrollo y crecimiento de nuevos sectores.

Este Fondo debe responder a una tasa que se aplique, sin distinción, a todas las exportaciones peruanas. Esta tasa estará alrededor del 0.05% del valor FOB exportado; el Fondo será Revolvente y estará prevista la devolución a los exportadores aproximadamente a partir del quinto año de vigencia del Fondo.

Objetivo:

Generar un presupuesto mayor para PromPeru Exportaciones.

Pasos a seguir:

1. Designar a un responsable y recursos, para subcontratar el servicio de un Estudio de Abogados especialista en la estructuración de Fondos de Inversión, para armar el proyecto a presentar primero a la Ministra Mercedes Araoz y luego al MEF.
2. Introducir la creación del “Fondo de impulso de las exportaciones”, como tema pendiente a discutir entre el PromPeru y MINCETUR.

Proyectos de Soporte:

17.- Mejoramiento de las condiciones laborales

Justificación:

PromPeru Exportaciones necesita contar con un grupo humano comprometido y capaz, para alcanzar los objetivos propuestos. Por ello se necesita hacer mejoras en las condiciones laborales, una de ellas es la de establecer un régimen laboral que beneficie al personal de PromPERu Exportaciones, logrando que se considere dentro del presupuesto de la institución la partida correspondiente.

Objetivo:

Contar con condiciones laborales mínimas que permitan retener y motivar al personal.

Pasos a seguir:

1. Designar a un responsable, para elaborar el documento de trabajo que muestre el monto que correspondería al ingresar al personal a planilla. Este documento será presentado primero a la Ministra Mercedes Araoz y luego al MEF.
2. Realizar una evaluación de las competencias del personal de PromPeru una vez las Gerencias Funcionales hayan definido los perfiles de los puestos de sus departamentos y áreas.

18.- Fortalecimiento del área de Cooperación Internacional

Justificación:

Se necesita fortalecer el área de cooperación internacional para potenciar el presupuesto y con ello los proyectos y actividades de los planes sectoriales.

Objetivo:

Diversificar las fuentes de financiamiento del presupuesto de PromPeru Exportaciones, aprovechando la cooperación internacional para el desarrollo de las exportaciones.

Pasos a seguir:

1. Designar a un responsable y recursos, para subcontratar el servicio de un experto en financiamiento de la cooperación internacional.
2. Levantar información acerca de las necesidades de financiamiento de las distintas gerencias para dimensionar el monto a financiar.

19.- Fortalecimiento de la oficina de Presupuesto y Planeamiento

Justificación:

PromPeru Exportaciones necesita hacer una evaluación del impacto comercial de los distintos eventos que realiza PromPeru con el Sector Privado, para re-direccionar o depurar aquellos que no están aportando a la estrategia.

De igual modo se necesita reenfocar el control de gestión de la organización; actualmente existe demasiado control y carga administrativa para una organización con pocos recursos y actividades a desarrollar. Se necesita contar con un sistema de control de gestión que permita monitorear el desarrollo de la estrategia y el cumplimiento de objetivos. La Oficina de Planeamiento y Presupuesto, evolucionará del simple control y seguimiento, al seguimiento y evaluación de la estrategia planteada por la institución.

Objetivo:

Establecer un sistema de control, que permita una mejor gestión y toma de decisiones.

Pasos a seguir:

1. Designar a un responsable y recursos, para subcontratar el servicio de una persona con experiencia en el control de gestión.
2. Validar los indicadores proporcionados por MFT Consulting.

20.- Coordinación de actividades transversales internas y con el Mincetur

Justificación:

La fusión de PromPeru con el Ex-Prompex, va a permitir ofrecer una plataforma común para las actividades tanto de Exportaciones como de Turismo, esto permitirá explotar mejor las capacidades de ambos.

De otro lado es necesario continuar y acentuar las reuniones de trabajo al interior de Mincetur: DNDCE, DNA, etc., para realizar trabajos coordinados, en grupo y de manera eficiente.

Objetivos:

Revisar e implementar actividades transversales y trabajos conjuntos con PromPeru-Turismo y el Mincetur.

Pasos a seguir:

1. Designar a un responsable para la coordinación con PromPeru Turismo (incluye servicios transversales, traspaso de sectores y segmentos)
2. Designar a un responsable para la coordinación con el Mincetur, continuar las reuniones con la DNDCE.

PromPeru Articulador: Roles del Estado y los privados en la actividad exportadora

ROLES DEL ESTADO

1 DESARROLLO DE OFERTA

DNDCE: Propone, coordina y evalúa las políticas de desarrollo de oferta exportable. Planes sectoriales y Planes Regionales - POS 's y PERX ' s. Promueve inversiones para proyectos de exportación; orienta a los privados en la participación del comercio exterior (desarrollo de gestión).
PROMPERU: Ejecuta los planes estratégicos sectoriales y regionales. Facilita servicios de asesoría, capacitación, asistencia técnica e información comercial para el desarrollo de las exportaciones. Sellos de calidad, asistencia técnica, etc. (desarrollo de productos). Apoya al desarrollo de la capacidad exportadora. Programas de Buenas Prácticas, de capacidades comerciales, gestión de calidad - 5s, etc. (desarrollo de gestión)

AGRO
MINAG - Direcciones Regionales Agrarias: Desarrollo de oferta.
INIA: Desarrolla productos - investigación.
SENASA: Desarrolla de normas sanitarias (agro).
DIGESA: Desarrolla de normas sanitarias (agroindustria).
PESCA
PRODUCE - Dirección General de Acuicultura, Dirección General de Extracción y Procesamiento Pesquero: Desarrollo de oferta.
ITP: Desarrolla de productos - investigación.
SANIPES: Desarrolla de normas sanitarias.
IMARPE: Investiga el recurso marino, dimensionamiento de cuotas.
MINCETUR - DNA-Dirección Nacional de Artesanía: Soporta al desarrollo de productos artesanales para la exportación. Promueve la inversión privada en el sector artesanal. CITE ' s.
MULTISECTORIAL
INRENA: Entrega concesiones forestales, fines maderables y no maderables.
CONCYTEC: Promueve la innovación y tecnología. Financia investigaciones (desarrollo de productos).
MRE - Oficina Ejecutiva de Promoción Económica: Promueve inversión extranjera.
ProInversión: Promueve la inversión privada en servicios públicos y obras de infraestructura.
Sierra Exportadora: Promueve y fomenta actividades productivas en la sierra; articula competitivamente a los productores con los mercados nacionales e internacionales.
PRODUCE - Dirección de Competitividad: Desarrolla oferta.
CITE ' s: Desarrolla productos y normas técnicas (desarrollo de producto). Transfiere tecnología y fortalece la gestión (desarrollo de gestión).
INDECOPI: Reglamenta y formaliza normas técnicas.
MINEM - IPEN-Instituto Peruano de Energía Nuclear: Investigación, desarrollo de producto.

6 ESTABLECIMIENTO DE POLITICAS DE INTEGRACION REGIONAL

DNINCI - Dirección Nacional de Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales: Propone, ejecuta y evalúa la política de integración regional y subregional en los temas de la Agenda

2 DESARROLLO DE LA CULTURA EXPORTADORA

DNDCE - Fomentar el comercio exterior de bienes y servicios, a través de la promoción de la cultura exportadora en la ciudadanía y los agentes económicos.

7 ESTABLECIMIENTO DE POLITICAS DE NEGOCIACION COMERCIAL MULTILATERAL

DNAMNCI - Dirección Nacional de Asuntos Multilaterales y Negociaciones Comerciales Internacionales: Propone, dirige, coordina, ejecuta y evalúa la política de las negociaciones comerciales multilaterales

3 FACILITACION DEL COMERCIO Y COMPETITIVIDAD

DNDCE: Promueve mecanismos y estrategias para la facilitación del comercio. Simplificación de trámites y procedimientos administrativos (ventanilla única); reducción de sobrecostos generados por el marco normativo y financiero; reglamentación de la Ley de Facilitación.

PROMPERU: Exporta fácil (Proyecto) ?

ProInversión: Facilita la inversión (otorga buena pro a los proyectos)
MTC: Desarrollo de infraestructura (vial y de telecomunicaciones).
Sierra Exportadora: Facilita y da acceso a recursos financieros e inversiones para el desarrollo proyectos productivos.
AgroBanco: Financia a sectores agropecuarios y acuícolas (agro y pesca).
FOGAPI, COFIDE: Facilitan Fondos para el desarrollo de actividades productivas.
SUNAT: Facilita y agiliza los trámites aduaneros.

8 NEGOCIACION COMERCIAL BILATERAL - ACCESO A MERCADOS

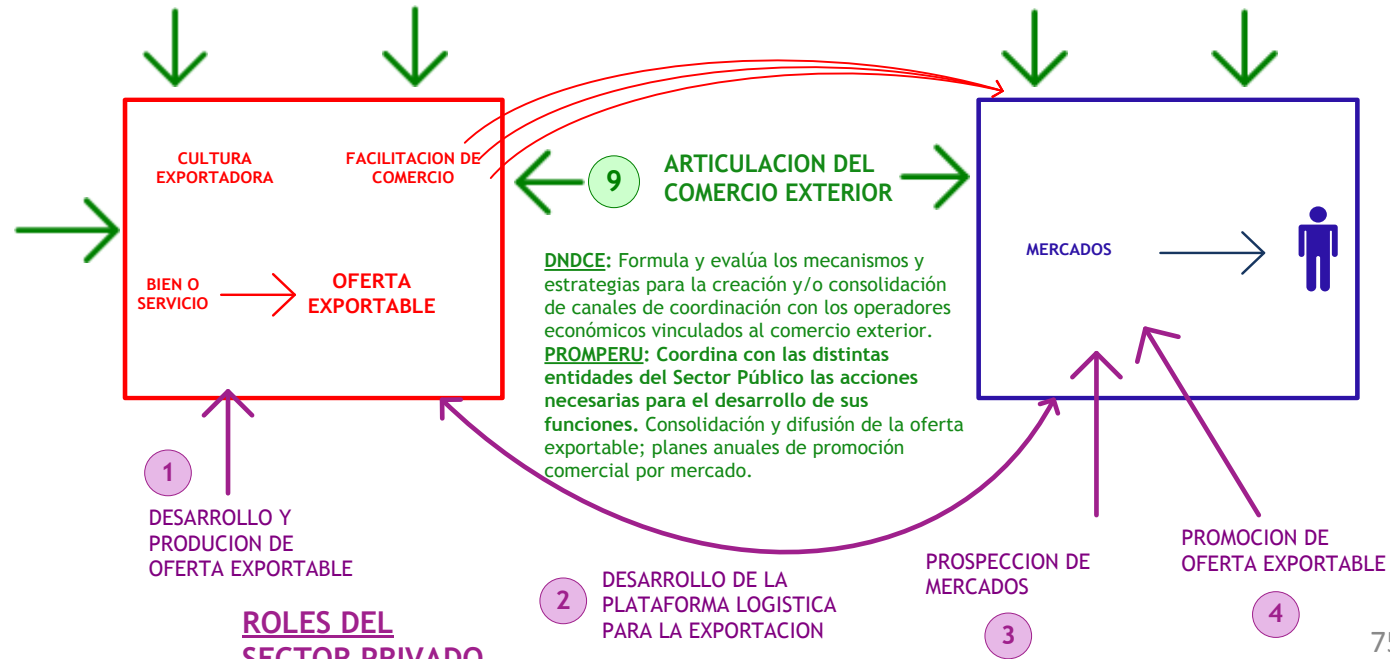
DNINCI - Dirección Nacional de Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales: Propone, ejecuta y evalúa la política en las negociaciones comerciales bilaterales.

5 PROMOCION COMERCIAL

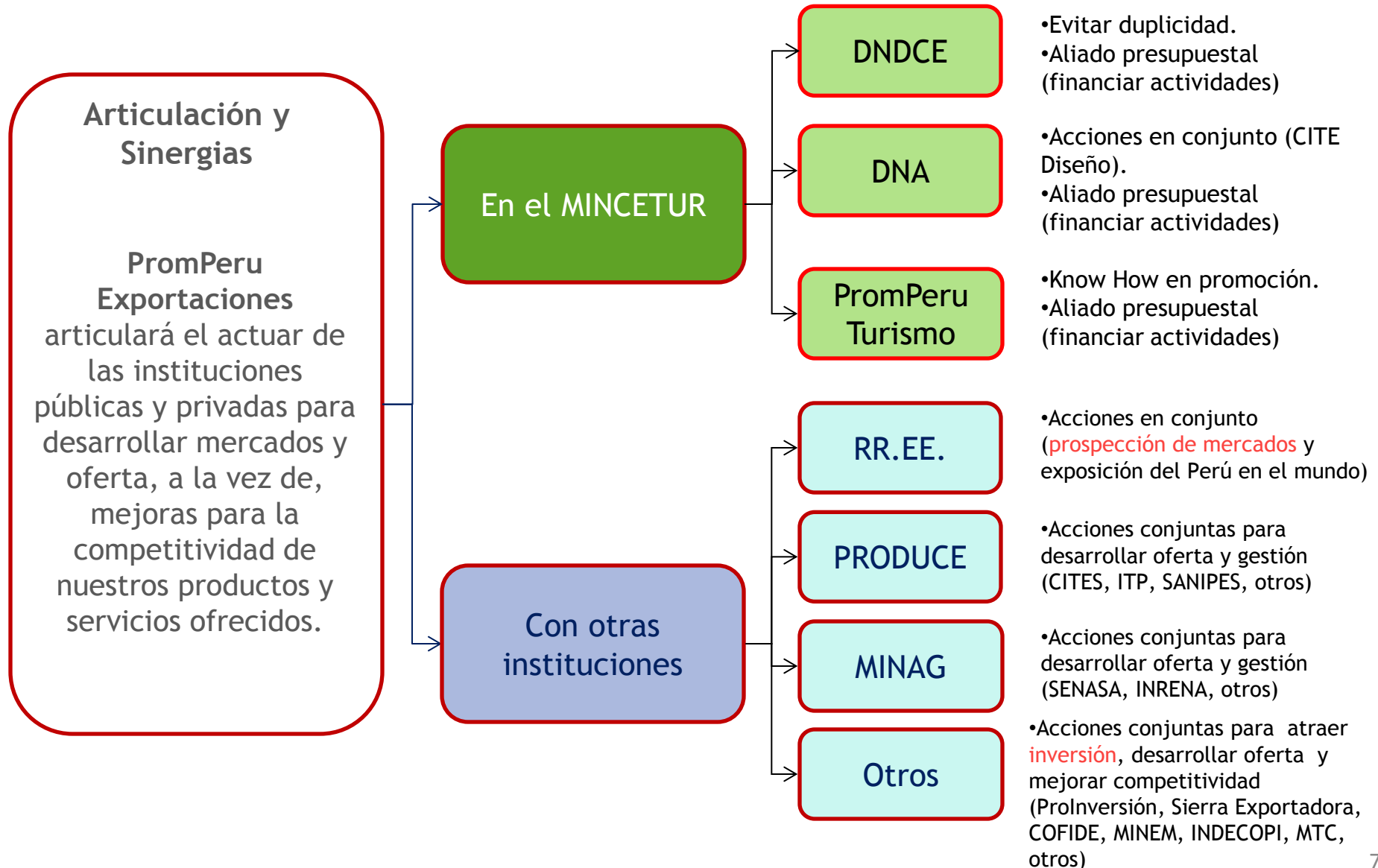
DNDCE: Propone estrategias de promoción de las exportaciones. Coordina y participa en ferias, misiones comerciales, etc.
PROMPERU: Ejecuta las estrategias de promoción de las exportaciones en los mercados internacionales. Participa en ferias, misiones comerciales, ruedas de negocio, etc.; soporta iniciativas privadas como: centros de distribución en mercados internacionales, puntos de venta, etc.

4 DESARROLLO Y PROSPECCION DE MERCADOS

DNDCE: Propone, coordina y evalúa las políticas de desarrollo de mercados. Estudio de mercados - POM ' s.
PROMPERU: Desarrolla actividades de inteligencia comercial de las exportaciones y acceso a mercados internacionales. Estudios de mercado, elaboración de estrategias de penetración a mercados.
MRE - Oficina Ejecutiva de Promoción Económica: Identifica nuevos mercados y amplía los existentes.



PromPeru Articulador: Articulaciones internas y externas



Proyectos de Soporte:

21.- Desarrollo de plataforma tecnológica integrada

Justificación:

PromPeru Exportaciones necesita contar con una plataforma integral, que sistematice la información de la Regiones, los exportadores y los mercados.

La información de las Regiones permitirá dar un alcance del desarrollo de la oferta exportable, de igual modo la información de los exportadores, facilitará un diagnóstico y evaluación del desarrollo de los mismos para poder ofrecerles servicios dependiendo del perfil de cada exportador.

Objetivos:

Contar con una plataforma tecnológica que integre la información de las Regiones, exportadores y mercados.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos de la Oficina de Administración y Finanzas.
2. Hacer un arqueo de los sistemas actuales y en desarrollo (Ejemplo: SIICEX), con los que cuenta PromPeru Exportaciones y de que manera pueden estos potenciarse y ser parte de la iniciativa propuesta.
3. Levantar información y necesidades de las Gerencias Funcionales, para definir la lógica del sistema a desarrollar.

Proyectos de Soporte:

22.- Potenciar Network en las Regiones

Justificación:

PromPeru Exportaciones deberá ser un conocedor de la problemática interna para el desarrollo de las exportaciones, aportando en la agenda que el país tendrá que implementar para adecuar las Regiones a la apertura comercial (TLC hacia adentro).

Para ello deberá contar con información y contactos respecto de la oferta exportable de las Regiones; así como, de las potenciales oportunidades de inversión que existen.

Objetivos:

Contar con red de trabajo en las Regiones, que permita aprovechar al máximo las oportunidades de los TLC's y las iniciativas de los privados, el Gobierno Central y los Gobiernos Regionales.

Pasos a seguir:

1. Designar responsable y recursos de la Sub-Dirección de Servicios y Atención Empresarial.
2. Hacer un levantamiento de información del trabajo de las Regiones en el desarrollo de la exportación (PromPeru, CERX, Cámaras de Comercio, entre otros).
3. Convocar a los interesados en las Regiones y plantear Agendas de Trabajo para mejorar oferta, gestión y competitividad.

Estrategia 2008-2012

PromPeru Exportaciones



18 de enero del 2008