



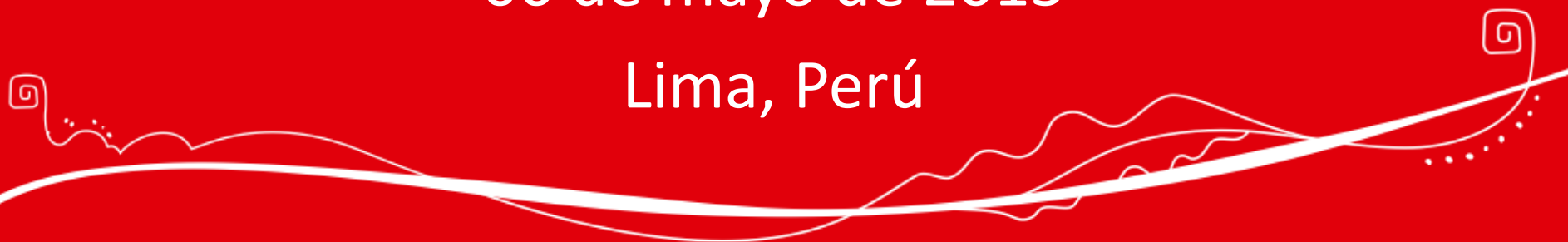
# Oportunidades comerciales en el Sector Servicios

Erick Paulet Monteagudo

[epaulet@promperu.gob.pe](mailto:epaulet@promperu.gob.pe)

06 de mayo de 2015

Lima, Perú



# Dirección de Promoción de las Exportaciones

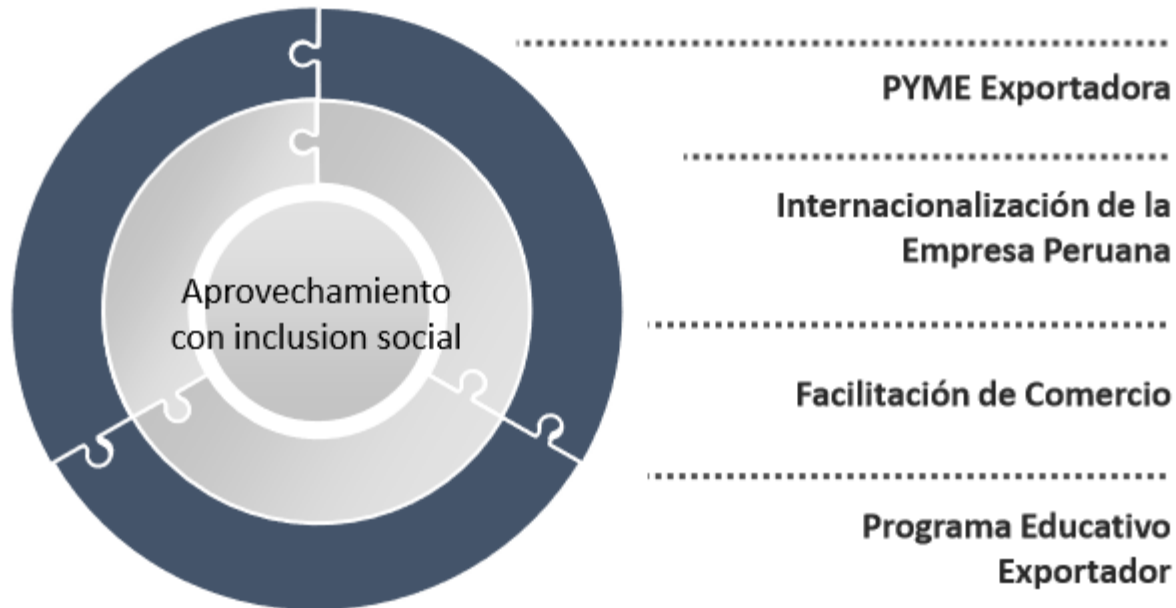


# Plan 2015

## Objetivos del Sector Comercio Exterior

Propuesta:

- Contribuir con el crecimiento de las exportaciones no tradicionales, principalmente con un enfoque de inclusión social.



# Plan 2015

## Objetivos y Estrategias PROMPERÚ



# ¿Cómo trabajamos?

## Ferias Internacionales

Dar a conocer, posicionar o vender productos y servicios ante una gran masa de compradores especializados.

Ejemplo: ANUGA y FRUIT LOGISTICA, European Seafood Exposition, Expoconstrucción & Diseño

## Ferias Nacionales

Eventos especializados de carácter internacional que se desarrollan en el país.

Ejemplo: PERU MODA & PERU GIFT y otros de apoyo gremial como la EXPOALIMENTARIA.

## Misiones Comerciales

Visita de empresarios exportadores a mercados externos a mostrar la oferta exportable, apreciar el mercado e identificar oportunidades. Las Misiones pueden ser de Exportadores o de Compradores e incluyen por lo general citas de negocios. Ejemplo\_ EXPOPERÙ.

## Ruedas de Negocios y Macroruedas Regionales

Agenda de negocios, pre establecida, sea en el país o en el exterior, realizada para posicionar la oferta exportable nacional.

Ejemplo: Rueda MAC Perú, Norte Exporta, Sur Exporta, entre otras.

## Encuentros Empresariales

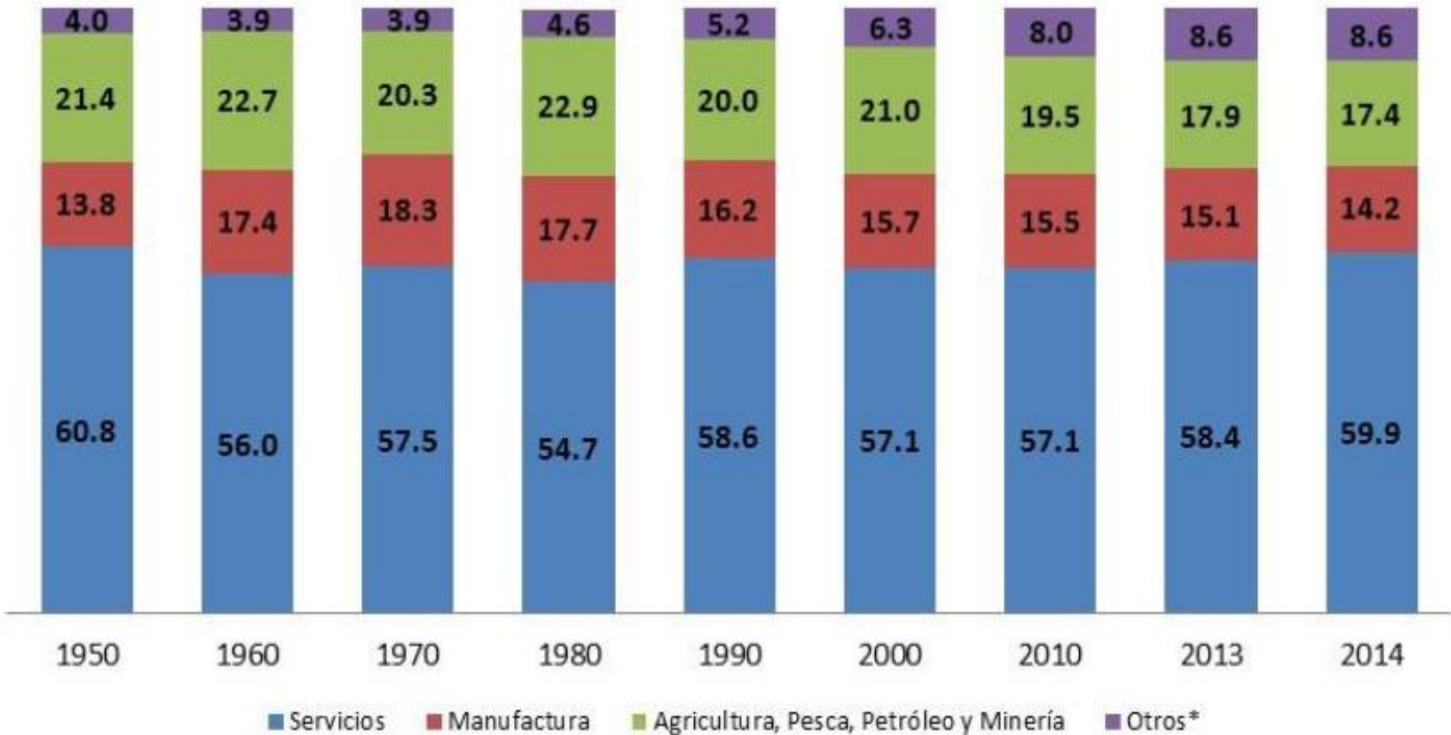
Eventos masivos que concentran cientos de empresas convocadas por las agencias de la CAN (Promueve Bolivia, ProColombia, ProEcuador,), de la Alianza del Pacífico (ProChile, ProMéxico, ProColombia) o de ALADI; incluye eventos binacionales transfronterizos.

# Exportación de Servicios



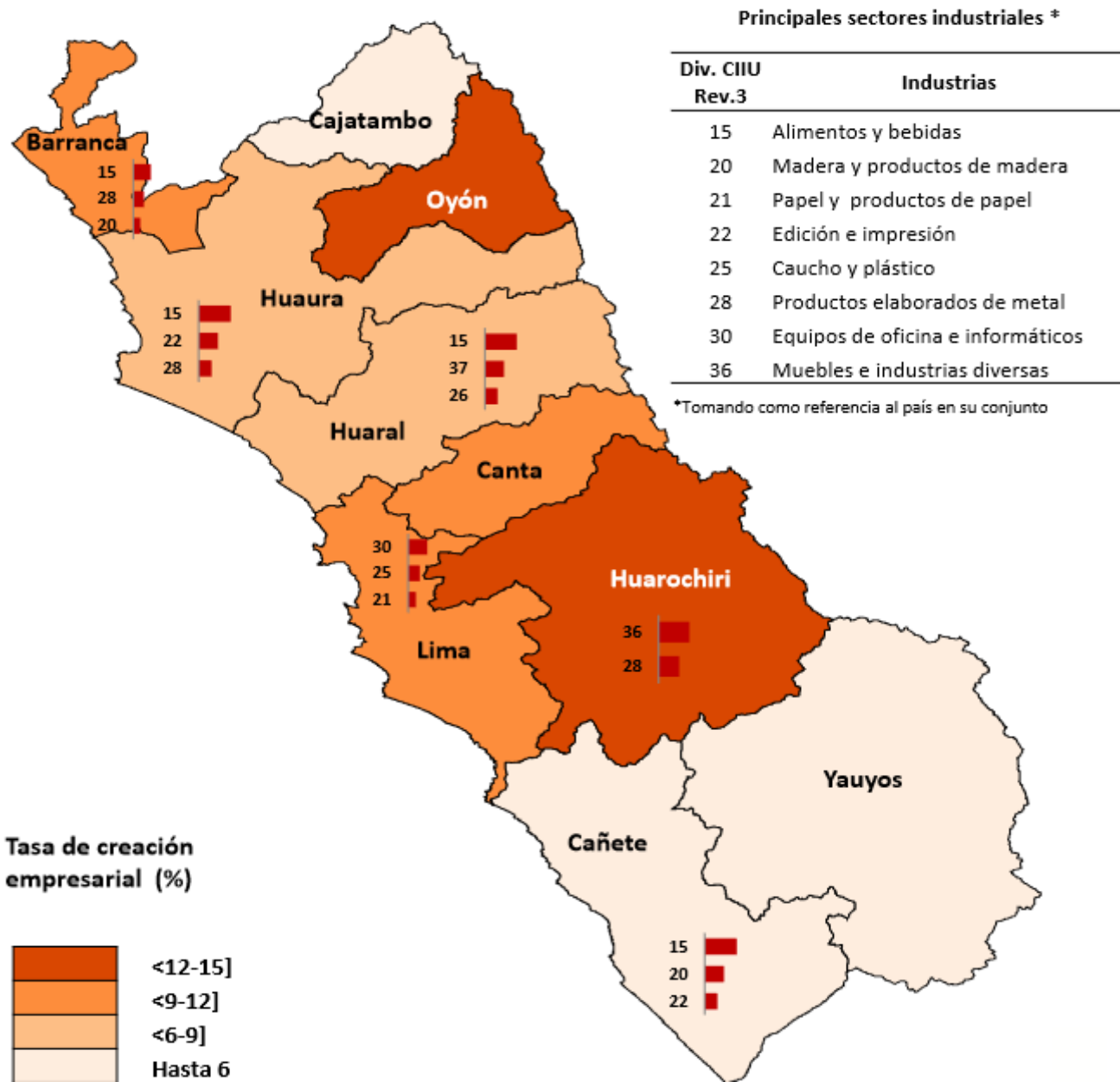
# 65 años impulsando la economía peruana

**PERU: PBI 1950-2014**  
(Valores a precios constantes de 2007)

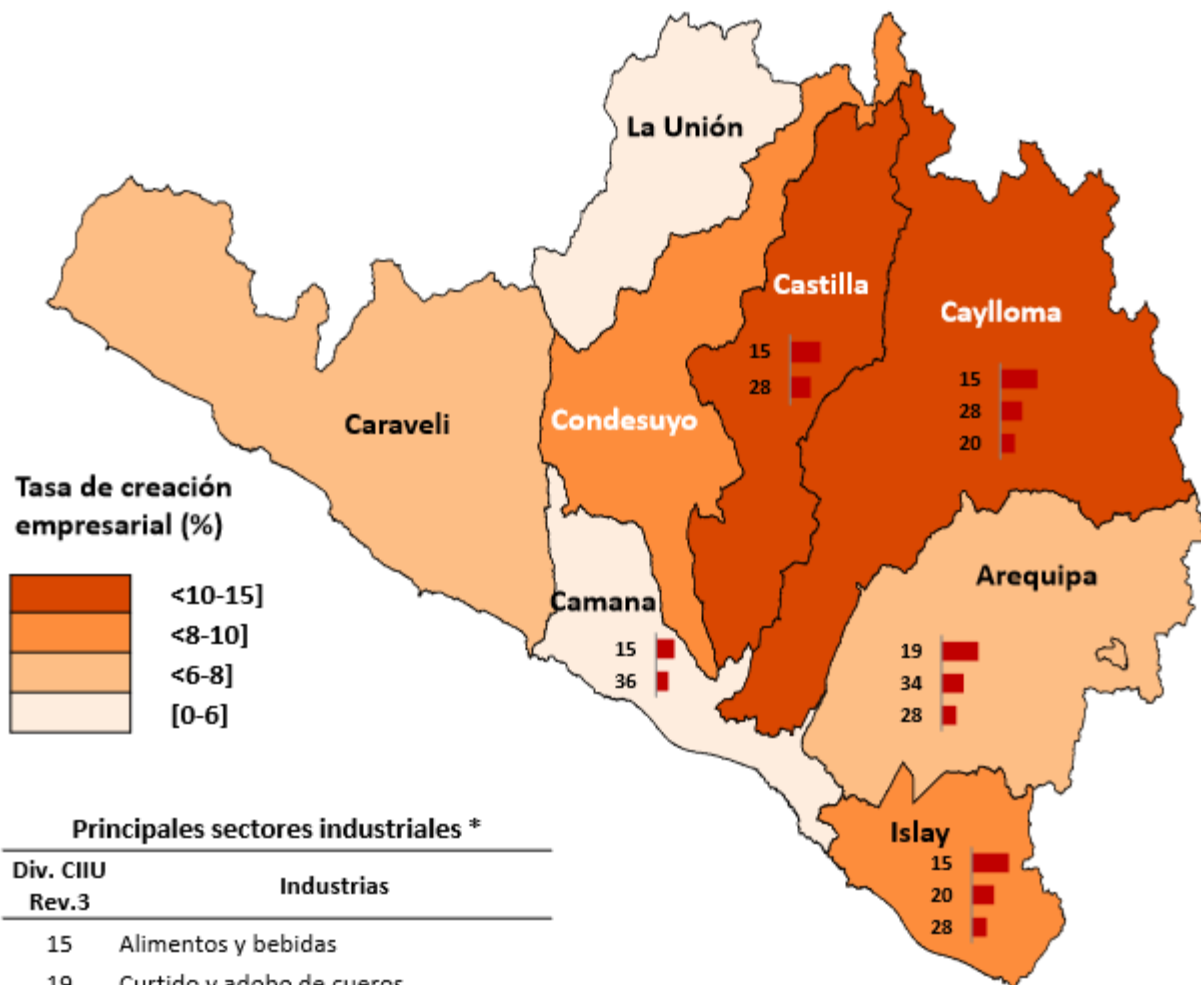


Fuente: BCRP

En el año 2013 los principales sectores productivos de la región **Lima** fueron **Servicios (56%), Manufactura (20%) y Comercio (11%)**.



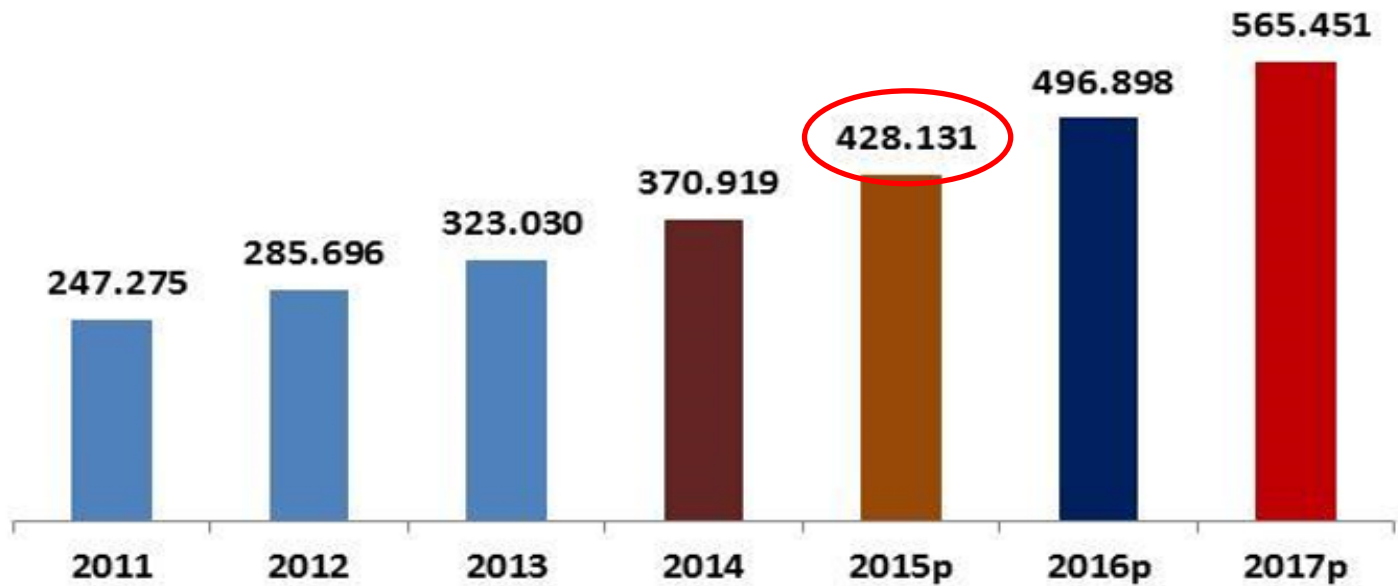
En el año 2013 los principales sectores productivos de la región **Arequipa** fueron Servicios (33%), Minería e Hidrocarburos (25%) y Manufactura (15%).



\*Tomando como referencia al país en su conjunto

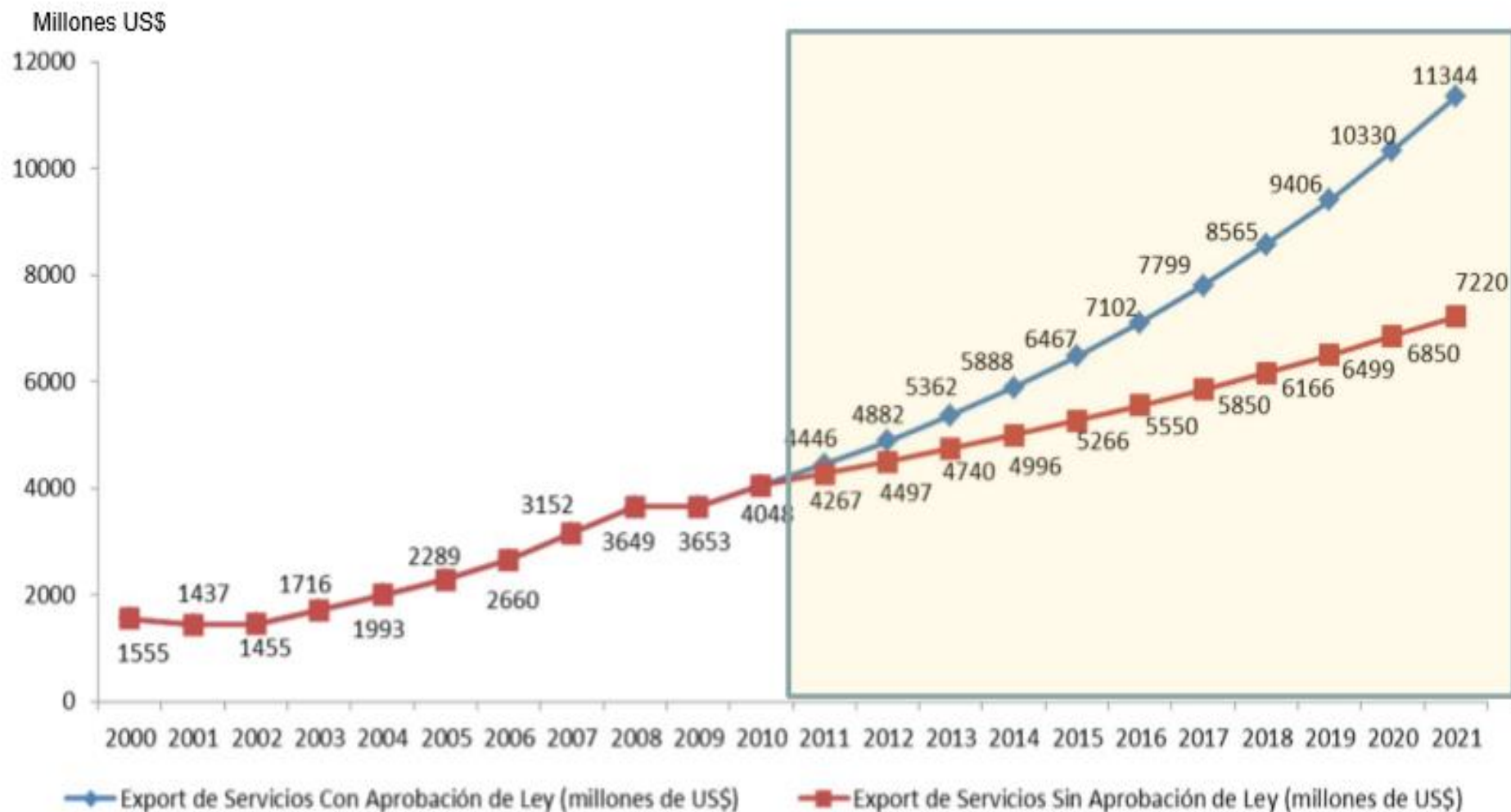
## Plan 2015: ¿Hacia donde vamos en Exportación de Servicios?

### Evolución de los servicios empresariales (miles US\$)



Fuente: Propias empresas exportadoras de Servicios - PROMPERU

## Proyección de Exportación de Servicios 2011-2021 en Escenarios Con y Sin Aprobación de la Ley



Elaboración: MAXIMIXE

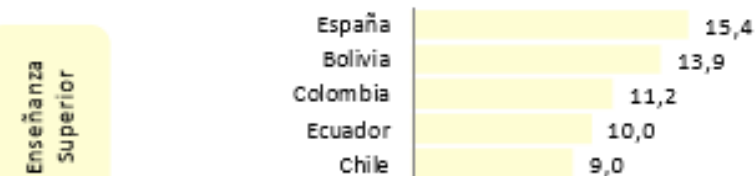
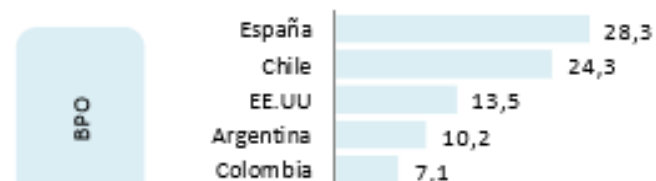
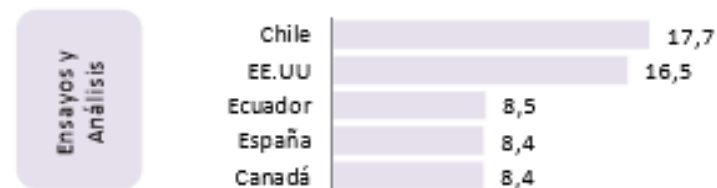
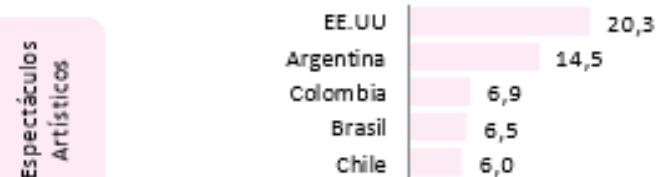
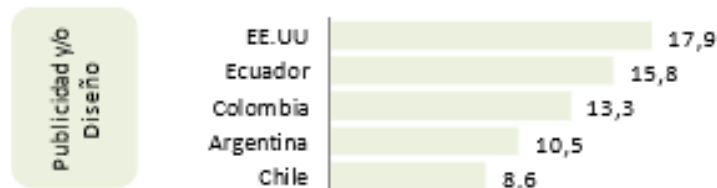
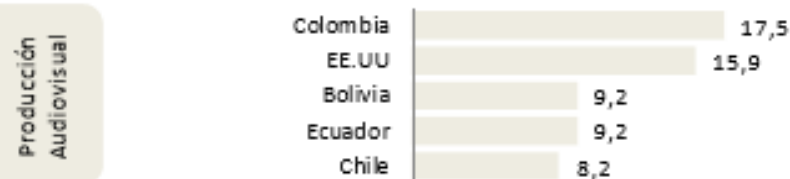
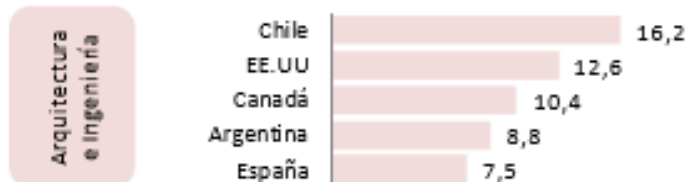
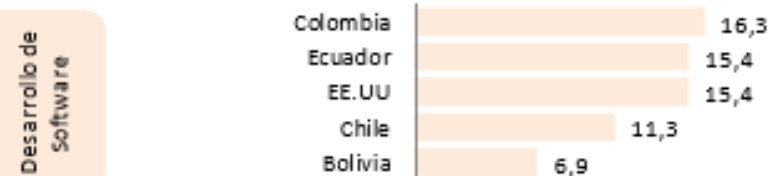
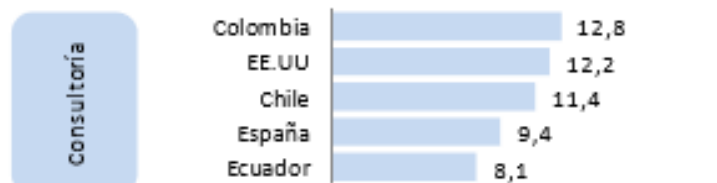
## Empresas Exportadoras de Servicios: Factores Determinantes de la Decisión de Exportación por Sector (%)

Sector	Por recomendación	Información de mercados facilitada por una entidad gubernamental de promoción	Información de mercado facilitada por un gremio privado	Búsqueda de nuevos clientes por parte de su empresa	Participación en licitaciones o concursos internacionales	Otros
Consultoría	56,7	3,1	3,0	24,1	8,7	4,4
Arquitectura e Ingeniería	61,4	7,2		16,5	14,9	
Publicidad y/o Diseño	53,7			35,8	10,6	
Ensayos y Análisis Técnico	53,4			34,5	12,1	
BPO	25,0			71,8		3,2
Software	54,6	1,4		44,0		
Producción Audiovisual	51,0			49,0		
Espectáculos Artísticos	55,7	3,7		37,0		3,7
Salud Electiva	77,5	2,3		14,2	2,3	3,8
Enseñanza Superior	53,2	3,1	3,1	28,0	6,1	6,6

Fuente: Encuesta a empresas de servicios

Elaboración: MAXIMIXE

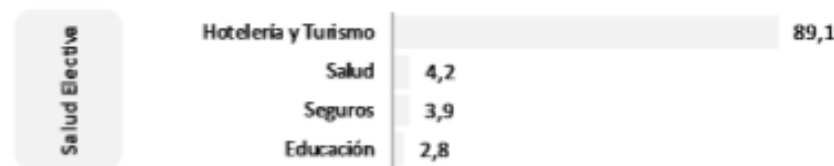
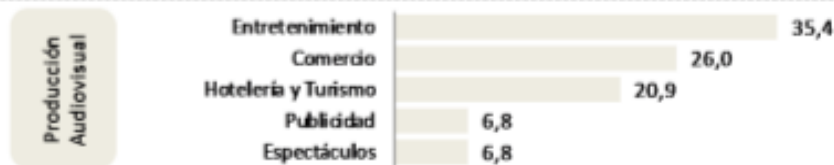
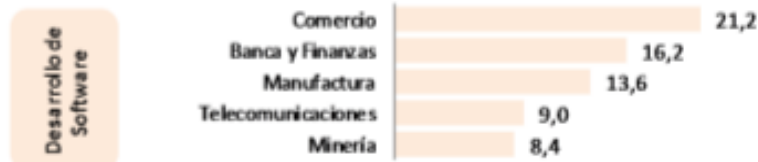
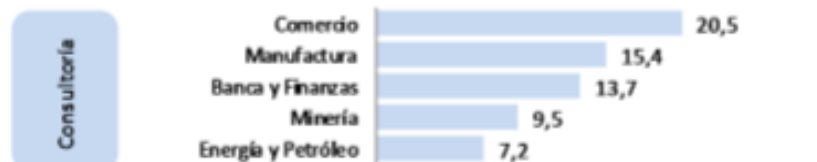
## Empresas Exportadoras de Servicios: Principales Mercados Destino de Exportación por Sector (%)



Fuente: Encuesta a empresas de servicios

Elaboración: MAXIMIXE

## Empresas Exportadoras de Servicios: Principales Actividades de los Demandantes de las Exportaciones por Sector (%)



Fuente: Encuesta a empresas de servicios

Elaboración: MAXIMIXE

# Plan 2015: Exportación de Servicios

## Matriz de priorización por producto y mercado

Mayor presencia  
en  
Latinoamérica

Presencia  
comercial en  
mercados  
consolidados

Perú, HUB para  
la exportación  
de servicios

Líneas	Productos	Regiones	Mercados	
<b>Soluciones Tecnológicas</b>	Soluciones Tecnológicas Empresariales (Software)	Piura	Estados Unidos Bolivia Chile Ecuador Portugal Rep. Dominicana Guatemala – Honduras	
		Lambayeque		
		La Libertad		
		Arequipa		
		Huánuco		
		Lima		
Soluciones Tecnológicas de Entretenimiento (VideoJuegos)		La Libertad	Estados Unidos Chile Argentina	
		Lima		
<b>Servicios Empresariales</b>	Servicios relacionados a la minería	Piura	Panamá Chile Ecuador	
		Lambayeque		
		La Libertad		
		Arequipa		
		Huánuco		
		Lima		
	BPO (Centros de contacto)		Piura	Panamá Chile Portugal
			La Libertad	
			Arequipa	
			Tacna	
			Cusco	
	Lima			
	Ingeniería en Consultoría		Lima	Panamá Colombia Ecuador

# Plan 2015: Exportación de Servicios

## Matriz de priorización por producto y mercado

Mayor presencia  
en  
Latinoamérica

Presencia  
comercial en  
mercados  
consolidados

Perú, HUB para  
la exportación  
de servicios

Líneas	Productos	Regiones	Mercados
Servicios Culturales	Sector editorial	Arequipa	Estados Unidos Chile Ecuador Taiwán
		Lima	
	Industria gráfica	Arequipa	Panamá Bolivia Brasil Chile Colombia Ecuador Argentina
		Lima	
		Tacna	
Otros Servicios	Franquicias	Piura	Estados Unidos Panamá Bolivia Brasil Chile Colombia Ecuador Portugal Rep. Dominicana Guatemala - Honduras
		Lambayeque	
		La Libertad	
		Arequipa	
		Tacna	
		Cusco	
		Huánuco	
		Loreto	
	Lima		
	Salud electiva	Lambayeque	Bolivia Chile
		La Libertad	
		Arequipa	
		Tacna	
		Cusco	
Huánuco			
Loreto			
Lima			

# OMC

## Exportación de Servicios



## Servicios: características

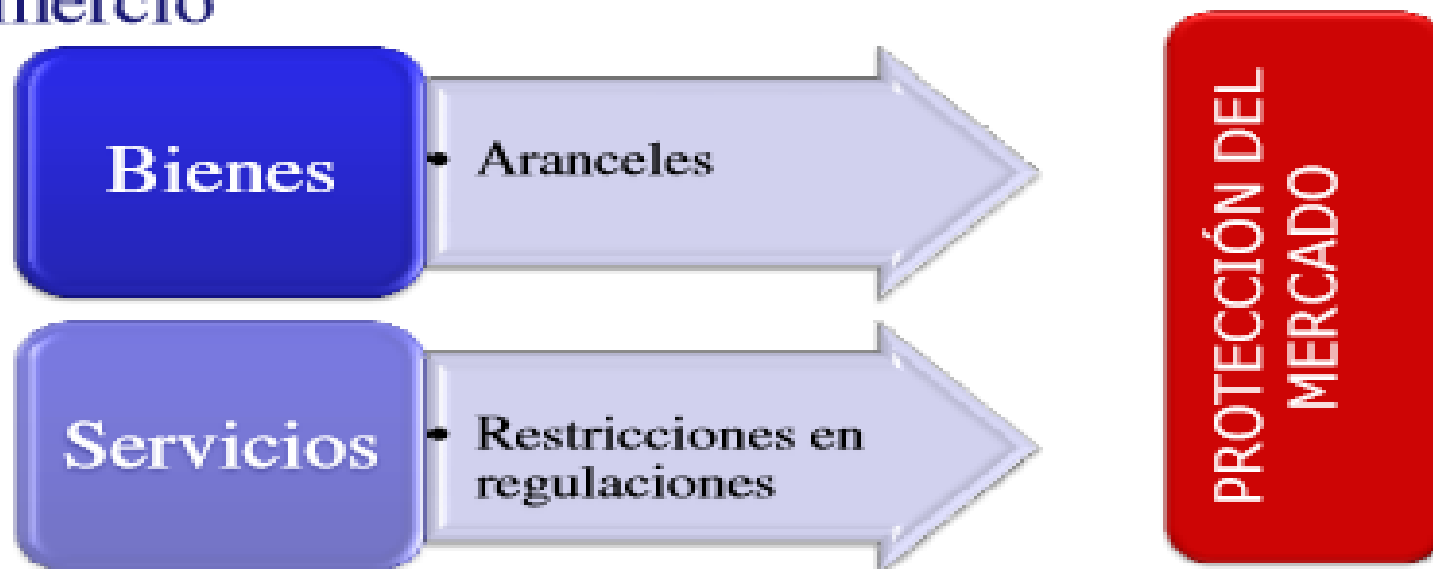
- **Resultado Intangible** de un proceso productivo:



## Servicios: características

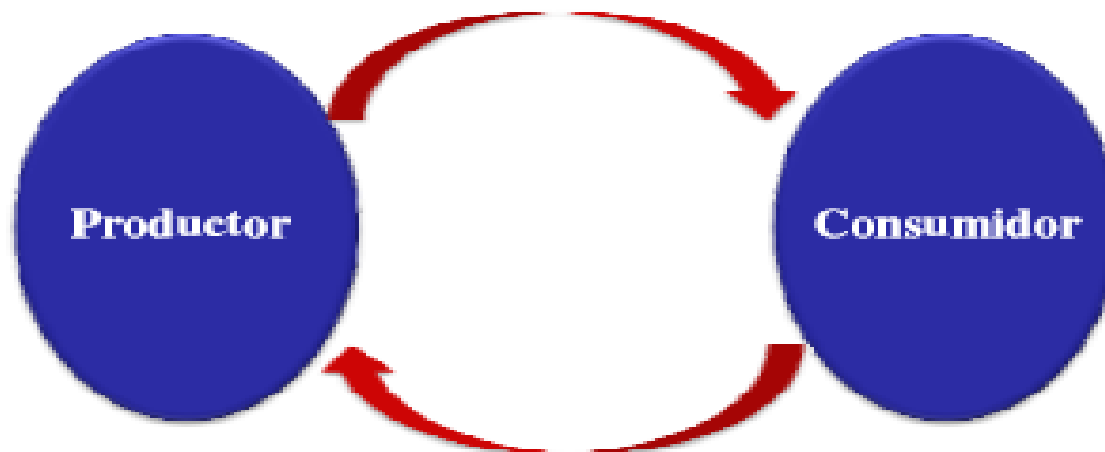
---

- **No se aplican aranceles**
- **Las regulaciones pueden crear restricciones al comercio**



## Servicios: características

- **Interacción directa** entre productores y consumidores (no almacenables)



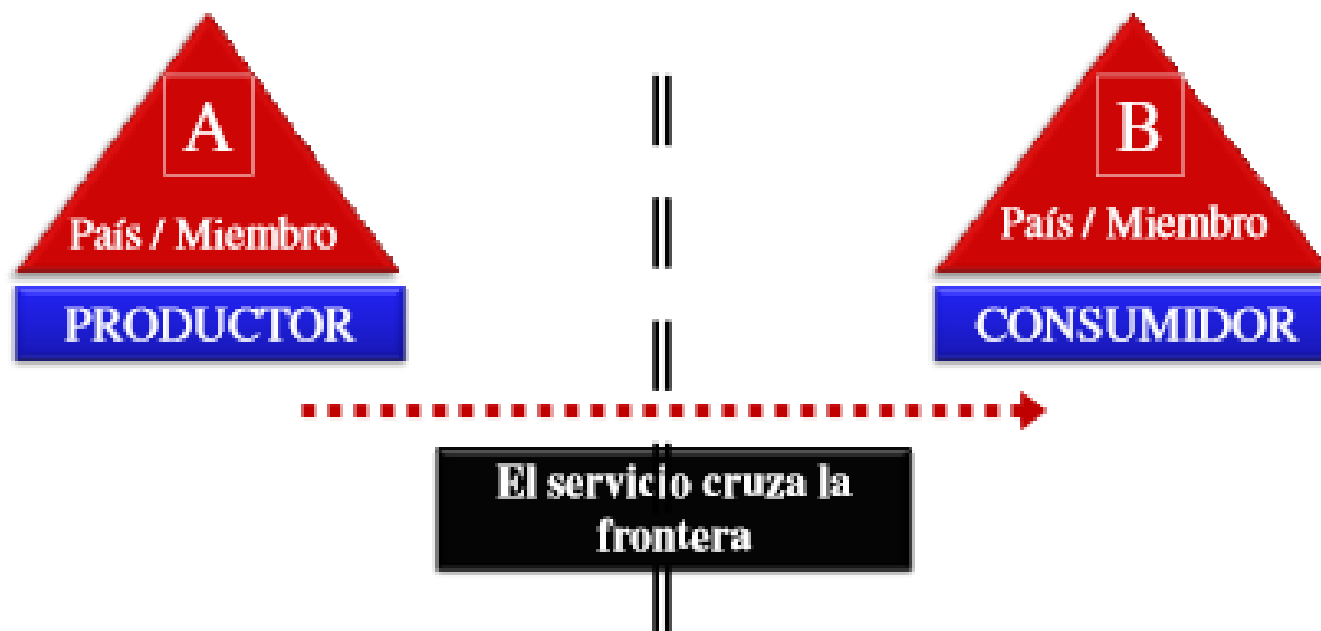
El **comercio de servicios** se desarrolla de **modo distinto** al comercio de bienes

## Servicios: Modos de suministro

- Debido a sus características, los servicios se comercian bajo **cuatro modos de suministro**:
  - Comercio transfronterizo (modo 1)
  - Consumo en el exterior (modo 2)
  - Presencia comercial (modo 3)
  - Presencia de personas naturales (modo 4)

# Modo 1: Comercio transfronterizo

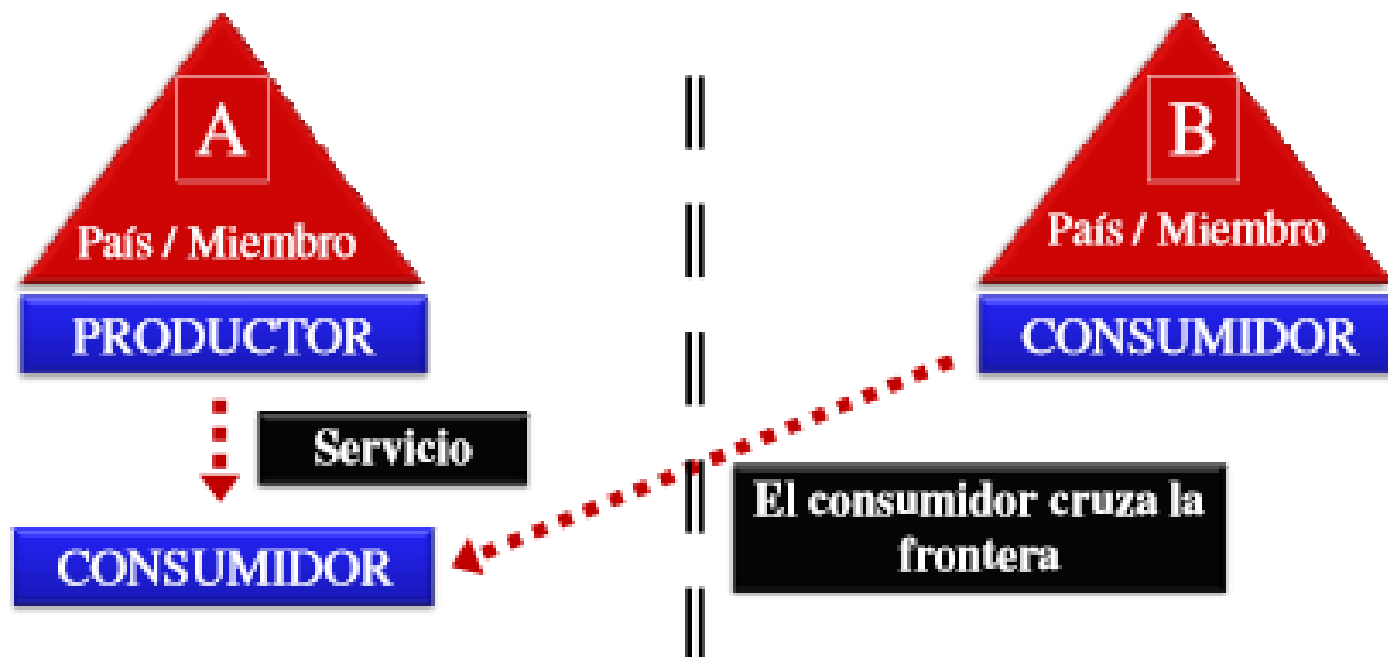
Del territorio de un miembro al territorio de otro miembro



Ejemplos: Servicios de consultoría, telemedicina, educación a distancia

## Modo 2: Consumo en el exterior

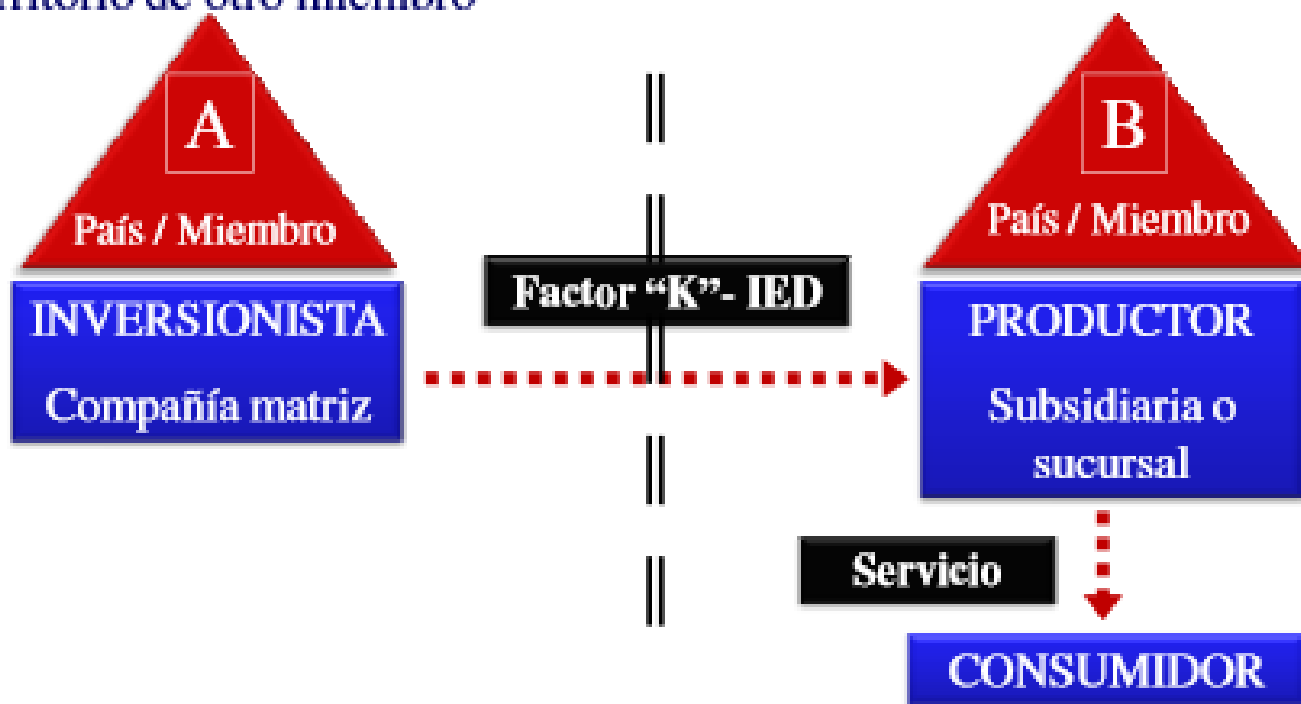
El consumidor del servicio **se traslada al territorio del productor** para consumir el servicio



Ejemplo: servicios de turismo, adquisición de seguros

## Modo 3: Presencia comercial

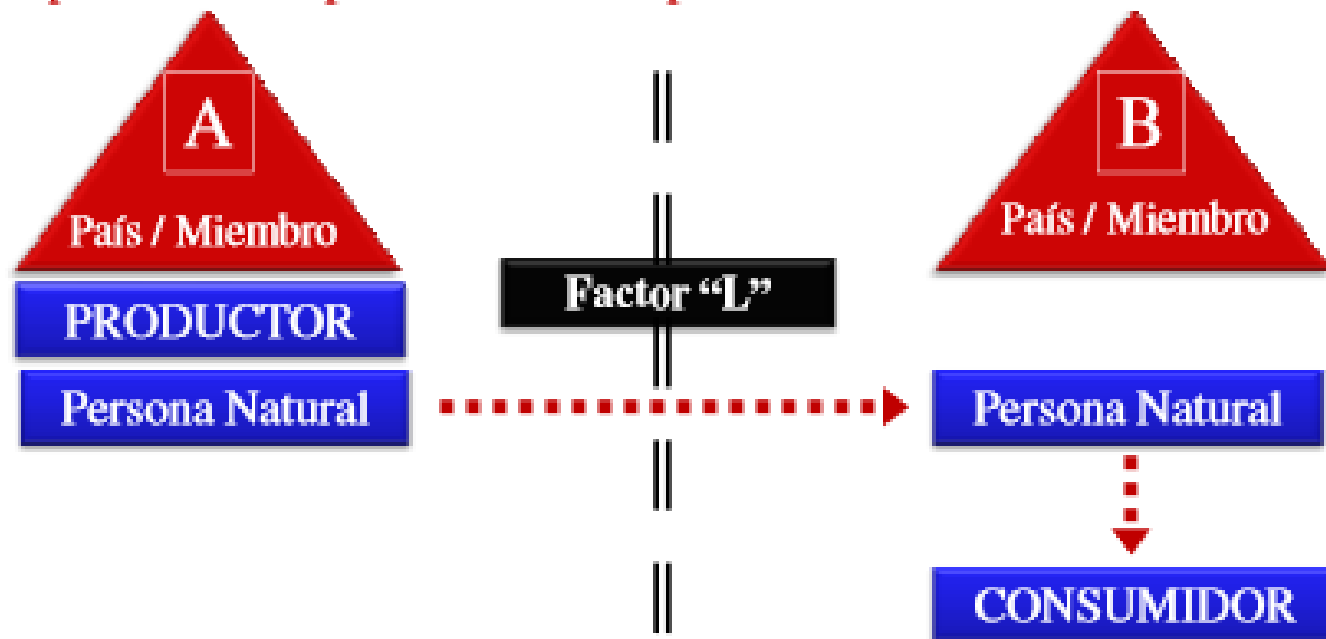
El proveedor del servicio se establece **a través de una inversión** en el territorio de otro miembro



Ejemplos: Telefonía, distribución de electricidad

## Modo 4: Presencia de personas naturales

El servicio es suministrado dentro del territorio de un Miembro a través de la **presencia del proveedor como persona natural**



Ejemplo: Educación, conferencias, empleo temporal

# OMC - Clasificación

---

1. Servicios prestados a las empresas
  2. Servicios de Comunicaciones
  3. Servicios de Construcción y relacionados con la ingeniería
  4. Servicios de Distribución
  5. Servicios de Educación
  6. Servicios Medioambientales
  7. Servicios Financieros
  8. Servicios relacionados con la salud y servicios sociales
  9. Servicios de turismo y relacionados con los viajes
  10. Servicios recreacionales
  11. Servicios de transporte
  12. Otros servicios
- \* Basado en la clasificación MTN.GNS/W/120 de la OMC

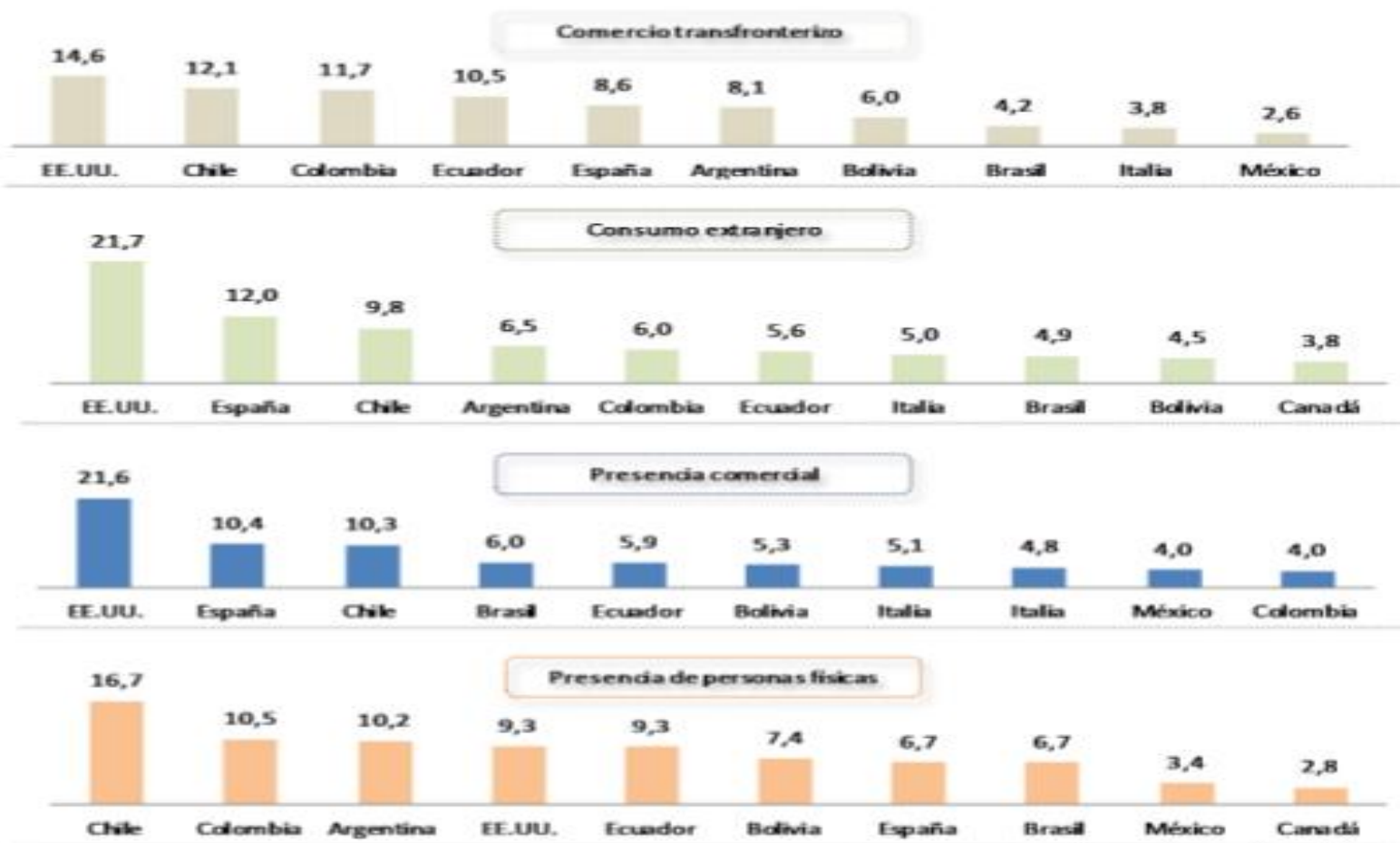
## Empresas Exportadoras de Servicios: Modalidad de Exportación por Sector (% menciones)

Consultoría	55,3	16,3	11,9	16,5
Arquitectura e Ingeniería	54,7	18,5	7,9	19,0
Publicidad y/o Diseño	56,4	24,8	10,9	7,9
Ensayos y Análisis Técnico	55,5	16,2	16,2	12,1
BPO	60,8	12,7	4,2	22,3
Software	66,7	14,5	4,2	14,5
Producción Audiovisual	46,2	18,3	14,5	21,0
Espectáculos Artísticos	19,5	41,4	14,5	24,7
Salud Electiva		73,4	25,7	0,9
Enseñanza Superior	53,0	29,9	8,5	8,5
	Comercio Transfronterizo	Consumo Extranjero	Presencia Comercial	Presencia de personas físicas

Fuente: Encuesta a empresas de servicios

Elaboración: MAXIMIXE

## Distribución de la Modalidad de Exportación según Principales Países Demandantes (%)

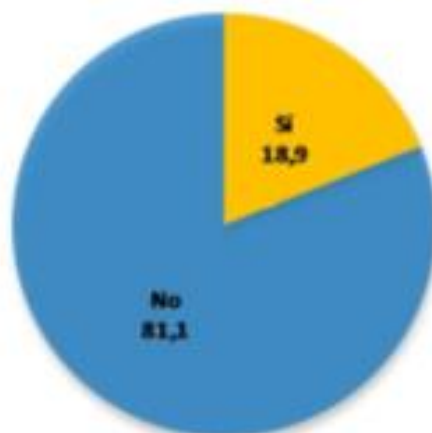


Fuente: Encuesta a empresas de servicios

Elaboración: MAXIMIXE

## Barreras de Entrada para la Exportación de Servicios (%)

Existencia de barreras



Tipos de barreras



Fuente: Encuesta a empresas de servicios

Elaboración: MAXIMIXE

# PENX 2015- 2025

## Exportación de Servicios



# PENX 2015-2025 PILAR 1

- En el pilar de **Oferta Exportable** se destaca el componente de desarrollo de negocios enfocados a la **exportación de servicios.**

# Metas al 2025

**US\$ 25 000** millones de exportaciones **No Tradicionales**

**US\$ 18 000** millones de exportaciones **de Servicios**

**PENX 2025**

**Hub Regional** en el Pacífico Sudamericano

**26°** en Doing Business

## PILAR 1

Desarrollo de oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible

**20** Cadenas productivas articuladas al mercado internacional (alimentos, servicios, metalmecánico, etc.)

**25 PERX** implementados, uno por cada región del país

## PILAR 2

Diversificación de mercados e internacionalización de la empresa

**27 TLC** con 73 socios comerciales, 98% del mercado

**50 Planes** de desarrollo de mercado, uno por cada OCEX

**350** sucursales de franquicias en el exterior

**100** empresas venden a agencias públicas de socios comerciales

## PILAR 3

Facilitación de comercio y eficiencia de la cadena logística internacional

**100%** de la cadena logística internacional gestionada por plataformas electrónicas como la **VUCE**

**40%** de reducción de costos logísticos respecto al 2014, debido a un rediseño de procesos

**40%** de reducción del costo de financiamiento para el sector exportador

## PILAR 4

Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora

**25 OCER** Oficinas regionales de comercio exterior

**150 000** alumnos y profesores capacitados a través del programa **E-LEARNING**

# Pilar 1. Desarrollo de oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible

## Componentes

Desarrollo de negocios de exportación de servicios

Diversificación de la oferta exportable

Generar un entorno favorable para las inversiones en el desarrollo de oferta exportable

Pilar  
01

## Programas destacados

Fortalecimiento de la exportación de servicios

Desarrollo de tejido empresarial de servicios

Fondos concursables para exportadores de servicios

Calidad, inocuidad y requisitos técnicos

Modelo de excelencia de gestión empresarial

Diferenciación de la oferta exportable

Encadenamiento productivo internacional

Responsabilidad social empresarial

Desarrollo de Oferta exportable de la Bio-diversidad

Fomento de plataforma regional de exportación: atracción de inversión y encadenamientos

Banco de proyectos de inversión para desarrollo de oferta exportable

Desarrollo de mecanismos de coordinación descentralizada para fomentar inversiones para exportación

# Estructura PENX 2025

## Pilares y Objetivos Estratégicos: Interrelación

Exportación de Servicios

Exportaciones No Tradicionales

Internacionalización

Competitividad

Hub regional

Desarrollo de Oferta



1.1 Desarrollo de negocios de exportación de servicios



1.2 Diversificación de la oferta exportable



1.3 Generar un entorno favorable para las inversiones en el desarrollo de oferta exportable



2.1 Desarrollo del marco normativo para el posicionamiento de la oferta exportable en mercados internacionales



2.2 Promover la Internacionalización de las empresas



2.3 Inserción en cadenas globales de valor



2.4 Desarrollo de inteligencia comercial



2.5 Consolidar la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior



Desarrollo de Mercados



3.1 Logística y transporte internacional



3.2 Gestión aduanera y fronteriza



3.3 Financiamiento del comercio exterior



3.4 Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas



Facilitación de Comercio



4.1 Red Nacional de Apoyo al Desarrollo del Comercio Exterior



4.2 Generación de competencias en comercio exterior



4.3 Transferencia tecnológica e innovación para la competitividad internacional



Generación de Capacidades y Cultura Exportadora



## PRIORIZACION DE SECTORES

### Exportación de Servicios: la nueva generación en Exportaciones

El desarrollo e impulso de la exportación de servicios forma parte del Plan Estratégico Nacional Exportador a través del Plan Operativo Sectorial de Servicios. Es así que en el PENX al 2025 se ha priorizado la Exportación de Servicios.

Hace diez años, las exportaciones de servicios alcanzaban los US\$ 1 993 millones; en el 2013, se han triplicado llegando a los US \$ 5870 millones.

#### ¿Por qué Exportación de Servicios?

- El crecimiento del comercio internacional de servicios se ha acelerado, impulsado en gran medida por los avances de la tecnología, telecomunicaciones, así como las innovaciones en los procesos.
- Es así que los servicios explican en promedio el 60% de la economía global y la tasa de crecimiento anual del 11% entre 2003 y 2012.
- El comercio de servicios se ha convertido en un factor clave para impulsar el crecimiento económico, por las externalidades positivas derivadas de sus efectos difusores del conocimiento, la información y la innovación.



Software



Videojuegos



BPO



Franquicias



Editorial



Consultoría

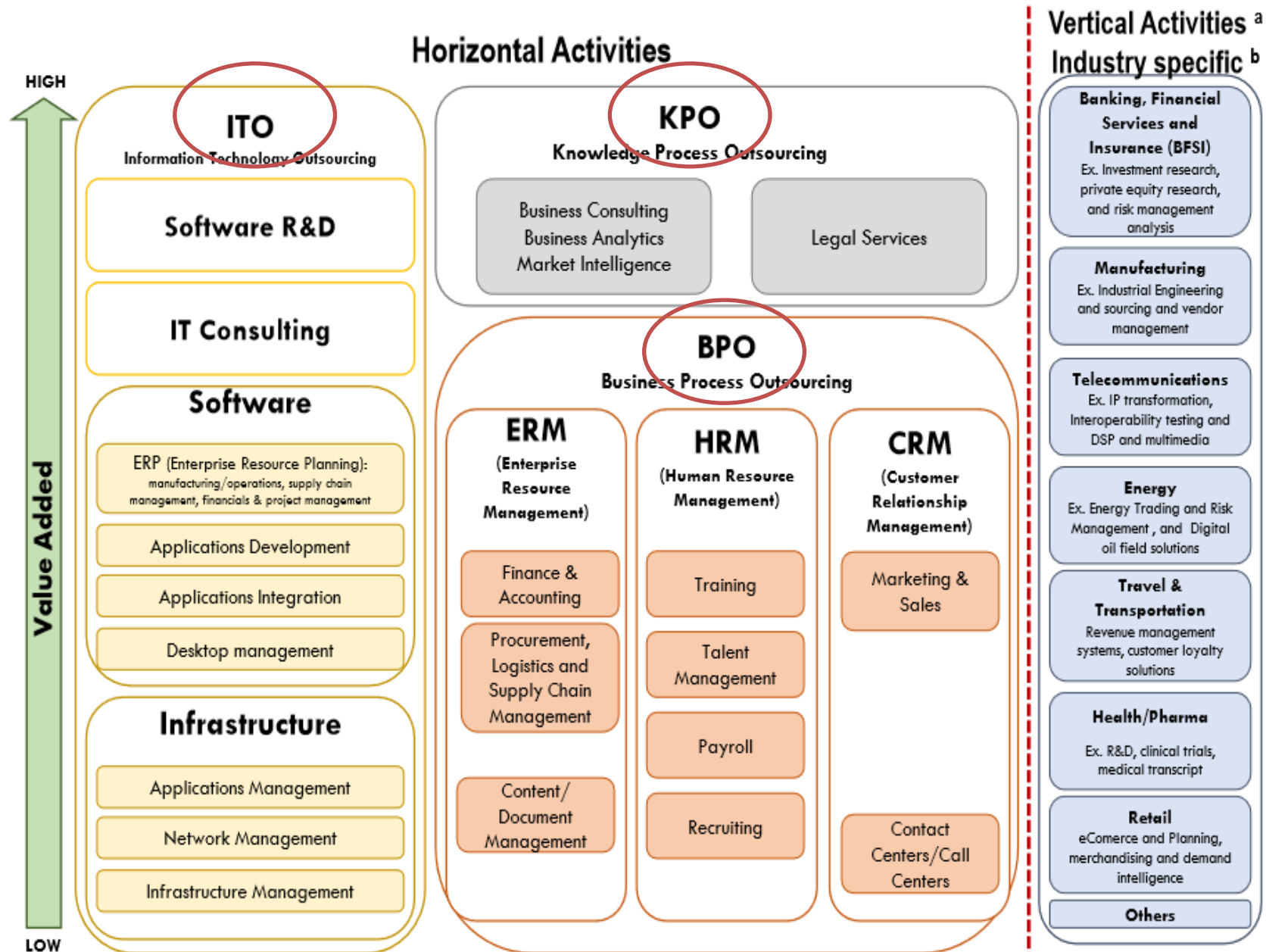


Servicios a la  
minería

# Framework Exportación de Servicios



# Outsourcing: ITO/BPO/KPO



# Oportunidades Exportación de Servicios



# El camino recorrido para la promoción de exportación de servicios

2004

- Se estructura las bases para impulsar la nueva oferta exportable peruana a través del Programa de Promoción de Exportación de Servicios
- [Impulso de la Institucionalidad en el sector](#)



2006

- [Plan Operativo Exportador de Servicios del PENX](#)
- Se incluye los servicios de Call Center como exportación de servicios
- TLC USA y Chile, incluye el sector de servicios
- Primer Encuentro de la Asociación Latinoamericana de exportadores de servicios (ALES)



2008

- [Las primeras misiones comerciales de servicios hacia Brasil, Colombia y México.](#)
- Se incorporan los servicios de Software y Centros de Contacto en ZOFRATACNA.
- Se incluye los servicios de Reparación y Mantenimiento de Naves y Aeronaves como exportación de Servicios



2010

- Se publica la Ley de Fomento del Comercio Exterior de Servicios N° 29646.
- Se incorporan nuevas actividades en la promoción de exportación: Editoriales, Gráficos, Videojuegos



2012

- Se modifica la Ley de Fomento a la Exportación de Servicios por el MEF con los DL 1119 y 1125



2014

- Participación en la principal feria de videojuegos en USA, Game Developer Conference – GDC
- Se incorpora los servicios de Marketing Digital
- Formación del Consorcio Exportador Editorial para mercados de USA y México



2004

2007

2010

2013

2015

2005

- Se publica la Clave del Comercio de Servicios
- Se lanzan las web site de la oferta de servicios y las marcas sectoriales de servicios: CREA SOFTWARE PERU, DISFRUTA SALUD PERU y PROYECTA PERU



2007

- [Se certifican en ISO 9001:2000 las primeras 20 empresas de servicios](#)
- Reconocimiento al exportador de servicios: Perú Exporta Servicios.
- Planes Estratégicos Sectoriales



2009

- Estudio sobre el Potencial Peruano para la Tercerización de Procesos de Negocios - Banco Mundial
- [Se lanzan los programas de Mercados Externos - PROMEX](#)



2011

- [Se crea la principal plataforma de negocios del sector Exportación de Servicios en el Perú, el Perú Service Summit](#)



2013

- [Se diseña la Ruta Exportadora de Servicios](#)
- Se incorpora los servicios de Arquitectura en el PERU SERVICE SUMMIT



2015

- [Presentación del Plan Estratégico Nacional Exportador \(PENX2025\)](#)
- Inauguración del Centro de Negocios en Panamá, PerúTech
- [Se instala la Mesa de Ayuda para el Sector Servicios](#)



# Factores de éxito que han permitido la internacionalización de la oferta peruana de servicios



Alianzas  
estratégicas



Promoción  
digital



Relación  
calidad/precio



Servicio  
orientado al  
cliente



Flexibilidad



Procedimientos  
estandarizados



Valor  
agregado



Equipo humano



Investigación  
de mercado



Mejora /  
innovación  
constante



Diferenciación



Estándares  
internacionales



Tecnología



Ventaja  
competitiva

# Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

## Servicios

Diseñado por:

Fecha:

Actividad:



# Oportunidades para el Sector Servicios

1. Entorno global más competitivo lo cual genera la necesidad en las empresas de mejorar sus estrategias, procesos y recursos.
2. Crecimiento económico en el Asia encarece la mano de obra especializada.
3. Empresas internacionales buscan oferta con costes diferenciados y confiables.
4. Fondos multilaterales interesados por el impulso del comercio de servicios.
5. Mayor inversión de las empresas extranjeras (grado de inversión, buen clima de negocios) en el país.
6. Tendencia a la regionalización de la oferta, atendiendo a los mercados vecinos.
7. Latinoamérica con mayores tasas de crecimiento y cercanía para el PERU.
8. Tener un partner o un socio comercial en otros países.
9. Desarrollo de las tecnologías de la información, lo que permite a las empresas brindar sus servicios de manera más ágil a sus clientes.
10. Nuevos canales online y plataformas en la nube amplían la oferta de servicios.
11. Huso horario genera una diferenciación para captar nuevos proveedores: Norteamérica y Europa.

# Oferta vinculada a la demanda internacional



# Lienzo De Modelo De Negocios

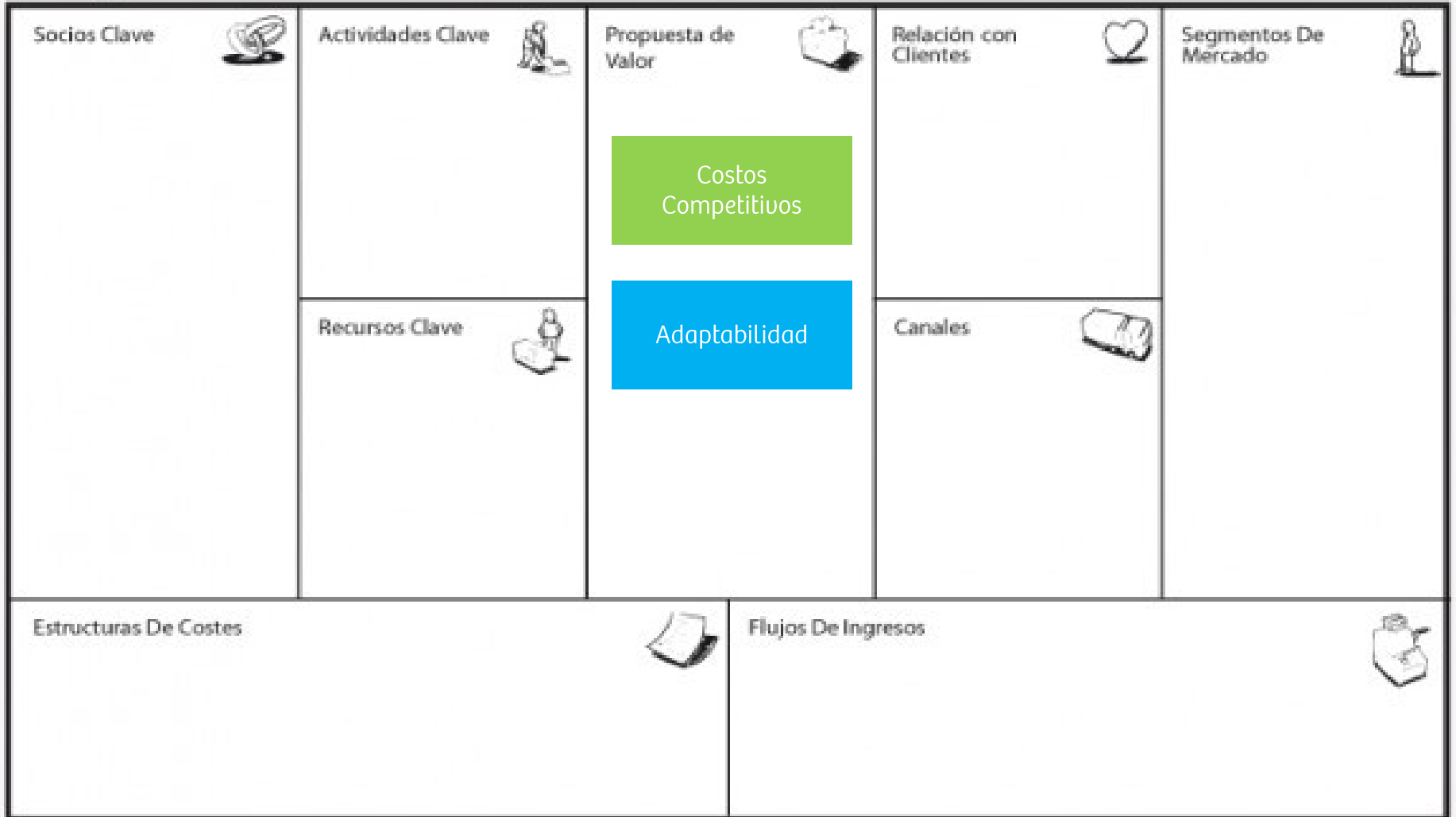
Diseñado para:

## Servicios Tecnológicos

Diseñado por:

Fecha:

Actividad:



# Oportunidades para ITO

1. Desarrollo de soluciones empresariales para dispositivos móviles.
2. El incremento en servicios cloud pasará de \$110 mil millones en el 2012 a \$210 mil millones para el 2016 (Fuente Gartner), lo que generará un mayor uso de Soluciones SaaS por parte de las empresas.
3. La crisis económica, sumada a la escasez de habilidades TI (hardware, software y servicios) en muchos mercados externos, hace que éstos busquen opciones “nearshoring” y “offshoring”, además de costos competitivos.

# Lienzo De Modelo De Negocios

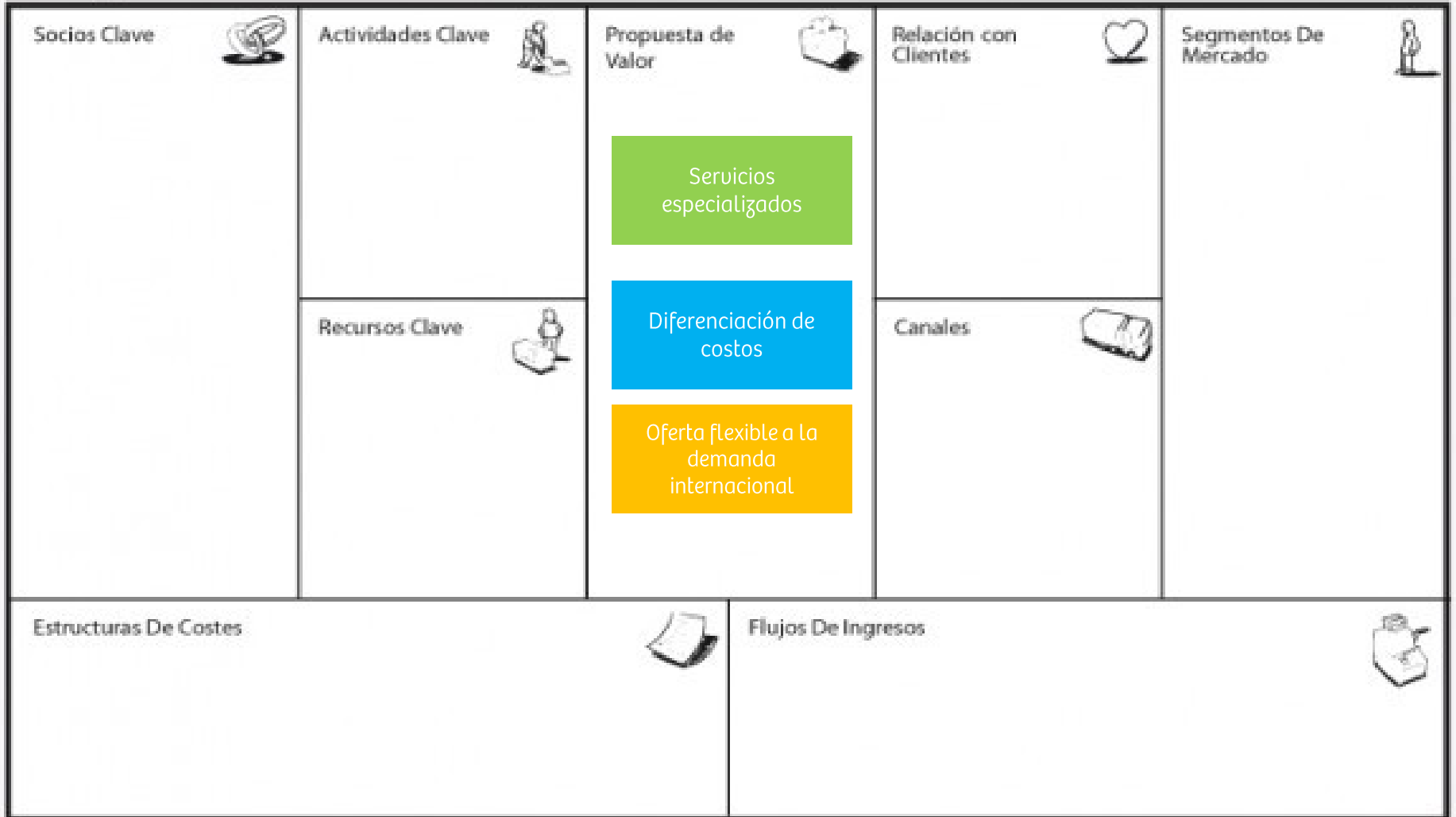
Diseñado para:

## Servicios BPO

Diseñado por:

Fecha:

Actividad:



# Oportunidades para BPO

1. Sector BPO es uno de los más dinámicos a nivel mundial. Se espera un crecimiento del 4% que representa USD 542 miles de millones en el 2013.
2. Demanda de servicios especializados de BPO en países de la región latinoamericana, Chile, Ecuador, Colombia, Centroamérica, entre otros.
3. Internet y el e-commerce, como medio principal para la promoción de los servicios de BPO.

# Lienzo De Modelo De Negocios










Diseñado para:

## Servicios de Ingeniería

Diseñado por:

Id:

Nombre:

Socios Clave 	Actividades Clave 	Propuesta de Valor  <div style="background-color: #76b82a; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Capital Humano calificado</div>	Relación con Clientes 	Segmentos De Mercado 
	Recursos Clave 		Canales 	
Estructuras De Costes 		Flujos De Ingresos 		

# Oportunidades para KPO

1. Mercados con tendencia a las licitaciones y concursos internacionales para obras viales y de infraestructura.

# Lienzo De Modelo De Negocios










Diseñado para:

## Servicios Editoriales

Diseñado por:

Id:

Nombre:

Socios Clave 	Actividades Clave 	Propuesta de Valor  <div data-bbox="815 337 1122 472" style="background-color: #76b82a; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Riqueza cultural que da origen a contenidos únicos y de calidad</div>	Relación con Clientes 	Segmentos De Mercado 
	Recursos Clave 		Canales 	
Estructuras De Costes 		Flujos De Ingresos 		

# Oportunidades para KPO

1. Reconocimiento internacional de autores literarios peruanos como motor para promocionar la literatura peruana.
2. Políticas de fomento a la lectura escolar en países de la región, incrementa el número de compras de libros y servicios de impresión por parte del Estado.
3. Según PwC, el gasto mundial en libros digitales se incrementará del 4,9% (2011) al 18% del mercado editorial en el 2016.

# Lienzo De Modelo De Negocios










Diseñado para:

## Servicios Franquicias

Diseñado por:

Fecha:

Actividad:

Socios Clave 	Actividades Clave 	Propuesta de Valor  <div style="background-color: #76b82a; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Rentables</div> <div style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Menor Inversión</div> <div style="background-color: #f1c40f; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Adaptabilidad</div>	Relación con Clientes 	Segmentos De Mercado 
	Recursos Clave 		Canales 	
Estructuras De Costes 		Flujos De Ingresos 		

# Oportunidades para Franquicias

1. La gastronomía peruana reconocida a nivel internacional como una de las mejores en el mundo.
2. El 95% de los turistas reconoce la calidad y sabor de la gastronomía peruana.

# La actual cartera de oferta exportable de PROMPERU será incrementada por nuevas líneas

Soluciones Tecnológicas	Líneas	Servicios Empresariales	Líneas	Servicios Culturales	Líneas
Especializado Fábrica de Software	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Salud (farmacia y laboratorios)</li> <li>•Financiero</li> <li>•Minería</li> <li>•Turismo</li> <li>•Naviero</li> <li>•Petróleo</li> </ul>	Servicios de Ingeniería (KPO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Consultoría e Ingeniería</li> <li>•Servicios a la Minería</li> </ul>	Editoriales	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Derechos de autor</li> <li>•Coedición</li> <li>•Libros y cuentos</li> <li>•Servicios editoriales</li> </ul>
		<b>BPO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Centros de contactos</li> <li>•Servicios Cobranza</li> <li>•Logística y Distribución</li> </ul>	Industria Gráficas	•Impresión de enciclopedias y libros
		<b>Marketing Digital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Posicionamiento (Branding)</li> <li>•Social media</li> <li>•Publicidad on line</li> </ul>	<b>Otros Servicios</b>	<b>Líneas</b>
Videojuegos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juegos casuales</li> <li>• Advergames</li> <li>• Juegos con motivos peruanos</li> <li>• Películas</li> <li>• Nuevos formatos digitales</li> </ul>	Arquitectura	•Diseños	Franquicias	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Gastronomía</li> <li>•Vestimenta</li> </ul>
				Salud Electiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Cirugía plástica</li> <li>•Odontología</li> <li>•Oftalmología</li> <li>•Bariátrica</li> </ul>
				Educación y Música	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Movilidad estudiantil: Pregrado, intercambio, programas especiales y post grado</li> </ul>

# Instrumentos de Apoyo Exportación de Servicios



## ¿Cuál es el valor agregado a las herramientas de promoción comercial?

Ferias Internacionales

Ferias Nacionales



- Misiones complementarias pre o post ferias
- Participación en salones de innovación

Misiones Comerciales

Ruedas de Negocios  
y Encuentros Empresariales



- Matchmaking con compradores previamente identificados – agenda de negocios especializada
- Financiamiento de pasajes para compradores profesionales

PROMEX



- Herramienta de desarrollo de mercado: inteligencia de mercados + promoción comercial, a través del establecimiento de Centros de Negocios en el mercado objetivo.

Actividades de apoyo a terceros



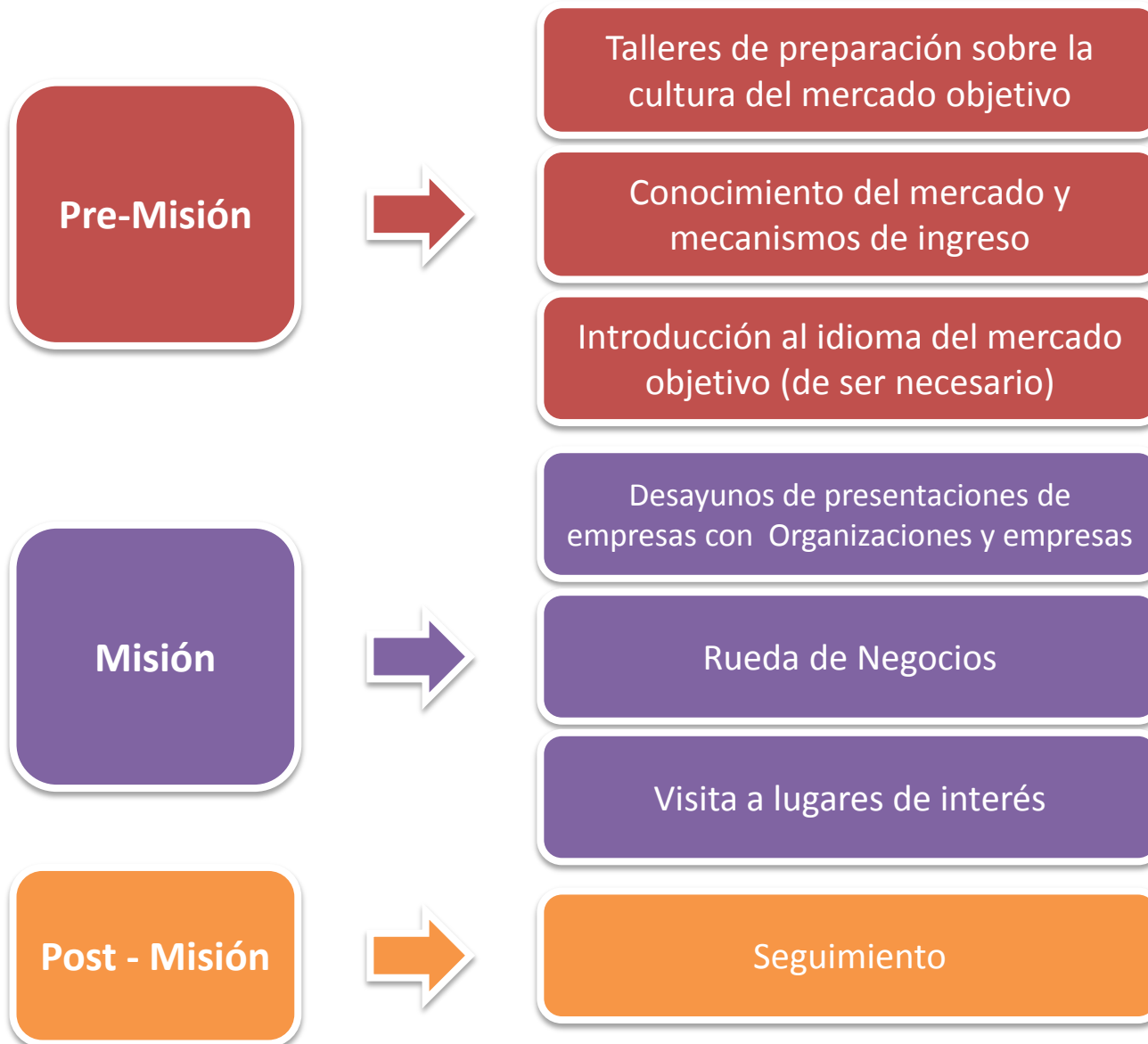
- Gremio o asociación solicita a través de “Directiva de apoyo a terceros” financiamiento de hasta S/.50mil para actividad. Max. 2 apoyos x gremio.

Actividades conjuntas con OCEX



- Coordinadas a través de Actas del Convenio Marco entre MINCETUR y PROMPERÚ.
- Se propone además reuniones virtuales mensuales entre los coordinadores sectoriales y los CEC, así como equipos para fortalecer estrategias de mercado.

# Nuevas herramientas de promoción: Componente de las misiones empresariales de servicios



# Nuevas herramientas de promoción: PROMEX

## Avanzado: Brasil y USA

### FASES DEL PROMEX



Contratación de Consultor

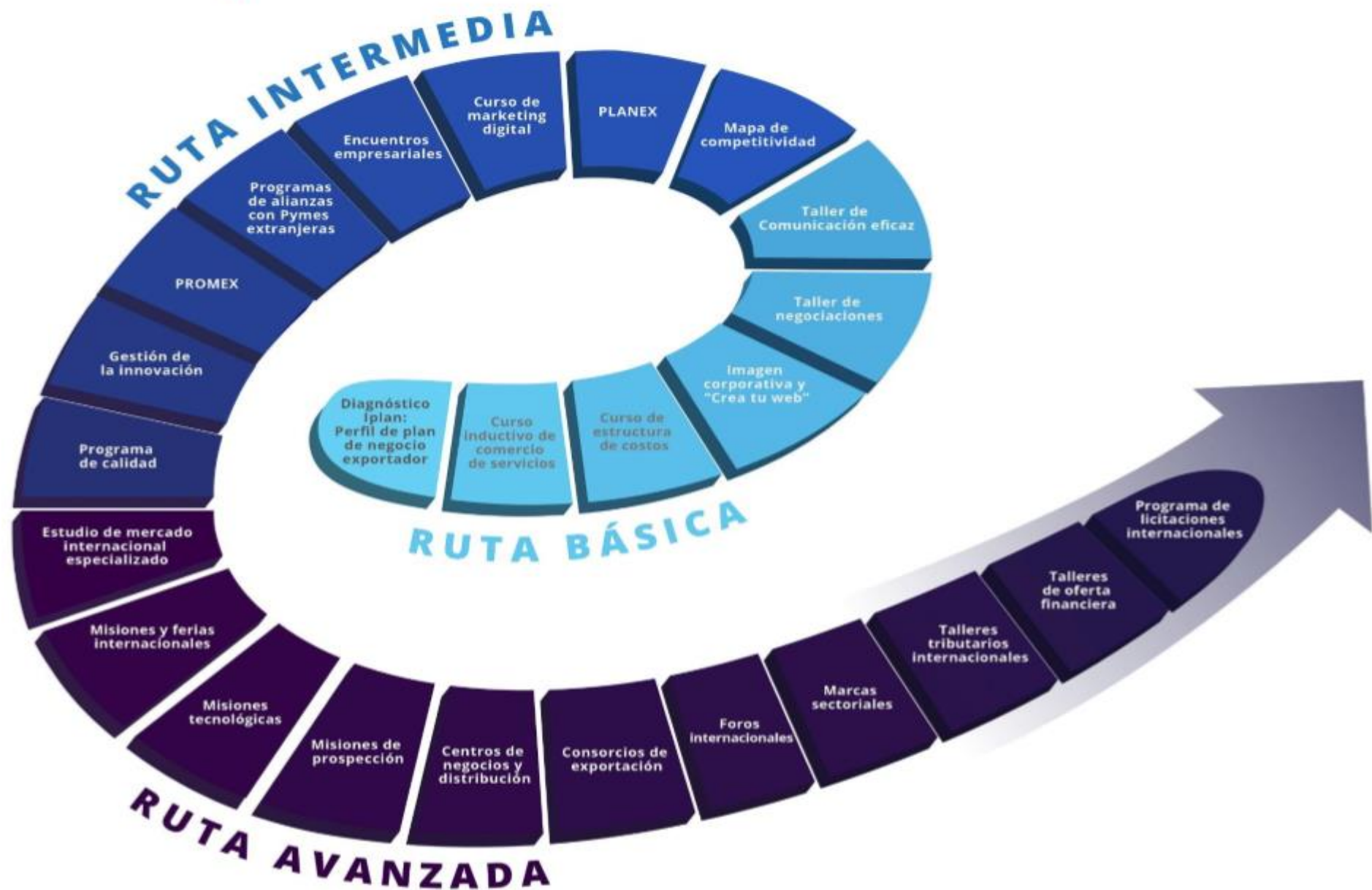
Contratación de Gerente o Representante

**PROMEX AVANZADO**

#### **Objetivo:**

*Internacionalizar a las empresas peruanas de servicios en el mercado objetivo, mediante el establecimiento de alianzas estratégicas u oficinas de representación y venta.*

# Ruta Exportadora de Servicios



ESTÁS EN > PORTADA > EMPRESAS >

## Consorcio formado por nueve empresas de software peruano se instala en Panamá

Viernes, 13 de marzo del 2015

EMPRESAS

19:33

**Panamá** es el segundo país en América con mayor conectividad de fibra óptica con siete cables submarinos cuenta con una gran fortaleza en las telecomunicaciones, por lo que es de gran atracción para importante líderes de las tecnologías de información (TIC) como Dell, HP, Microsoft, Intel y Cisco.



### ÚLTIMA HORA VER TODAS

17:08 | Perú Mucho Gusto recibió a 3,700 chilenos en Tacna

17:33 | BVL sube 0.33% en línea con precios de los metales

18:05 | Fania: "Hay muchos lugares en el Perú que se les puede sacar el jugo para el arte gráfico"

18:47 | Ollanta Humala reitera que "nadie tiene que tocar los programas sociales"

18:59 | Whisky y ron son los licores que más importó el Perú en el primer trimestre

19:23 | Pacific Rubiales es adquirida por Alfa y Harbour Energy

11:29 | Ingresos de Disney superan los US\$ 12 millones por impulso de parques temáticos y medios

GESTIÓN THE EDGE GROUP



Avisos PERÚRED

[Anuncia aquí](#)

### Ipanema Casa Club - Lanzamiento



Múdate al distrito de Pueblo Libre. Dptos desde 44m<sup>2</sup> hasta 84m<sup>2</sup>  
PRECIOS DESDE S/. 176,000 - ¡GRANDES PREMIOS PARA TI!  
[ei.com.pe](http://ei.com.pe)



**DEL 6 AL 10 DE JULIO**  
LAS MEJORES EMPRESAS DE SERVICIO REUNIDAS



➤ RUEDA DE NEGOCIOS  
Proximamente



➤ EDICIÓN 2014  
Ver resultados

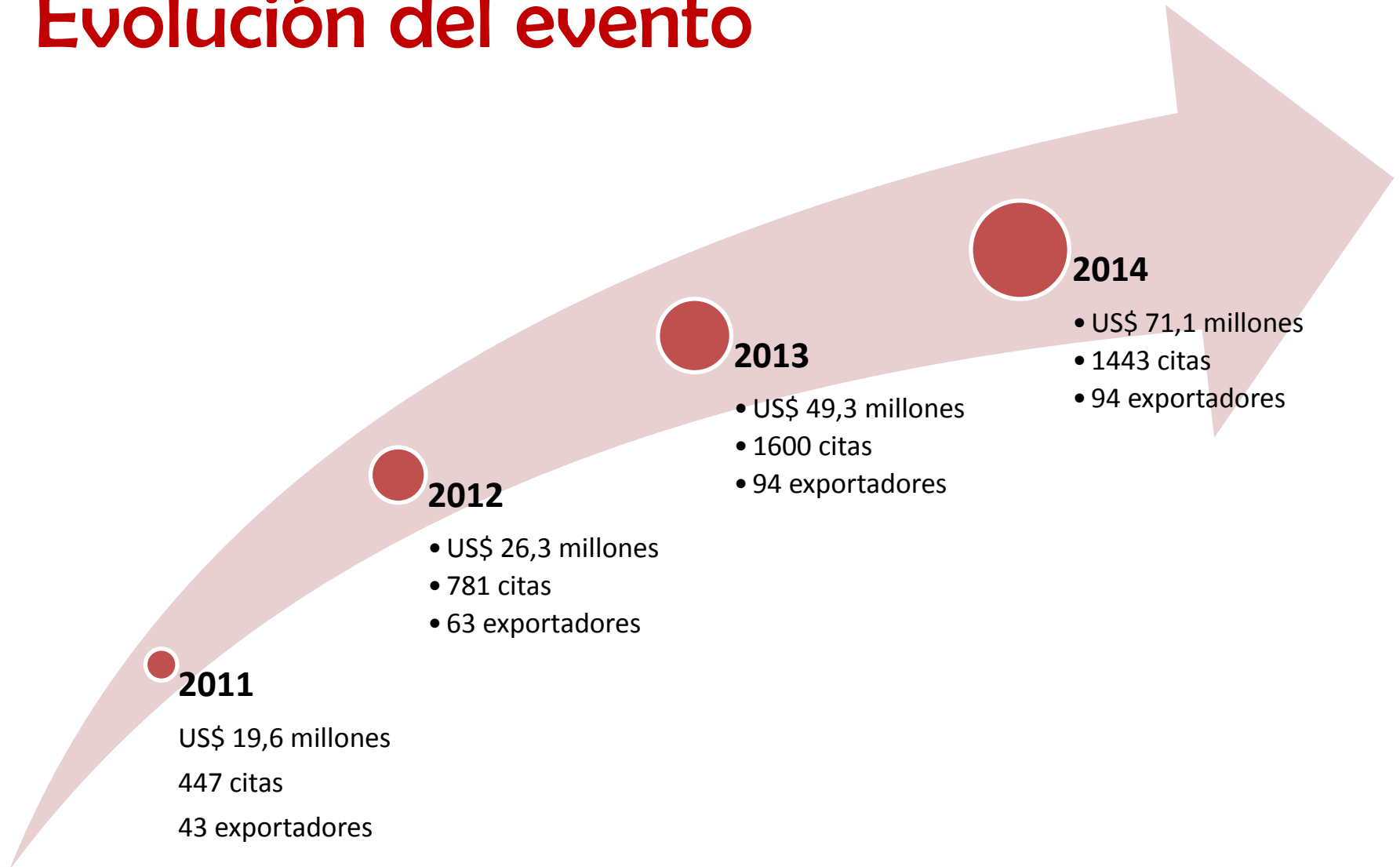
[www.peruservicesummit.com](http://www.peruservicesummit.com)

# Que es el Perú Service Summit?

Evento especializado en el comercio exterior de servicios que reúne a lo mejor de la oferta exportable peruana para establecer vínculos comerciales.



# Evolución del evento



# Programa 2015: Del 06 al 10 de julio

LUNES 06	MARTES 07	MIÉRCOLES 08	JUEVES 09	VIERNES 10
<b>09:00 - 18:00 horas</b> Talleres y Capacitaciones	<b>09:00h - 13:00h</b> Convención e-Tics (Co - organizada por ADEX)	<b>08:30 horas</b> Ceremonia Corte de Cinta Inaugural	<b>09:00 - 18:00 horas</b> Rueda de Negocios de Exportación de Servicios	<b>09:00 - 13:00 horas</b> Rueda de Negocios de Exportación de Servicios
		<b>09:00 - 13:00 horas</b> V Edición Foro Internacional de Exportación de Servicios		
	<b>15:00 - 18:00 horas</b> Talleres y Capacitaciones	Check-in de Contratantes Internacionales e Inversionistas	<b>20:30 horas</b> Ceremonia "Perú exporta Servicios"	<b>15:00 - 18:00 horas</b> Rueda Alianzas Estratégicas de Servicios



**Hotel Los Delfines**  
 San Isidro, Lima - Perú

## RESULTADOS ESTIMADOS 2015

**1,000** Asistentes – Foro

**138** Contratantes extranjeros

**1,850** Citas de Negocio

**20,000** conectados vía streaming

Oportunidades de negocios por

US\$ 85  
millones



# Sectores de Servicios priorizados

PAÍS	TOTAL	VIDEOJUEGOS	SOFTWARE	BPO	FRANQUICIAS	EDITORIALES	INDUSTRIA GRÁFICA	MARKETING DIGITAL
BRASIL	19	2	10	2	5		5	
CHILE	19	2	2		3	5	5	2
BOLIVIA	18		8		3		2	5
ECUADOR	18		2	4	3	2	4	3
COLOMBIA	16		3	2	2	3	3	3
ARGENTINA	13	2	6	3				2
PANAMÁ	12		5			1	3	3
USA	5	2			1		1	1
PORTUGAL	5		2	2	1			
CANADA	3		2	1				
MÉXICO	3	1	1					1
ESPAÑA	2	1	1					
TAIWAN	2	2						
COREA DEL SUR	2	2						
URUGUAY	1	1						
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	15	42	14	18	11	18	20



Software



BPO  
Centros  
de Contacto



Marketing  
Digital



Videojuegos



Imprenta



Franquicia



Editorial



Información sobre

**RUEDA DE NEGOCIOS y**

**RUEDA DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

# Mayores oportunidades de negocios ...

**Rueda de Negocios Comercial**, el objetivo es generar oportunidades de negocios para contratar servicios peruanos, mediante un sistema que permite al propio empresario agendar sus citas.

Fecha y Horario:

Jueves 09/07 : De 09:00 a 13:00 horas y de 15:00 a 18:00 horas (Incluye almuerzo)

Viernes 10/07: De 09:00 a 13:00 horas

**Rueda de Alianzas Estratégicas de Servicios**, el objetivo es generar oportunidades de complementación productiva y comercial con empresas peruanas, mediante un sistema que permite al propio empresario agendar sus citas.

Fecha y Horario:

Viernes 10/07: De 15:00 a 18:00 horas

# PerúService

SUMMIT 2015  
del 06 al 10 de julio

¡Conectamos oportunidades!

Evento especializado en el comercio de servicios que reúne a lo mejor de la oferta exportable peruana.

Informes  
[info@peruservicesummit.com](mailto:info@peruservicesummit.com)  
[www.peruservicesummit.com](http://www.peruservicesummit.com)



Software



Editorial



BPO  
Centros  
de Contacto



Videojuegos



Imprenta



Franquicias



Marketing  
Digital

## Los esperamos!!!

# Algunas de las empresas apoyadas por PROMPERU



THE 4 LENSES OF  
**INNOVATION**  
A POWER TOOL FOR CREATIVE THINKING

ROWAN GIBSON  
AUTHOR OF INNOVATION TO THE CORE



WILEY



Challenging Orthodoxies

Harnessing Trends



Leveraging Resources

Understanding Needs





## Challenging Orthodoxies

- **Que tan a menudo mi compañía desafía los dogmas y las ortodoxias que tiene para hacer negocios?**
- **Que tan a menudo tomamos una mirada critica a nuestra industria y nos preguntamos como podemos revolucionarla al cambiar el pensamiento convencional?**

# Harnessing Trends



- En realidad tenemos un conocimiento profundo y claro de todos los cambios fundamentales que surgen en nuestro ambiente externo?
- Estamos trabajando fuertemente para aprovechar el poder o potencial de las tendencias disruptivas en vías que creen valor para nuestros clientes y revitalicen o aun mas, reinventen nuestro modelo de negocio?



## Leveraging Resources

- Cuantas personas en nuestra organización no solo nos ven como un grupo de unidades de negocio sino como un portafolio de competencias principales y activos estratégicos que pueden nivelarse en nuevas formas, nuevas combinaciones, o nuevas vías de generar un crecimiento futuro?
- Que tan buenos somos al conectar recursos externos de otras compañías con la nuestra, para radicalmente cambiar la manera en que las cosas se vienen haciendo en nuestra industria?

# Understanding Needs



- Estamos haciendo todo lo que esta a nuestro alcance para poder comprender y documentar las necesidades existentes y emergentes de nuestros clientes, (o talvez de los clientes de nuestros clientes)?
- Estamos usando estos insights para rediseñar la oferta de nuestra compañía desde la perspectiva del cliente, quizás utilizando nuevas soluciones tecnológicas para atender estas nuevas necesidades?



## Erick Paulet Monteagudo

500+  
connections

Especialista Senior en Inteligencia y  
Prospectiva Comercial en Promperu | Mg.  
Marketing, Lic. Negocios Internacionales  
Peru | Marketing and Advertising

Current Promperu

Recommendations 4 people have recommended Erick