



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

IX CONGRESO INTERNACIONAL AREQUIPA 2017

TENDENCIAS DEL COMERCIO EXTERIOR

Ing. Eco. Luis Mesias Changa
Director General de Políticas de
Desarrollo de Comercio Exterior
Setiembre 2017

AGENDA

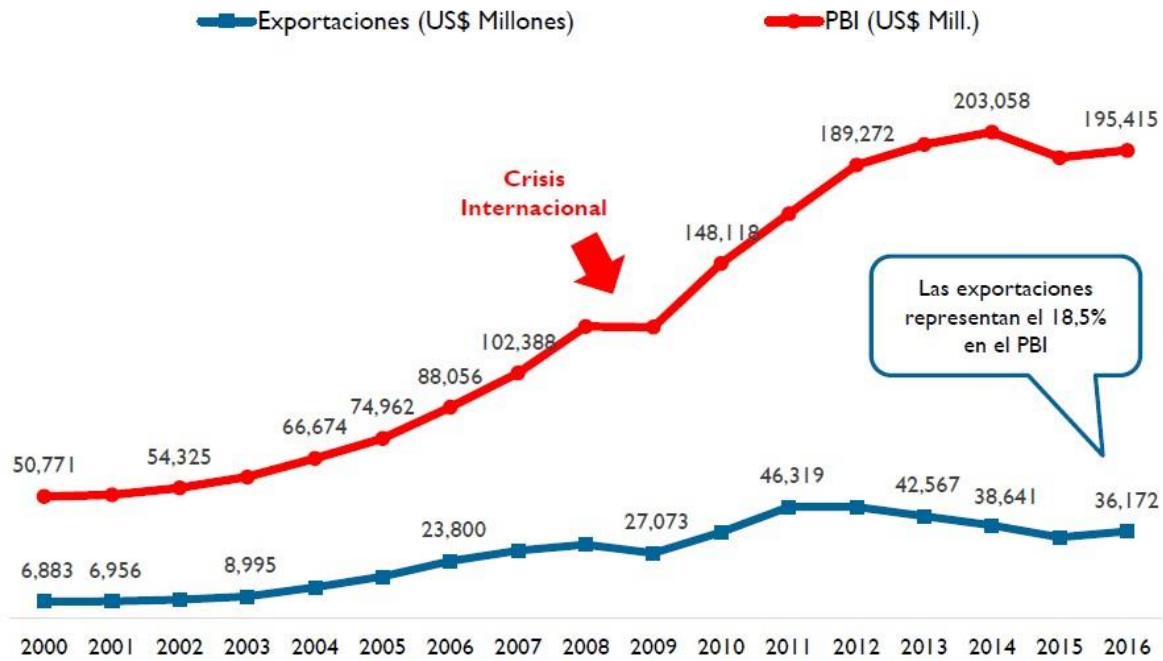
1. Actual contexto del sector exportador
2. Tendencia del comercio exterior peruano
3. Potencial de la empresa peruana ante las nuevas tendencias
4. El apoyo del MINCETUR en la internacionalización de la empresa peruana

AGENDA

- 1. Actual contexto del sector exportador**
2. Tendencia del comercio exterior peruano
3. Potencial de la empresa peruana ante las nuevas tendencias
4. El apoyo del MINCETUR en la internacionalización de la empresa peruana

El ingreso de inversión extranjera directa ha favorecido el desarrollo de las exportaciones

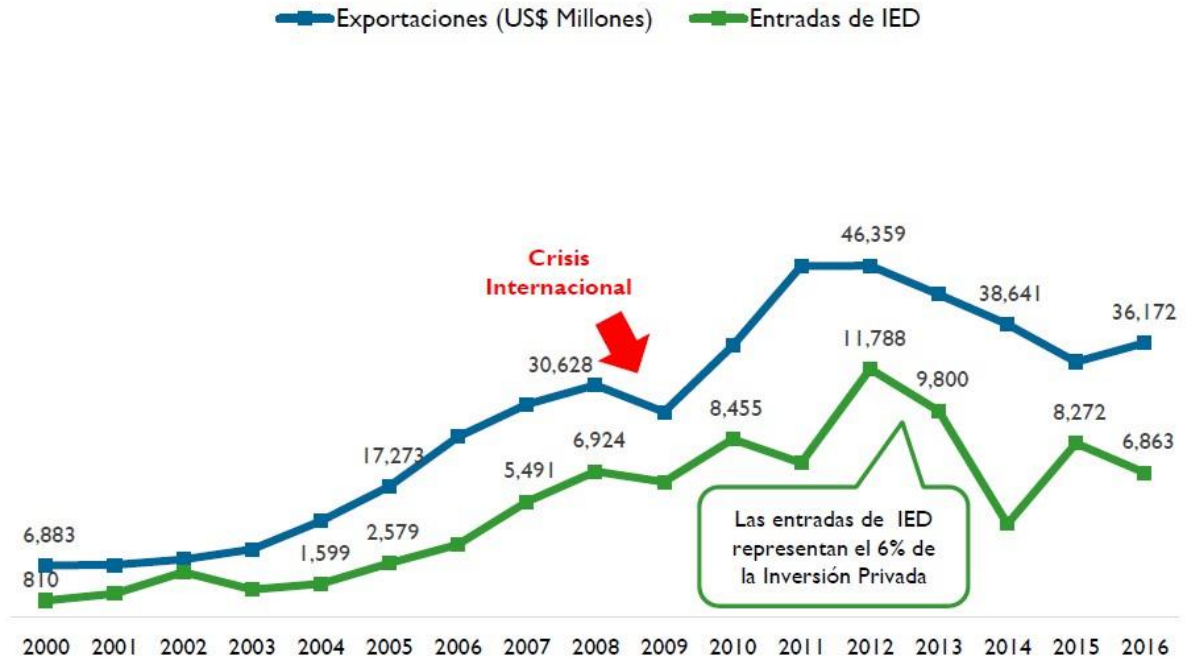
Perú: PBI y Exportaciones



Fuente: SUNAT,BCRP

Perú: IED y Exportaciones

Part. % 2016

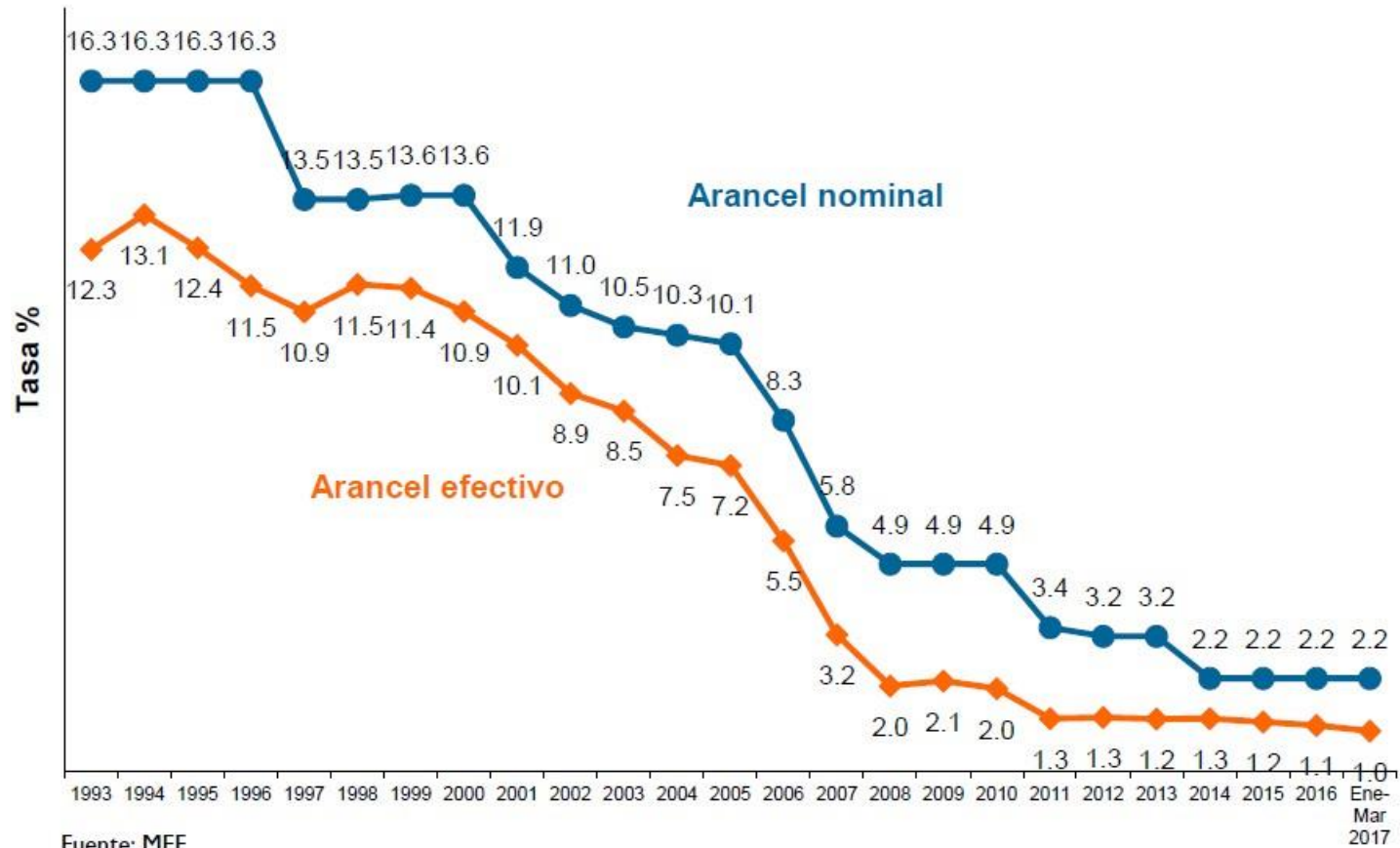


Fuente: Proinversión

El Perú ha seguido una política de reducción arancelaria, lo cual le ha permitido tener un adecuado nivel de apertura y acceso a mercados internacionales

Perú: Política de Reducción Arancelaria

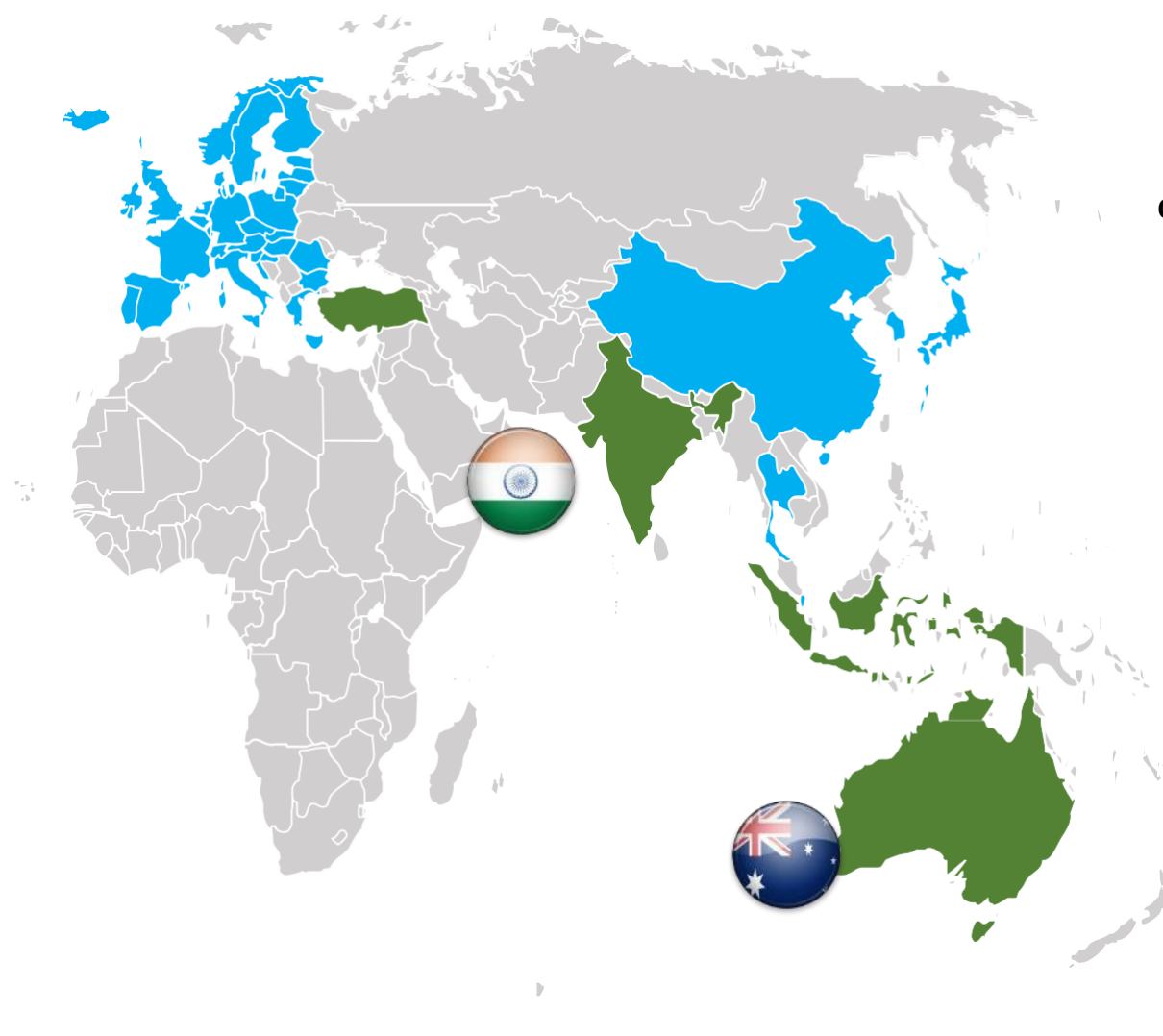
Periodo 1993-2017



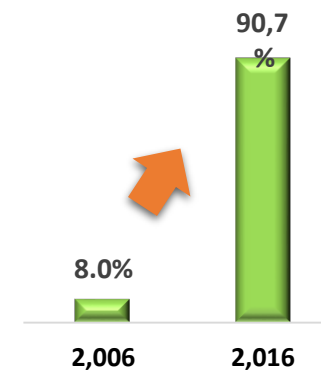
Fuente: MEF

Lo cual se refleja en los acuerdos comerciales con los que cuenta el país

Acuerdos Comerciales



Cobertura de Acuerdos Comerciales en Exportaciones (%)



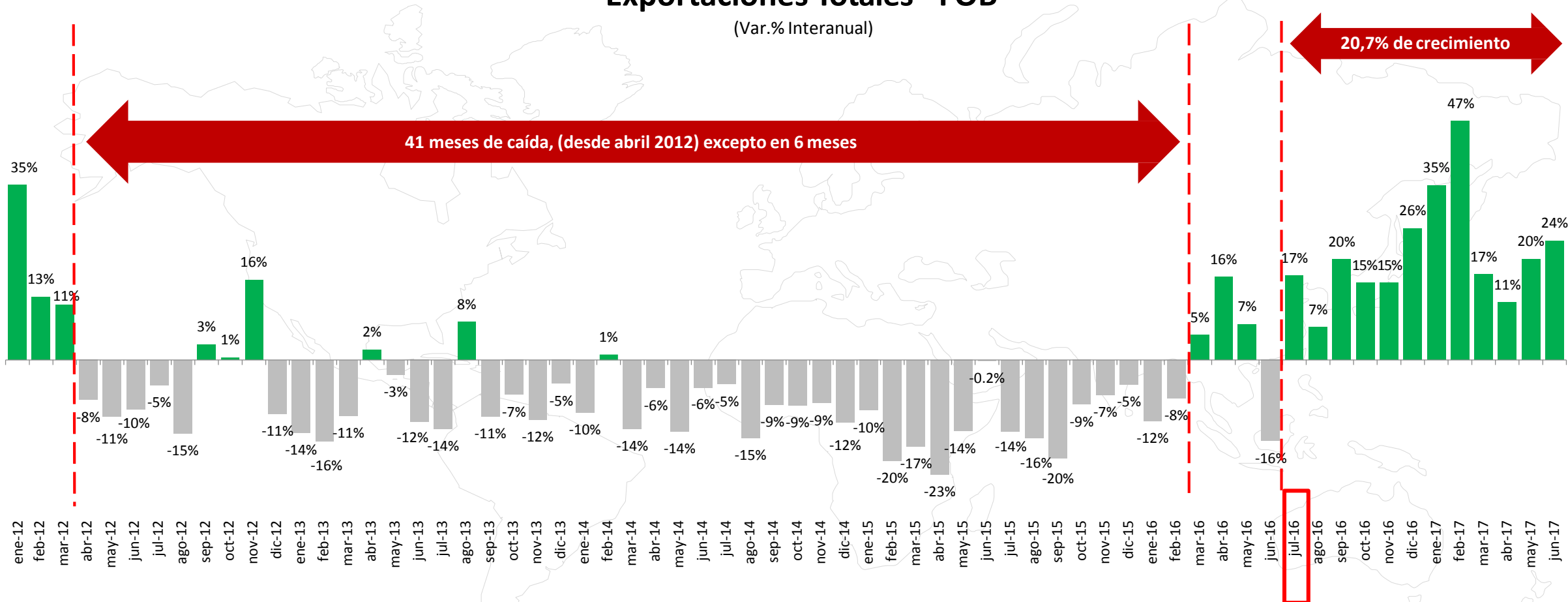
AGENDA

1. Actual contexto del sector exportador
- 2. Tendencia del comercio exterior peruano**
3. Potencial de la empresa peruana ante las nuevas tendencias
4. El apoyo del MINCETUR en la internacionalización de la empresa peruana

Las exportaciones peruanas presentan una recuperación en comparación con años anteriores

Exportaciones Totales - FOB

(Var.% Interanual)

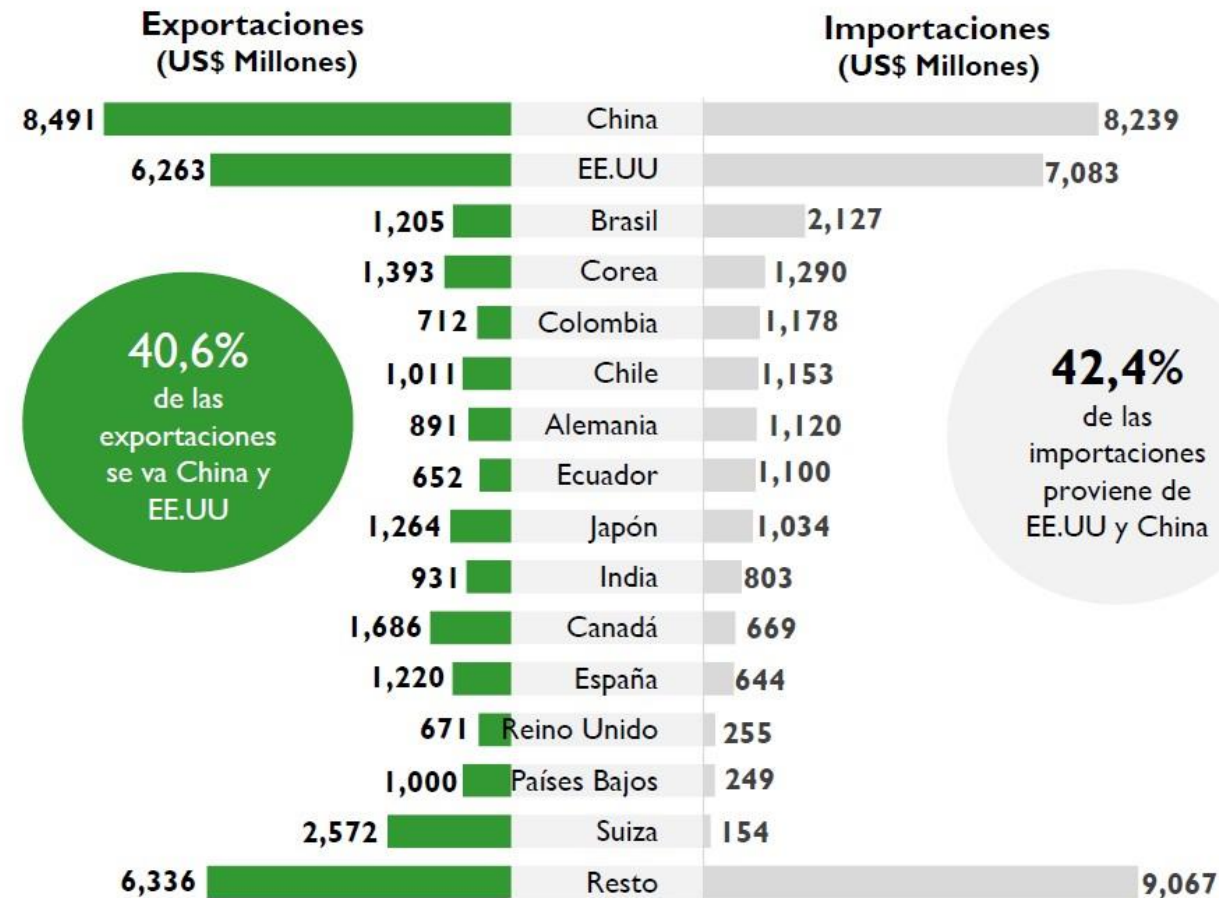


Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR

El crecimiento de las exportaciones en el 2016 fue impulsado por los productos tradicionales, mientras que en el 2017 es impulsado también por los no tradicionales

BALANZA COMERCIAL (Variaciones porcentuales)			
	2015	2016	I Sem. 2017
1. Valor:			
Exportaciones	-12,9	7,6	28,2
Productos tradicionales	-15,4	11,5	36,3
Productos no tradicionales	-6,7	-1,0	9,5
Importaciones	-9,0	-5,9	8,6
2. Volumen:			
Exportaciones	2,4	11,6	11,6
Productos tradicionales	6,5	16,7	14,6
Productos no tradicionales	-4,9	0,9	3,4
Importaciones	0,2	-2,8	2,3
3. Precio:			
Exportaciones	-15,0	-3,6	14,9
Productos tradicionales	-20,5	-4,3	18,9
Productos no tradicionales	-1,9	-1,9	6,0
Importaciones	-9,2	-3,0	6,1

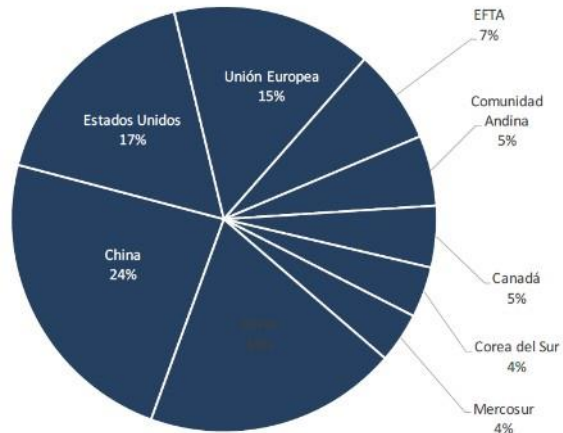
* Proyección.
RI: Reporte de Inflación.



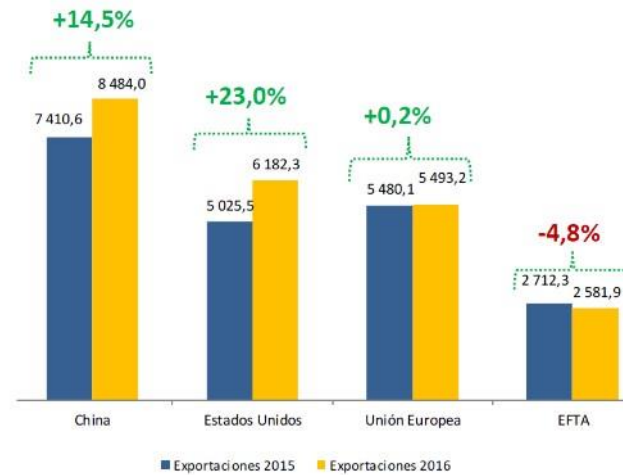
Fuente: SUNAT

China, Estados Unidos y la Unión Europea son los principales mercados de destino de nuestras exportaciones

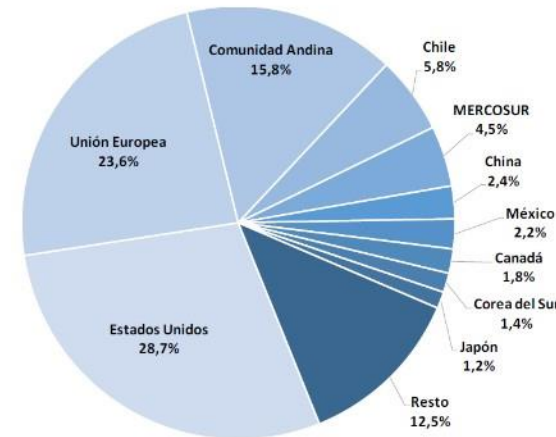
Principales Mercados de Destino de las Exportaciones Totales
(Part.% 2016)



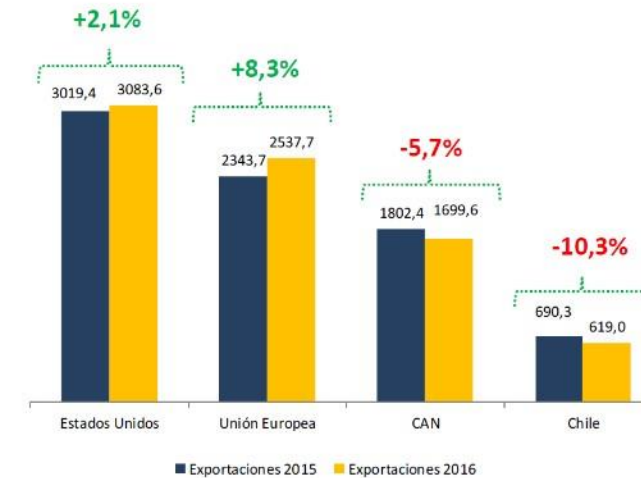
Principales Mercados de Destino
Enero-Diciembre 2016 (Var.% Interanual)



Principales Mercados de Destino de Productos No Tradicionales
(Part.% 2016)



Principales Destinos de Productos No Tradicionales
Enero-Diciembre 2016 (Var.% Interanual)



Dentro del sector no tradicional el Perú cuenta con productos estrella a nivel mundial

Perú-Mundo: Principales Productos No Tradicionales (US\$ Millones)

Ránking 2016	Descripción	2014	2015	2016	Crec.% 2015-2016	Participación.% 2016
	Total	11 726	10 906	10 803	↓ -0,9%	100%
1	Uvas frescas	643	709	659	↓ -6,9%	6,1%
2	Espárragos, frescos	385	421	422	↑ 0,0%	3,9%
3	Paltas frescas o secas	300	306	397	↑ 29,5%	3,7%
4	Fosfatos de calcio	314	347	300	↓ -13,6%	2,8%
5	T-shirts de algodón	363	281	273	↓ -2,7%	2,5%
6	Arándanos rojos	30	97	242	↑ 148,8%	2,2%
7	Zinc en bruto, sin alear	207	184	235	↑ 27,4%	2,2%
8	Alcachofas y otros vegetales	195	214	232	↑ 8,5%	2,1%
9	Cacao en grano, entero o partido	153	192	202	↑ 5,0%	1,9%
10	Guayabas, mangos frescos o secos	139	196	200	↑ 2,1%	1,9%
11	Pota fresca	276	197	193	↓ -1,8%	1,8%
12	Nicovita y otros preparados para animales	148	145	180	↑ 24,0%	1,7%
13	Perlas finas, metales y piedras preciosas	23	126	161	↑ 27,9%	1,5%
14	Alambre de cobre refinado	275	207	157	↓ -24,2%	1,5%
15	Camarones y langostinos congelados	163	145	155	↑ 6,9%	1,4%
16	Bananas cavendish valery y otros plátanos	119	145	153	↑ 5,4%	1,4%
17	Camisas de punto, de algodón	203	158	141	↓ -11,2%	1,3%
18	Mandarinas y otras variedades	111	113	135	↑ 20,0%	1,3%
19	Pota en conserva	229	158	128	↓ -19,1%	1,2%
20	Placas, láminas, hojas y tiras de plástico	180	146	122	↓ -16,9%	1,1%

Fuente: SUNAT

Perú: Principales Productos Estrella a nivel Mundial

Ranking a nivel mundial 2016

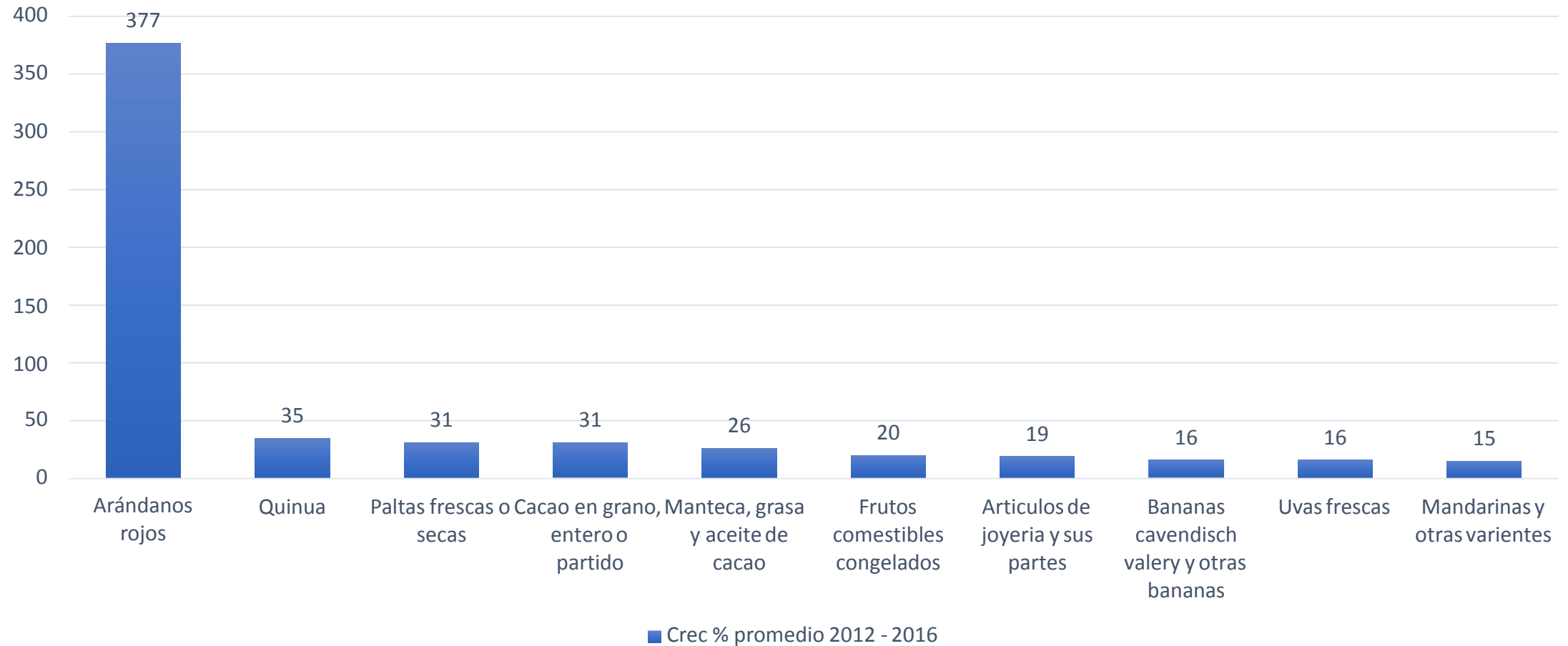


* Mandarinas y Potas se sitúan en la misma posición (7)

Fuente: Trade Map

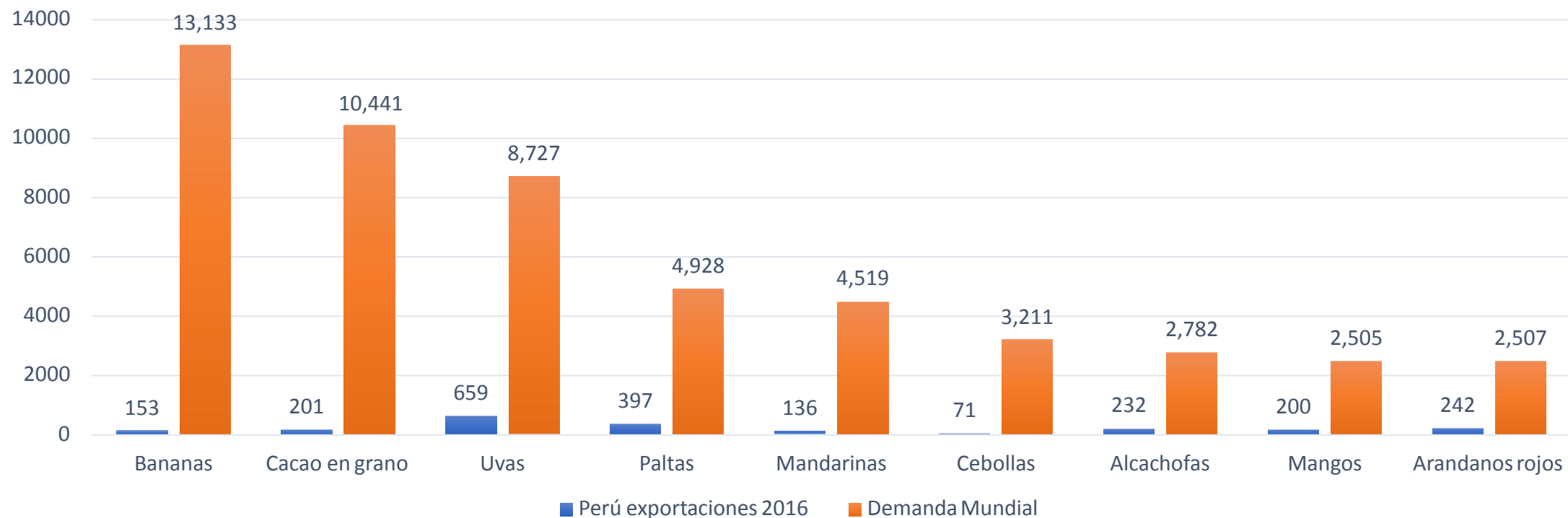
Asimismo, hay productos que han registrado un importante crecimiento en los últimos años

Crecimiento porcentual promedio (Periodo 2012 – 2016)

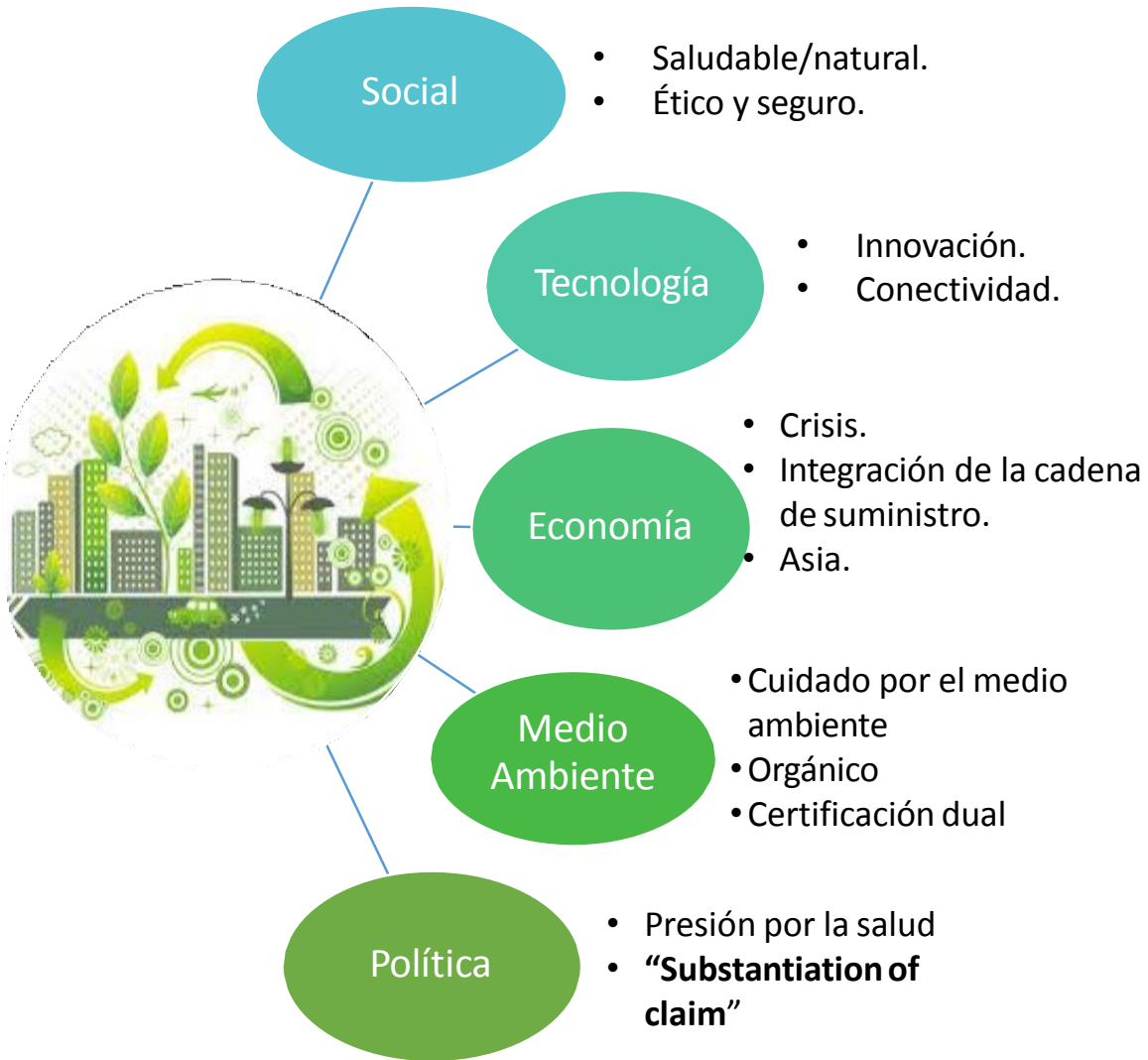


Y existe un importante potencial para expandir la oferta exportable

Productos con potencial exportador (En millones de US\$)



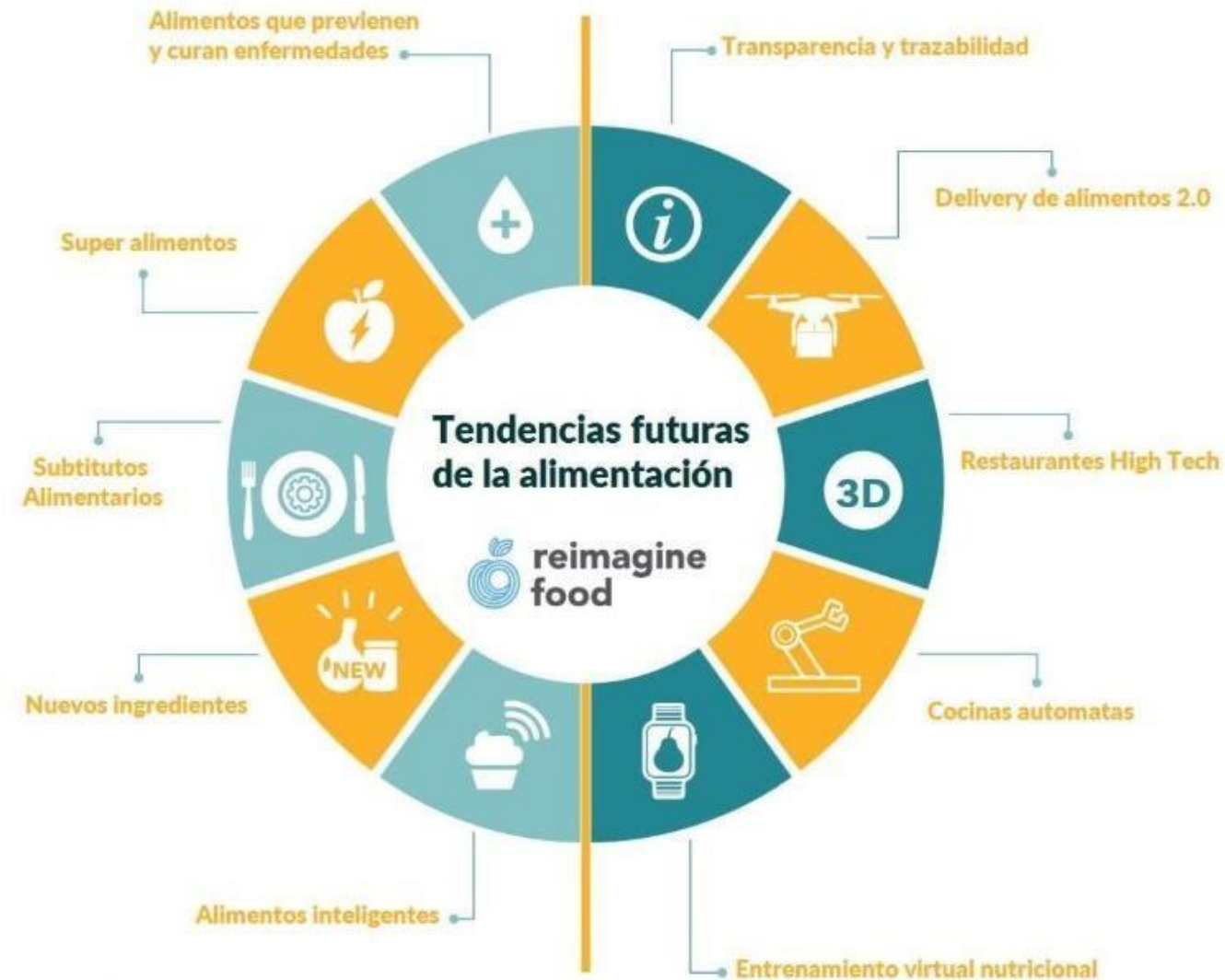
Para lo cual se debe considerar las Megatendencias



Fuente: Unctad

¿QUE COMEREMOS EN EL FUTURO?

¿COMO COMEREMOS EN EL FUTURO?



Traducido por Project A+

Y las tendencias en Biocomercio

Diferentes
proposiciones de valor

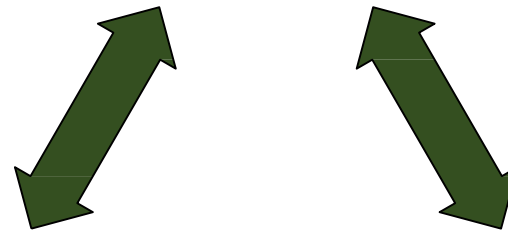
Sostenibilidad

Certificaciones

Marketing Stories

Calidad y trazabilidad

Mayor procesamiento



Nuevos Segmentos de
Mercados

Satisfacer necesidades
de funcionalidad o
actividad

Población en
envejecimiento

Suplementos
deportivos

Productos de limpieza
y cuidado personal

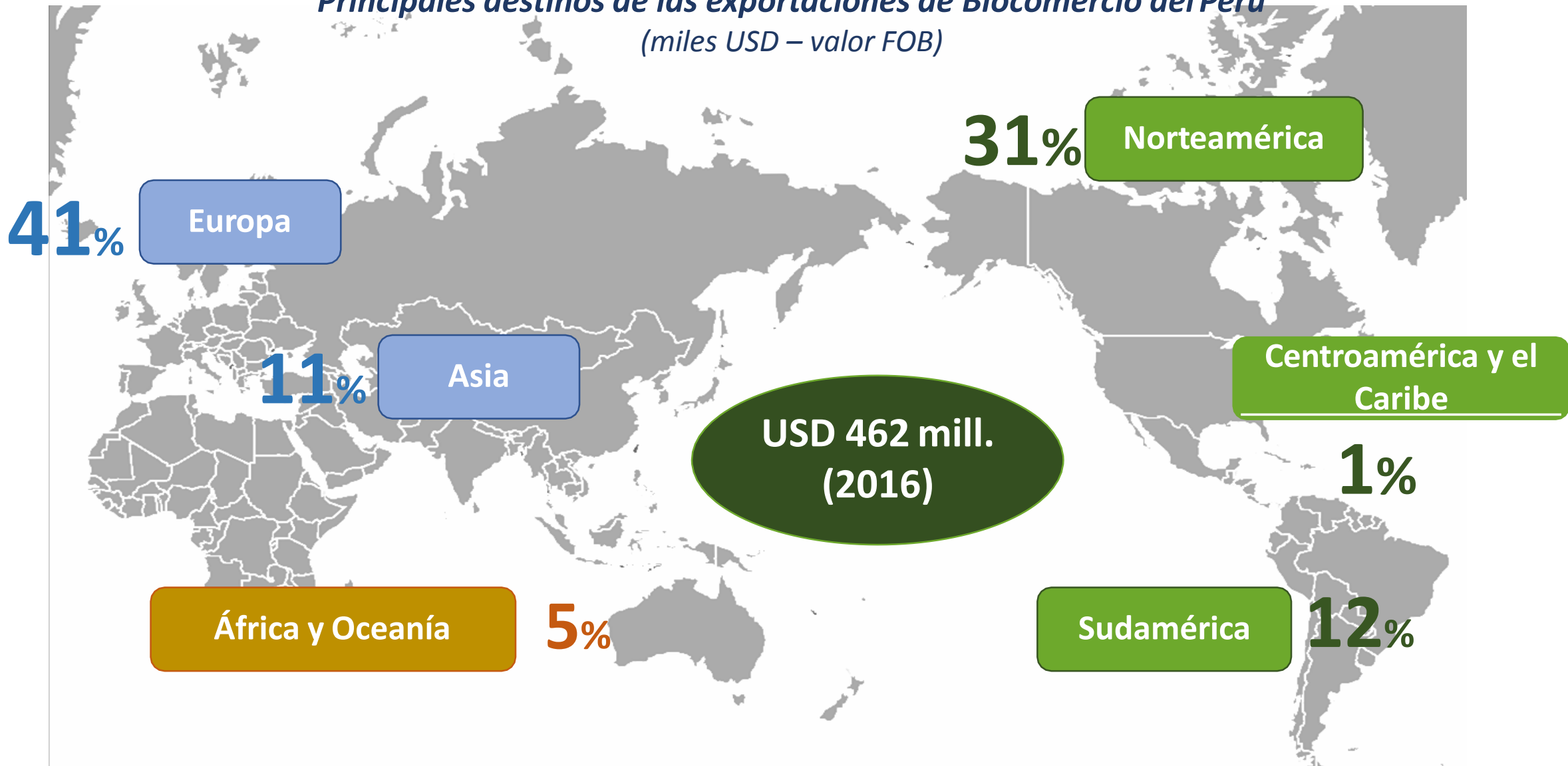
Productos para bebés

Mascotas



Y fortalecer la presencia de nuestros productos a nivel mundial

Principales destinos de las exportaciones de Biocomercio del Perú
(miles USD – valor FOB)



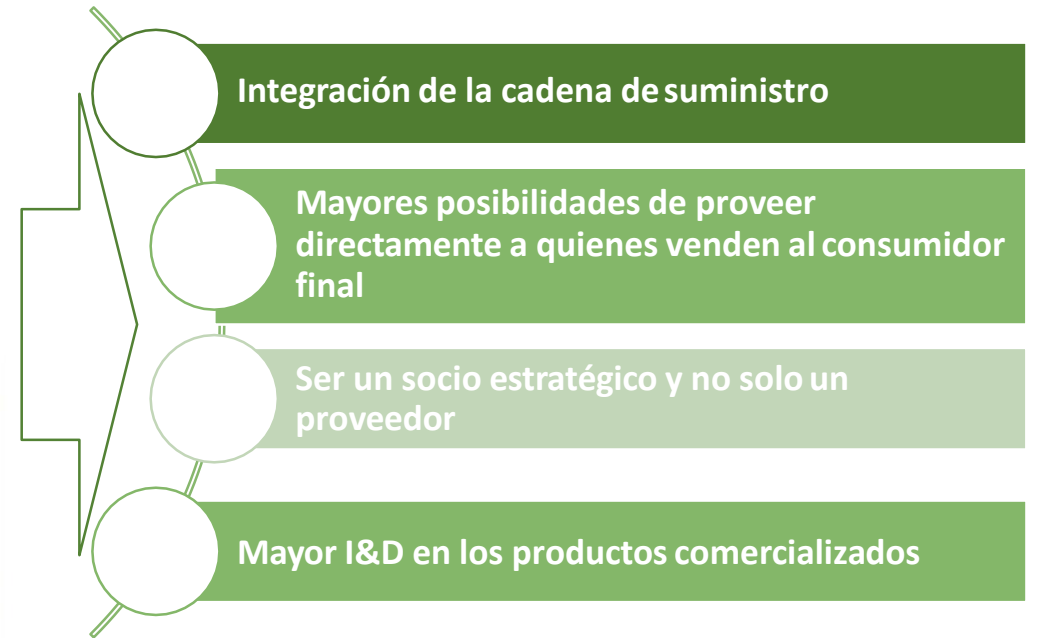
Siendo... competencia o nuevos socios estratégicos?

Nuevas formas de negocio

ONLINE EXCLUSIVES

What Could Amazon's Acquisition of Whole Foods Mean for the Natural Products Industry?

Amazon's purchase of the natural products retailer could shake things up for the health and wellness category.

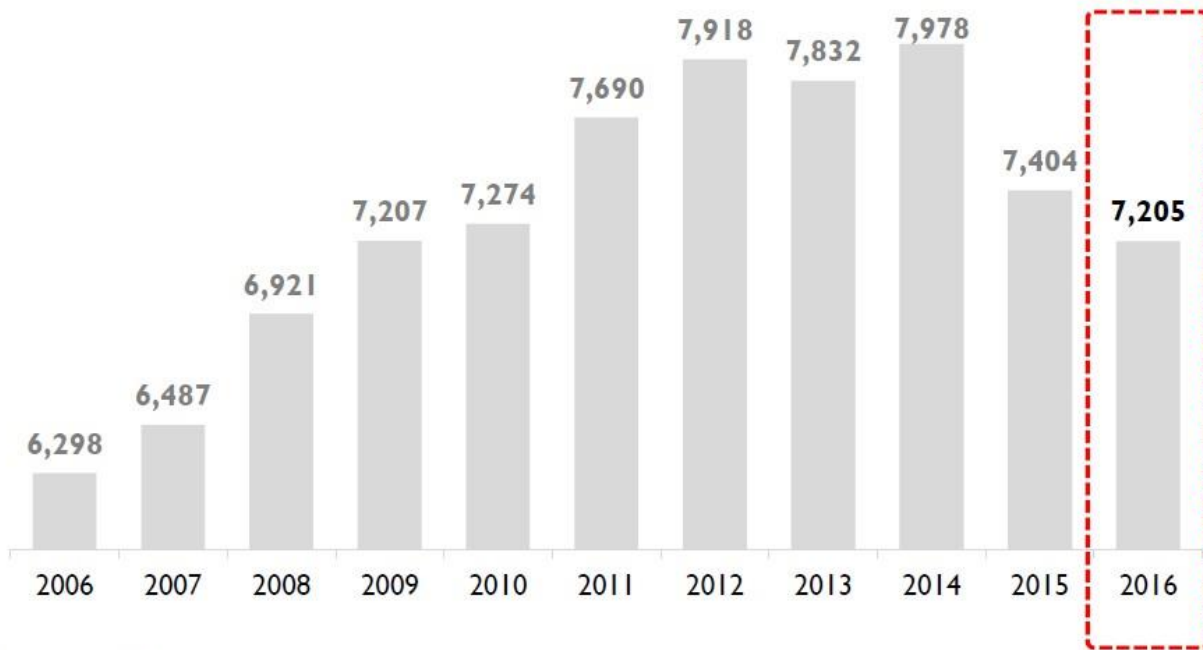


AGENDA

1. Actual contexto del sector exportador
2. Tendencia del comercio exterior peruano
- 3. Potencial de la empresa peruana ante las nuevas tendencias**
4. El apoyo del MINCETUR en la internacionalización de la empresa peruana

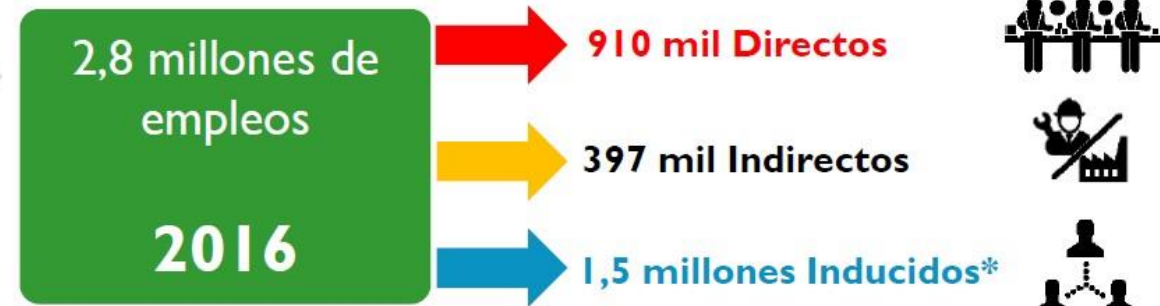
En la última década se ha registrado un importante crecimiento del número de empresas exportadoras peruanas

Perú: Evolución de Empresas Exportadoras XNT



Fuente: SUNAT

Perú: N° de Empleos Generados por las Exportaciones

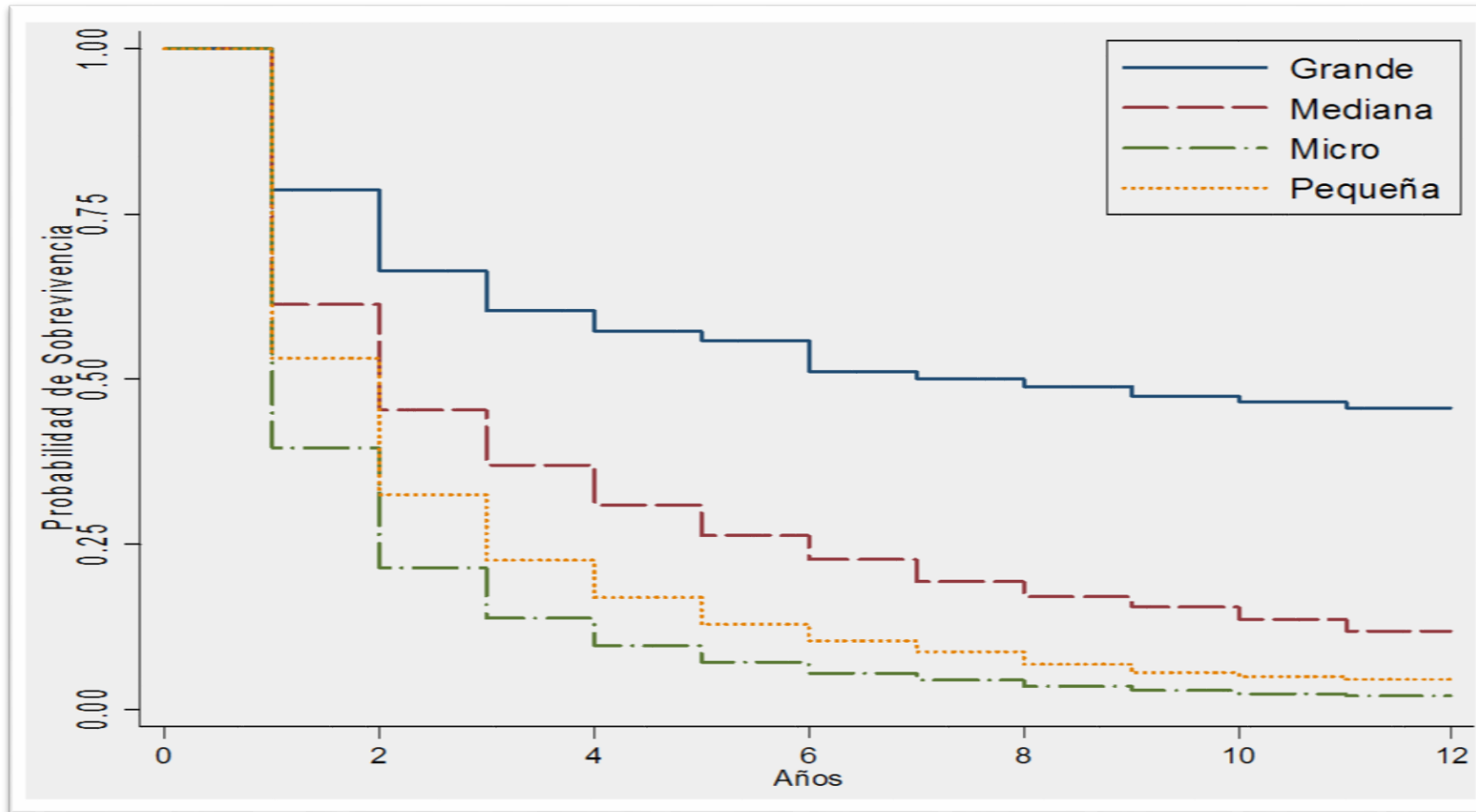


*Los que surgen de las compras de bienes y servicios de los empleados directos e indirectos.

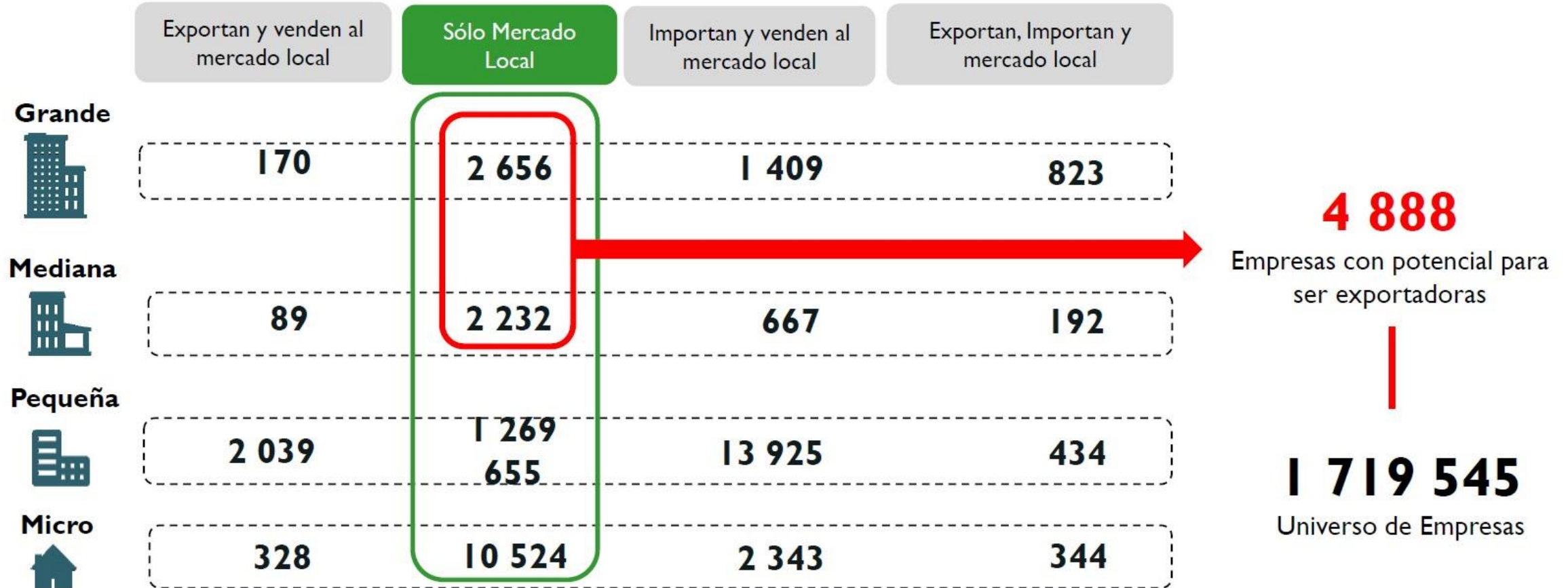
Fuente: MINTRA

Sin embargo existe una alta probabilidad de que solo las empresas con capacidades para internacionalizarse sean las que sobrevivan después de más de 10 años

Estimador Kaplan-Meier: Empresas no tradicionales según valor exportado



Por lo cual es importante identificar empresas con potencial exportador que permitan revertir esta situación



Fuente: SUNAT 2015. Elaboración: MINCETUR

Una importante oportunidad para estas empresas es insertarse al libre comercio a través de las Cadenas Globales de Valor y Reglas de Origen

Capítulo que se incluye por primera vez en un acuerdo comercial y busca promover el desarrollo y fortalecimiento de la cadena de suministro para integrar la producción, facilitar el comercio y reducir los costos de hacer negocios dentro del área de libre comercio aprovechando la “acumulación de origen”.



AGENDA

1. Actual contexto del sector exportador
2. Tendencia del comercio exterior peruano
3. Potencial de la empresa peruana ante las nuevas tendencias
4. **El apoyo del MINCETUR en la internacionalización de la empresa peruana**

PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL EXPORTADOR 2025

Consolidar al Perú como un país exportador de una oferta de bienes y servicios con valor agregado, competitiva y diversificada, en los mercados internacionales

PILAR 1

internacionalización de la empresa y diversificación de mercados

PILAR 2

Desarrollo de oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible

PILAR 3

Facilitación de comercio y eficiencia de la cadena logística internacional

Pilar 4

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

15 Líneas de Acción

94 Programas
















Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados

Aprovechando la Red de Acuerdos Comerciales del Perú




Vigentes

 WTO OMC	 Canadá	 Unión Europea
 Comunidad Andina	 China	 Venezuela
 MERCOSUR	 EFTA	 Singapur
 Cuba	 Corea del Sur	 Costa Rica
 México	 Chile	 Tailandia
 Estados Unidos	 Japón	 Alianza del Pacífico
 Panamá	 Honduras	



Firmados

 Brasil	 TPP	
 Guatemala	 Australia	
 Alianza del Pacífico	 Chile	 México
	 Canadá	 Nueva Zelanda
	 Brunei	 Malasia
	 Estados Unidos	 Singapur
	 Japón	 Vietnam

En Negociación

 Turquía
 Tailandia
 El Salvador
 TISA
 PROGRAMA DE DOHA PARA EL DESARROLLO

Factibilidad

 India
 Indonesia

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

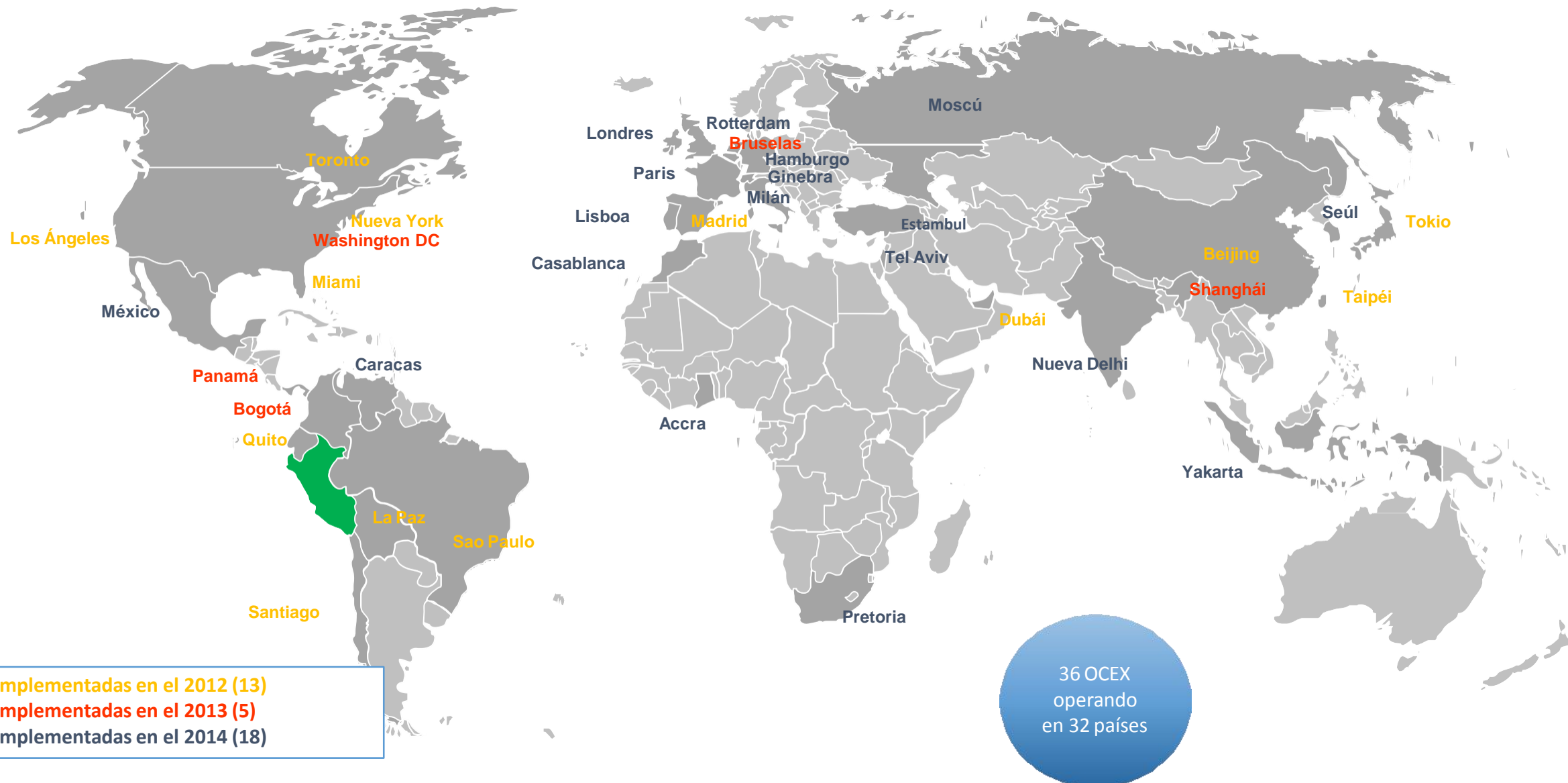


PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior



Planes de Desarrollo de Mercados

Perfiles de bienes y servicios y oportunidades comerciales

146 perfiles (51 publicados, 35 en proceso de publicación y 60 por finalizar). 142 oportunidades comerciales

Norte América
36 perfiles y 51 oportunidades comerciales

<ul style="list-style-type: none"> 16: agro 8: manufacturas 5 pesca 5: textil 2: servicios 	Oportunidades Comerciales: <ul style="list-style-type: none"> 37: alimentos y bebidas 9: manufacturas 3: servicios 2: textil
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Centro América
9 Perfiles y 11 oportunidades comerciales

<ul style="list-style-type: none"> 4: agro 2: textil 2: pesca 1: servicios 	Oportunidades Comerciales: <ul style="list-style-type: none"> 5: alimentos y bebidas 4: manufacturas 2: servicios
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Europa
39 perfiles y 20 oportunidades comerciales

<ul style="list-style-type: none"> 20: agro 6: textil 6: pesca 4: manufacturas 3: servicios 	Oportunidades Comerciales: <ul style="list-style-type: none"> 17: alimentos y bebidas 3: textil
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

América del Sur
39 perfiles y 40 oportunidades comerciales

<ul style="list-style-type: none"> 11: textil 9: agro 3: pesca 8: manufacturas 8: servicios 	Oportunidades Comerciales: <ul style="list-style-type: none"> 12: alimentos y bebidas 6: textil 16: manufacturas 6: servicios
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Asia
23 perfiles y 20 oportunidades comerciales

<ul style="list-style-type: none"> 11: agro 4: manufacturas 3: pesca 3: textil 2: servicios 	Oportunidades Comerciales: <ul style="list-style-type: none"> 18: alimentos y bebidas 2: textil
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Concluidos y publicados	En elaboración 2017	
<ul style="list-style-type: none"> Alemania México Panamá Japón Colombia España Canadá Brasil 	<ul style="list-style-type: none"> Estados Unidos Ecuador Chile Bolivia Corea del Sur Holanda Francia Italia Bélgica Australia Argentina Hong Kong 	<ul style="list-style-type: none"> China Rusia Vietnam Sudáfrica Singapur Tailandia República Dominicana
<ul style="list-style-type: none"> Reino Unido Portugal Turquía 		



Diversificación de mercados y fortalecimiento de la apertura comercial

- Cartillas de Productos**

Documentos que contienen información de requisitos sanitarios, fitosanitarios, licencias de importación, documentación requerida, tratamiento arancelario y logística-transporte. A la fecha se cuenta con veinte (20) Cartillas de Productos potenciales para los países de Brasil, Panamá, Costa Rica, Nicaragua y México

Mercado	Productos
Brasil	✓ Papa fresca ✓ Tomate ✓ Zanahoria
Panamá	✓ Pisco ✓ Salsas peruanas ✓ Aceite de sacha inchi ✓ Aceite botija
Costa Rica	✓ Aceite de sacha inchi ✓ Pisco ✓ Salsas peruanas
Nicaragua	✓ Quinoa ✓ Pisco ✓ Salsas peruanas
México	✓ Arándano ✓ Orquídea ✓ Pisco ✓ Quinoa

- Guías de Compras Públicas**

Con el objetivo de informar e incentivar al sector empresarial exportador el correcto uso de los mecanismos de contratación pública internacional para el desarrollo comercial y económico, siguiendo los objetivos estratégicos contemplados en el PENX 2025. A la fecha se han elaborado cinco (05) Guías de Compras Públicas para los países de México, Chile, Colombia, Panamá y Estados Unidos

**Desarrollo de oferta exportable diversificada,
competitiva y sostenible**

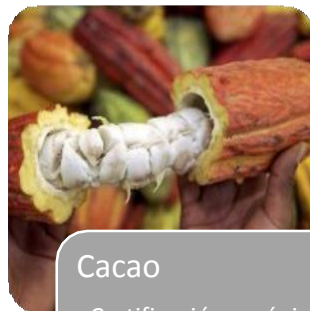
Gestión de la calidad y estándares internacionales

Se viene impulsando el aseguramiento de la calidad para el cumplimiento de estándares internacionales, a través de certificaciones y buenas prácticas de gestión sostenible para negocios de exportación. A la fecha se cuenta con los siguientes resultados:



Maca

- Certificación orgánica de 9 Asociaciones de Junín y Pasco
- 480 ha certificadas
- Valor aproximado de S/. 2.1 millones de soles



Cacao

- Certificación orgánica y UTZ de 430 productores de 4 organizaciones
- 892 ha de cacao certificadas
- Valor aproximado de S/. 4.9 millones de soles.



Café

- Certificación Rainforest Alliance y orgánica de 550 productores de 5 organizaciones
- 1,421 ha certificadas
- Valor aproximado de S/. 4.5 millones de soles.



Banano orgánico

- Certificación orgánica de 28 productores beneficiados
- 128 ha certificadas
- Valor aproximado de S/. 968 mil soles



Ajonjolí

- Certificación orgánica de 40 productores.
- 69 ha certificadas
- Valor aproximado de S/. 240 mil



- 2017: Se continuará con la obtención de certificaciones de sellos verdes (ecológica y social) de jengibre, cúrcuma, granadilla, palta, cacao, quinua, frutales en las regiones de Junín, Pasco, Ayacucho, Ica, Cusco, Apurímac, Cajamarca, Ancash, Lambayeque, La Libertad, Lima Regiones.

Gestión de la diferenciación de la oferta exportable

Se viene desarrollando elementos diferenciadores de la oferta exportable de la biodiversidad nativa, a través de signos distintivos (marcas colectivas, marcas, denominación de origen, entre otros), lo que permitirá diferenciar las características del producto, como origen geográfico, calidad, entre otros.

AYNOK'A

QUINUA ANCESTRAL DEL ALTIPLANO

Marca colectiva de la quinua orgánica

- Beneficia a más de 800 productores de 07 organizaciones

QUINUA BLANCA

{PUNO~PERU}

Marca de la piña Golden de Satipo, Junín

- Beneficia a más de 80 productores del distrito de Pangoa



Marcas colectivas para el cacao blanco de Piura y cacao chuncho de Cusco

- Benefician a más de 900 productores de 07 organizaciones



Diversificación y Descentralización de la Oferta Exportable

- **Plan Regional de Exportación – PERX:** en el marco de la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2025) se elaboró el PERX **La Libertad** como proyecto piloto con el apoyo del Banco Mundial. Actualmente se ha iniciado el proceso de actualización de los PERX en las siguientes regiones:

• 09 PERX actualizados

- Entregados: La Libertad, Lambayeque, Ayacucho, Moquegua, Huánuco, San Martín, Arequipa.
- Por entregarse: Piura, y Madre de Dios.
- En proceso de actualización: Ica, Tacna, Loreto, Cajamarca, Amazonas, Huancavelica.

2017

2018

- Se actualizará: Ancash, Apurímac, Cusco, Junín, Pasco, Puno, Ucayali, Tumbes, Lima y Callao.



El PERX Arequipa plantea cerrar las brechas de competitividad exportadora en base a acciones específicas en cada una de las cadenas identificadas



3 brechas de competitividad exportadora detectadas

- Fortalecimiento de los procesos e infraestructura productiva exportadora.
- Articulación entre actores.
- Desarrollo de capacidades y acceso a información existente sobre mercados.

4 cadenas identificadas

- Agrícola, Alimentos y Derivados.
- Servicios.
- Moda.
- Manufactura.

41 acciones específicas propuestas

- Desarrollar capacidades en LMRs, uso de agroquímicos y manejo integral de plagas promoviendo los biocontroladores
- Implementar centro de packing y cadena de frío para productos exportables
- Desarrollar e implementar un Parque Científico Tecnológico
- Implementar un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca
- Implementar 10 programas de transferencia tecnológica para el incremento de la productividad

...que permitan alcanzar resultados tangibles al 2025, entre los cuales se obtengan:

**PERX
Arequipa**

**1 centro de packing
y cadena de frío** para
productos exportables

**1 Parque Científico
Tecnológico**

**1 guía informativa
sobre fuentes de
financiamiento** del estado

**6 programas de
capacitación** en asociatividad

Agrícola, Alimentos
y Derivados

Servicios

Moda

Manufactura

270 productores
capacitados en el uso de
buenas prácticas,
tecnología y en modelos
asociativos

**9 estudios de
cadenas de valor**
para promover las alianzas
público - privadas.

**6 estudios de
mercados
internacionales**
para el rubro de servicios

120 empresas
que participan en el uso
de herramientas de
difusión y promoción de
servicios

**1 plataforma
electrónica** para la
promoción de productos

**1 diagnóstico sobre
oferta y demanda** de
especializaciones técnicas en
moda

250 empresas que
participan en programas de
capacitación en comercio
exterior y TIC's

**10 programas de
transferencia
tecnológica** para el
incremento de la productividad

Facilitación de comercio y eficiencia de la cadena logística internacional

Facilitando la reducción de los costos logísticos y aduaneros

La reducción de los costos evitables en el ámbito privado podrían lograr una reducción de aproximadamente del **30%** del costo total de un contenedor para exportar o importar, generándose **ahorros por S/. 150 millones al año**



1

Incentivo para la utilización del despacho anticipado



2

Agilización del despacho diferido



3

Ampliación del alcance del Embarque Directo de Exportación



4

Extensión de la circunscripción de los agentes de aduanas



5

Mejora de la regulación de los agentes de carga internacional



6

Mejora de la operatividad del servicio courier



7

Fomento del uso del Exporta Fácil

Facilitando la reducción de los costos logísticos y aduaneros

La reducción de los costos evitables en el ámbito privado podrían lograr una reducción de aproximadamente del **30%** del costo total de un contenedor para exportar o importar, generándose **ahorros por US\$ 250 millones al año**



8

Incorporación de criterios subjetivos para la determinación de sanciones



9

Implementación del Observatorio de Comercio Exterior



10

Impulso para la creación de plataformas logísticas



11

Creación del Comité Nacional de Facilitación del Comercio



12

Fortalecimiento de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)

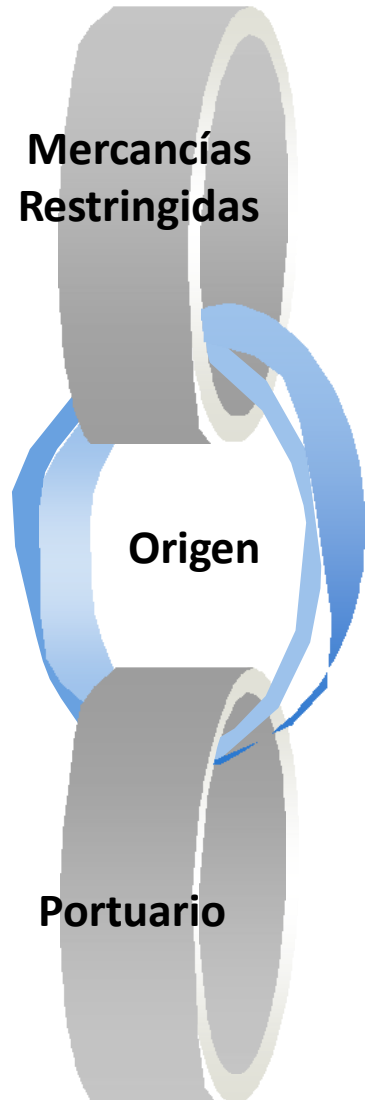


13

Creación de la Dirección de Promoción de Inversiones Productivas en PROMPERU

Ventanilla Única de Comercio Exterior

Resultados a diciembre 2016



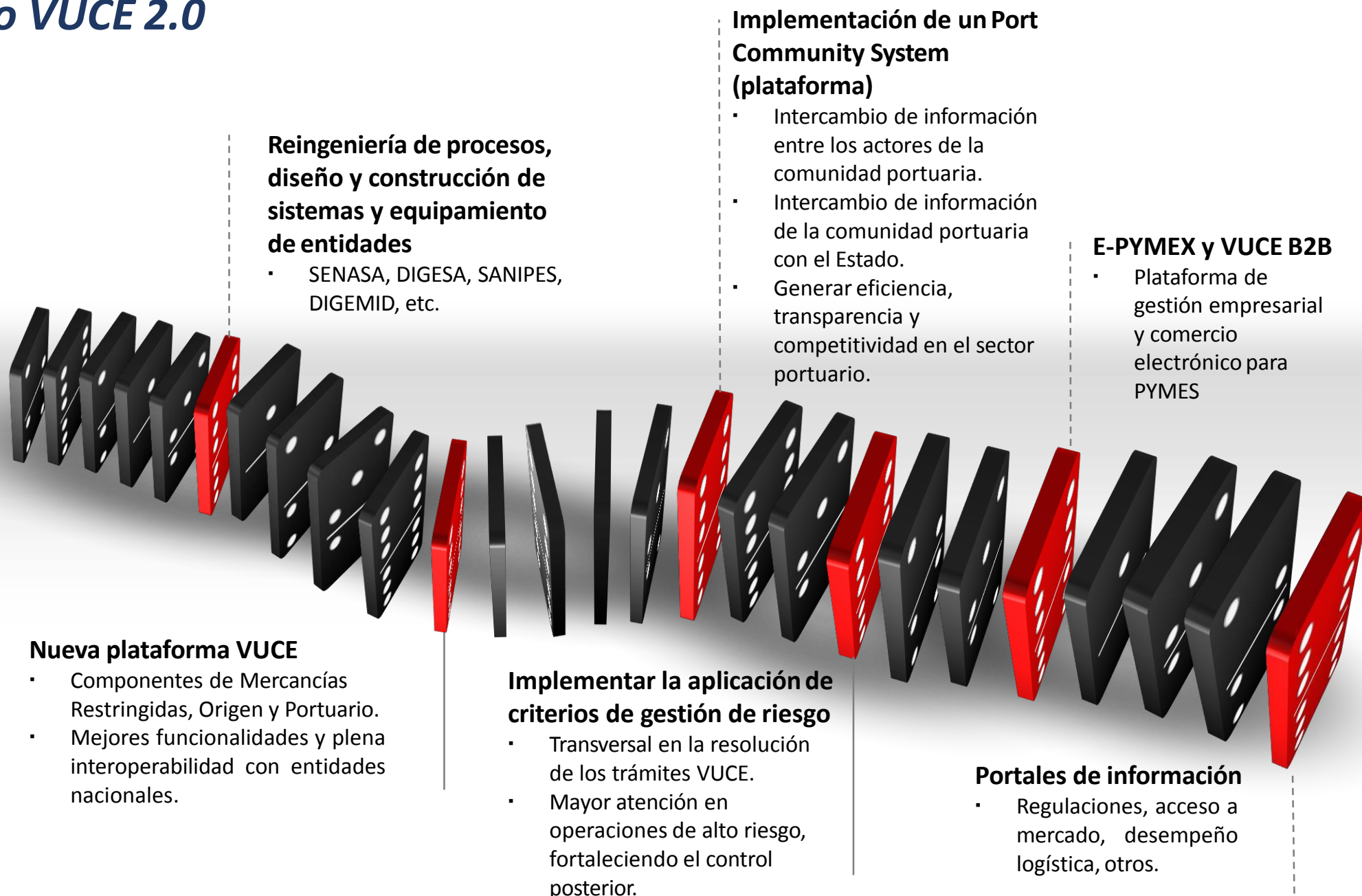
Indicador	Valor
Procedimientos incorporados hasta diciembre 2016	270
Número de Entidades incorporadas	15 entidades
Cantidad de Solicitudes Únicas de Comercio Exterior (SUCEs) 2010 - 2016	979,386
Cantidad de Documentos Resolutivos 2010 – 2016	981,936
Cantidad de usuarios hasta el 2016	37,975
Ahorros generados en millones de soles	195.877 M

Indicador	Valor
Entidades certificadoras	20
Cantidad de declaraciones juradas de Origen hasta el 2016	162,598
Certificados de Origen hasta el 2016	502,927
Cantidad de Administrados acumulados hasta el 2016	7,675

Indicador	Valor
Trámites de Recepción de Naves hasta el 2016	31,157
Trámites de Despacho de Naves hasta el 2016	30,191

Sistema integrado que permite a través de medios electrónicos, gestionar los trámites requeridos por las entidades competentes de acuerdo con la normatividad vigente, o solicitados por dichas partes, para el tránsito, ingreso o salida del territorio nacional de mercancías

Proyecto VUCE 2.0



Mejora del acceso al financiamiento de comercio exterior

Lanzamiento del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI)

- Primer fondo de comercio exterior de S/. 25 millones.
- Beneficiarios: 183 empresas exportadoras de bienes o servicios.
- Primera convocatoria: Junio 2017.

Mejoras al Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM)

- Simplificación de procedimientos para una mayor utilización por parte de las entidades financieras (propuesta en evaluación por COFIDE).

Ampliación del Seguro de Crédito a la Exportación para las PYME (SEPYMEX)

- Cobertura de las operaciones post-embarque a partir de octubre 2017.
- Incremento de la cobertura de 50% a 75% para nuevos beneficiarios.
- Ampliación del Programa hasta 2025.



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

Oficinas Comerciales de Exportación Regional – OCER

- Red Nacional de Apoyo al Desarrollo del Comercio Exterior para el desarrollo del comercio exterior a través de la generación de capacidades y la mejora de la competitividad exportadora de las empresas peruanas, principalmente aquellas con oferta exportable de productos no tradicionales.

Objetivo



- Pequeñas y medianas empresas exportadoras
- Empresas potenciales exportadoras
- Emprendedores
- Alumnos

Beneficiarios



- Proveer información y brindar orientación en materia de comercio exterior.
- Articular los programas de capacitación y asistencia técnica, dirigidos principalmente a las PyMEs.
- Identificar y promover oportunidades de inversión regional.
- Promoción comercial a través de la participación en ferias.

Servicios que brinda



- 03 OCER operando (Villa El Salvador, Tacna y Gamarra)
- Más de 13,200 beneficiarios
- 3 OCER en proyecto: Huánuco, Ucayali y Lima Norte
- 3 en saneamiento: La Libertad, San Martín y Madre de Dios

Resultados



Curso de Negociaciones Comerciales Internacionales



Objetivo: Potenciar los conocimientos de los jóvenes profesionales sobre los procesos de negociación, administración e implementación de los acuerdos comerciales, así como las políticas de desarrollo y facilitación del comercio exterior.

Beneficiarios: Jóvenes de las carreras de derecho, economía, administración y negocios internacionales.

Metodología: Curso gratuito con sesiones teórico-prácticas.

Temática:

- Negociación, administración e implementación de los acuerdos comerciales.
- Gestión por Resultados.
- Derecho Internacional.
- Facilitación del Comercio Internacional.

Resultados:

- IV Ediciones.
- 120 jóvenes egresados.



Premio MINCETUR

Concurso Nacional de Incentivo al Comercio Exterior y Turismo



Objetivo: Promover la investigación en materia de comercio exterior y turismo.

Beneficiarios: Jóvenes estudiantes de colegios, universidades y egresados.

Metodología: Concurso donde participan trabajos de Monografías, Proyectos de negocio y Tesis de Grado.

Resultados:

- 9 Ediciones.
- Más de 1,760 trabajos de investigación entre: Tesis de Grado, Proyecto de Negocio y Monografías Escolares.
- Más de 3,300 jóvenes participantes de las 26 regiones.
- Más de 170 jóvenes ganadores.
- Más de S/. 8 millones en premios entregados.

AGENDA

1. Actual contexto del sector exportador
2. Tendencia del comercio exterior peruano
3. Potencial de la empresa peruana ante las nuevas tendencias
4. El apoyo del MINCETUR en la internacionalización de la empresa peruana



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio
de Comercio Exterior

IX CONGRESO INTERNACIONAL AREQUIPA 2017

TENDENCIAS DEL COMERCIO EXTERIOR

Ing. Eco. Luis Mesias Changa
Director General de Políticas de
Desarrollo de Comercio Exterior
Setiembre 2017