

# Estrategia Comercial



**Mercedes Araoz**  
**Ministra de Comercio Exterior y Turismo**

Octubre 2008



# Existen nuevas tendencias en los mercados

- ✓ **Consumidor** se vuelve cada vez más exigente. Demandan productos con mayores niveles de sofisticación.
- ✓ La **Globalización de la producción**, con surgimiento de nuevos proveedores y reducción de industria en los países desarrollados.
- ✓ **Concentración y especialización** en determinadas regiones del mundo, en particular en Asia.
- ✓ **La conciencia social y medio ambiental** se está volviendo muy fuerte. Los consumidores quieren saber el origen del producto y las condiciones de producción. Se vuelve a lo que es natural y orgánico.



## Existen nuevas tendencias en los mercados

- ✓ La **innovación tecnológica** es fundamental como factor de diferenciación de producto y búsqueda de nuevas oportunidades de mercado.
- ✓ Grandes cambios en los **retailers y distribución**. Se prevé la consolidación de los canales de distribución se mantenga y la distribución especialista y las cadenas descuento se van también a reforzar.
- ✓ Muchos países/mercados mantienen **acceso reservado**, aranceles altos, medidas administrativas complejas, reglas discriminatorias, etc.



# Tenemos que convertir al Perú en un país productor con mayor sofisticación



# Para lo cual contamos con una estrategia de integración al mundo



# Que permita que avancemos más rápidamente al desarrollo

## Desarrollo y Promoción de Comercio

### **Plan Estratégico Nacional Exportador**

- Facilitación de Comercio, Cultura Exportadora, Mercados, Regiones, Sectores, Productos

### **Promoción comercial**

- Ferias internacionales y nacionales, misiones, pruebas de venta, catálogos de oferta exportable, portales electrónicos.



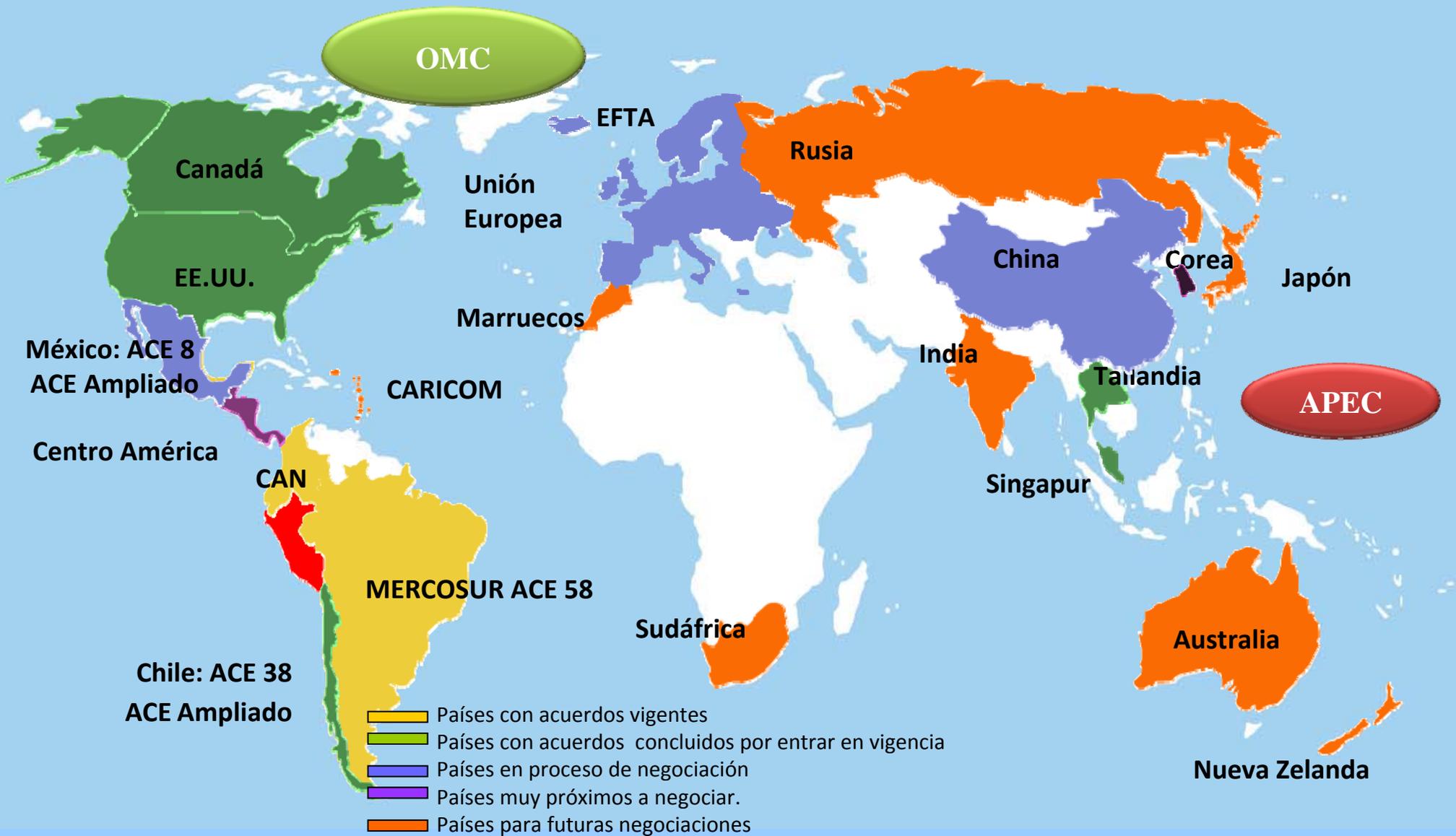
## Negociaciones Comerciales Internacionales

Agenda intensiva de Negociaciones con Economías estratégicas y aliados políticos

## Agenda de Competitividad

- Cadenas Productivas y clúster
- Innovación tecnológica
- Desarrollo de Capital Humano
- Infraestructura
- Instituciones

# Además de una agresiva Agenda Comercial... para la diversificación de mercados



# Plan Estratégico Nacional Exportador: PENX 2003 - 2013

Ventanilla Única,  
Exporta Fácil, Nuevos  
Procedimientos  
Aduaneros, SEPYMEX,  
Concesión de  
Aeropuertos y  
Carreteras y Zonas  
Económicas  
Especiales



11 POMs: México,  
Japón, USA, China,  
Brasil, Malasia,  
Singapur, Tailandia,  
Alemania, Francia y  
España.  
+ **600 Oportunidades  
de XNT**

3 Concursos Nacionales de Tesis de  
Grado, Planes de Negocio y  
Proyectos Escolares

### **Proyecto CEXES**

- Lanzamiento Portal PECEX
- + 2,100 maestros capacitados
- + 10,000 alumnos beneficiados

### 10 Planes Operativos Sectoriales

Agropecuario,  
artesanía, forestal  
maderable, joyería y  
orfebrería, pesca y  
acuicultura, servicios  
y textiles

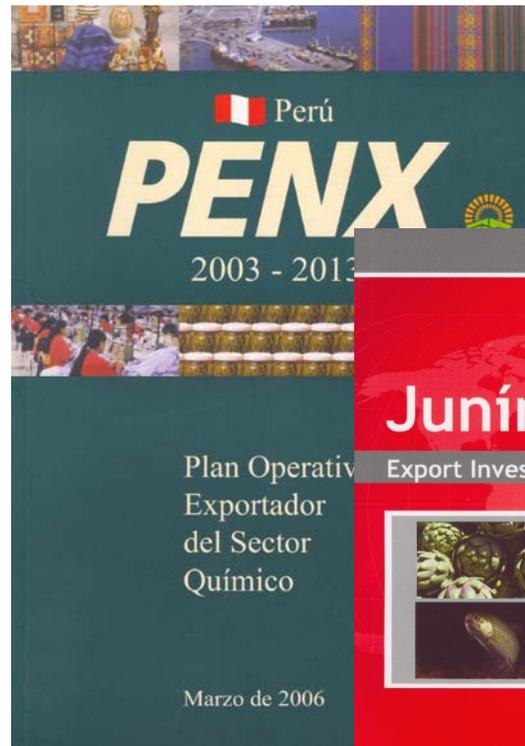
**37 Dircetures**  
**20 CERX - 5 CPE**  
**24 PERX**

Guías de Inversión  
Arequipa y Junin  
Diplomados  
Capacitaciones  
Asistencia Técnica

# Plan Estratégico Nacional Exportador: PENX 2003 – 2013



Desarrollo de  
Oferta  
exportable



MINISTERIO DE COMERCIO  
EXTERIOR Y TURISMO



PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL  
EXPORTACIÓN DE MOQUEGUA

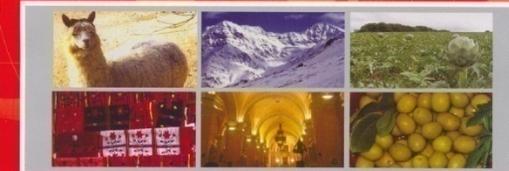
Junín

Export Investment Guide



Arequipa

Export Investment Guide



Perú

# Planes Operativos de Mercado POM's

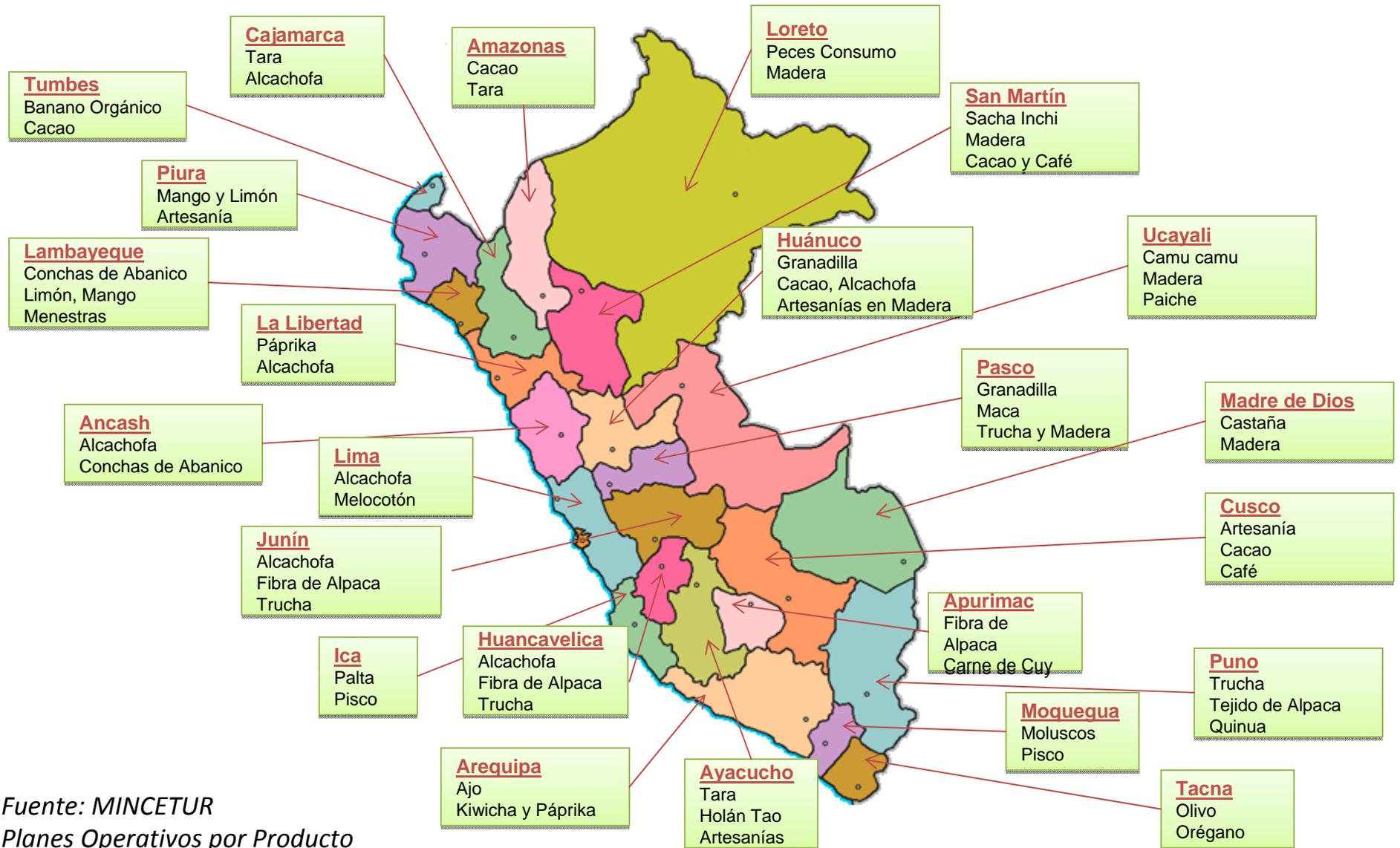


Diversificación  
de mercados



# Planes Operativos por Producto

## POP's

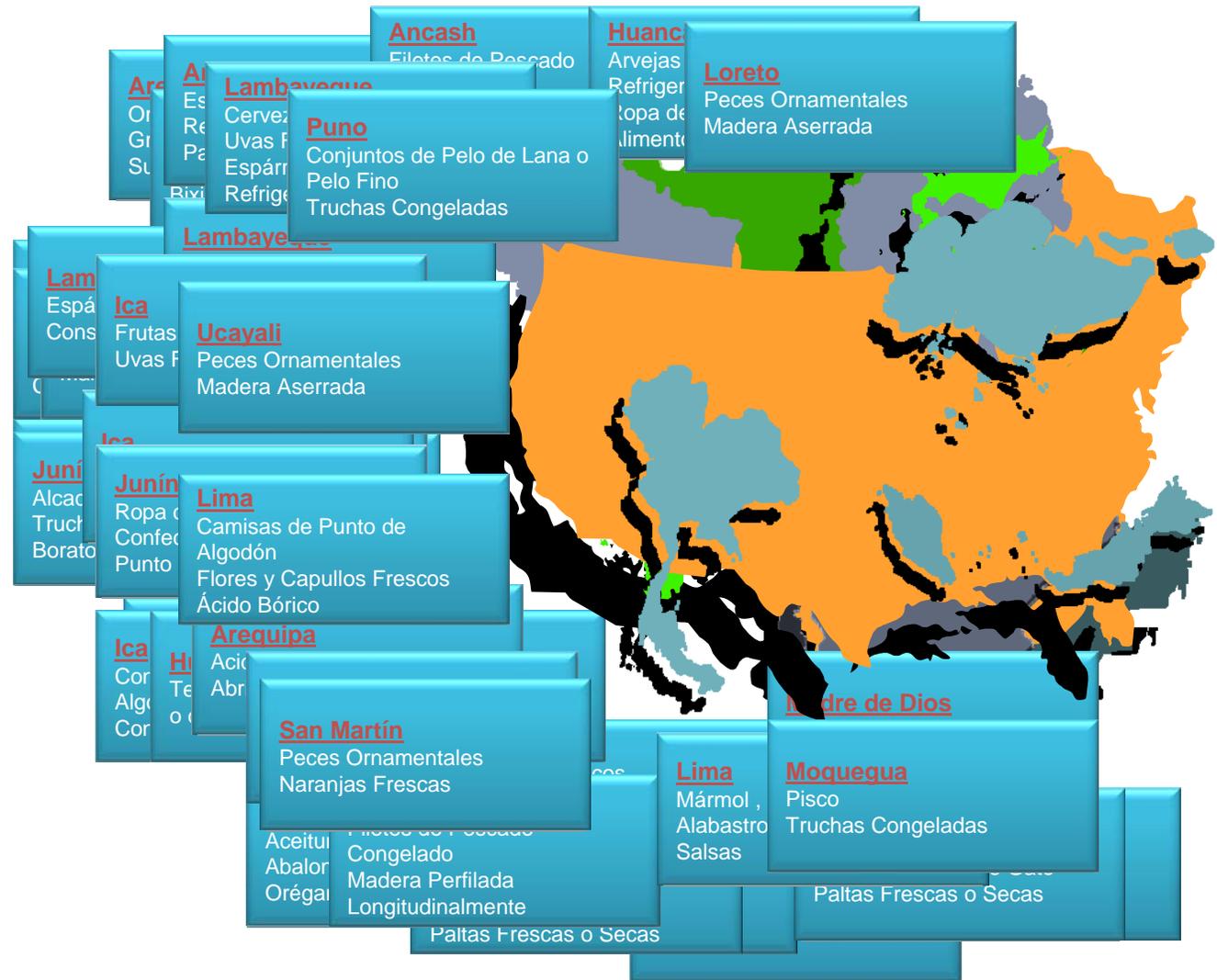


Fuente: MINCETUR  
 Planes Operativos por Producto

# Generando Oportunidades de Exportación para las Regiones



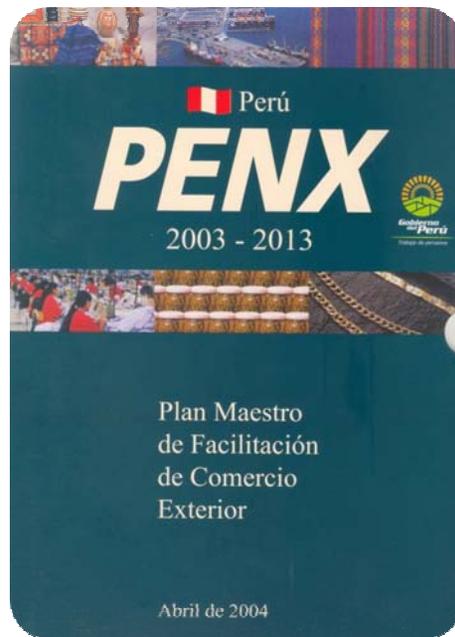
Diversificación de mercados



# Facilitación de Comercio



Facilitación de Comercio



## Ventanilla Única



# Cultura Exportadora



# Estrategia Comercial



**Mercedes Araoz**  
**Ministra de Comercio Exterior y Turismo**

Octubre 2008