

Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040

TERESA MERA GÓMEZ

Ministra de Comercio Exterior y Turismo

CÉSAR LLONA SILVA

Viceministro de Comercio Exterior

MARIELLA AMEMIYA SIU

Directora General de la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior



Visado digitalmente por
AMEMIYA SIU Mariella Kazuko FAU 20504774288 hard
Motivo: Doy visto bueno
Fecha: 2025/12/19 20:43:46-0500

Editado por:

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Calle Uno Oeste 050 - San Isidro

(01) - 5136100

www.gob.pe/mincetur

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

1. BASE NORMATIVA	9
1.1. Normas nacionales.....	9
1.2. Normas internacionales	12
2. CONTEXTO ACTUAL DEL COMERCIO EXTERIOR	14
3. DIAGNÓSTICO.....	21
3.1. Enunciado y delimitación del problema público.....	21
3.2. Modelo del problema público.....	37
3.2.1. Causa directa 1: Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales	39
3.2.2. Causa directa 2: Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior	64
3.2.3. Causa directa 3: Limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior	89
3.2.4. Causa directa 4: Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales para su participación en el comercio exterior	116
3.2.5. Causa directa 5: Insuficientes capacidades de los actores del comercio exterior	126
3.3. Situación futura deseada.....	136
3.4. Aspiraciones de la Población.....	142
3.5. Alternativas de solución.....	144
4. OBJETIVOS PRIORITARIOS, LINEAMIENTOS Y SERVICIO CON ACTIVIDADES, INDICADORES Y LOGROS ESPERADOS	156
4.1. Objetivos prioritarios	156
4.2. Lineamientos	164
4.3. Servicios con indicadores y logros esperados.....	181
4.3.1. Fichas de servicios y estándares de cumplimiento.....	193
4.4. Actividades operativas.....	254
5. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	254
5.1. Seguimiento.....	254
5.2. Evaluación	255
6. GLOSARIO Y ACRÓNIMOS	256
6.1. Glosario.....	256
6.2. Acrónimos.....	259
7. ANEXOS	262
7.1. Metodología para la formulación de la Política	262

7.2.	Análisis de escenarios	265
7.2.1.	Análisis de tendencias	265
7.2.2.	Análisis de riesgos y oportunidades	283
7.2.3.	Formulación de escenarios.....	293
7.3.	Matriz de alineamiento.....	300
7.4.	Matriz de consistencia	334
7.5.	Fichas técnicas de indicadores de objetivos y servicios	351
7.5.1.	Fichas técnicas de los objetivos prioritarios.....	351
7.5.2.	Fichas técnicas de los indicadores de calidad y cobertura.....	367
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	570
9.	RESUMEN EJECUTIVO	580

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. <i>Perú: Exportaciones 2000 - 2024</i>	14
Ilustración 2. <i>Perú: Importaciones 2000 - 2024</i>	15
Ilustración 3. <i>Perú Exportación de Bienes Por Sector Económico</i>	15
Ilustración 4. <i>Perú Exportación de Productos Mineros</i>	16
Ilustración 5. <i>Perú Exportación de Productos Agropecuarios</i>	17
Ilustración 6. <i>Perú Comercio Exterior por Mercados y Empresas</i>	18
Ilustración 7. <i>Perú Comercio Exterior de Bienes por Continente</i>	18
Ilustración 8. <i>Perú Exportaciones de Servicios</i>	19
Ilustración 9. <i>Perú Exportaciones de Servicios por Rubros</i>	19
Ilustración 10. <i>Perú Balanza Comercial de Bienes y Servicios</i>	20
Ilustración 11. <i>Perú Enterprise Survey 2023: Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras</i>	26
Ilustración 12. <i>Perú Exportaciones 2024, Absolutas y Relativas</i>	28
Ilustración 13. <i>Exportaciones no tradicionales (US\$ Millones) e Índice de Competitividad Regional - Pilar de Economía, 2024</i>	29
Ilustración 14. <i>Perú PBI, inflación y desempleo, 2021 – 2023</i>	30
Ilustración 15. <i>Evolución de las Exportaciones de Bienes 2019 – 2024 (US\$ Millones FOB)</i>	31
Ilustración 16. <i>Modelo Conceptual del Desarrollo del Comercio Exterior</i>	35
Ilustración 17. <i>Árbol de Problemas</i>	38
Ilustración 18. <i>Perú Red de acuerdos comerciales internacionales</i>	39
Ilustración 19. <i>Exportaciones Potenciales sin explotar del Perú, por Sectores (Top 15)</i> ..	40
Ilustración 20. <i>Exportaciones Potenciales sin explotar del Perú, por países (Top 15)</i>	40
Ilustración 21. <i>Número de notificaciones MSF y OTC por año</i>	44
Ilustración 22. <i>Número de PCE en el ámbito MSF y OTC por año</i>	45
Ilustración 23. <i>Preocupaciones Comerciales Específicas MSF que responde Perú</i>	47
Ilustración 24. <i>Preocupaciones Comerciales Específicas OTC que responde Perú</i>	48
Ilustración 25. <i>América del Sur: IED según país destino (2003 - 2024, USD miles de millones)</i>	52
Ilustración 26. <i>Perú: Flujo de IED según sectores (2003 - 2024)</i>	52
Ilustración 27. <i>Perú: Flujo de IED por años (2003 - 2024)</i>	53
Ilustración 28. <i>Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEx)</i>	57
Ilustración 29. <i>Evolución de la participación empresarial en acciones de promoción comercial</i>	58
Ilustración 30. <i>Oportunidades de negocios de las empresas participantes en acciones de promoción comercial de PROMPERU</i>	60
Ilustración 31. <i>Ranking del Índice de Facilitación Comercial en el 2016</i>	66
Ilustración 32. <i>Estado de las vías peruanas por kilometro</i>	67
Ilustración 33. <i>Porcentaje de la red vial total asfaltada por región, 2023</i>	67
Ilustración 34. <i>Concentración de la carga movilizada por los terminales portuarios y fluviales</i>	68
Ilustración 35. <i>Índice de Calidad de la Infraestructura Portuaria</i>	69
Ilustración 36. <i>Índice de Competitividad Regional del Perú 2023 – Componente de Infraestructura</i>	70
Ilustración 37. <i>Ranking del LPI del Perú</i>	71
Ilustración 38. <i>Índice del LPI e Infraestructura</i>	71
Ilustración 39. <i>Índice del LPI y Aduanas</i>	74

Ilustración 40. <i>Tiempos de transporte por tamaño de empresa en horas</i>	77
Ilustración 41. <i>Promedio de días de despacho de importaciones y exportaciones en aduana</i>	79
Ilustración 42. <i>Incautación de cocaína dentro de la cadena logística de comercio exterior</i>	80
Ilustración 43. <i>Cantidad de vehículos de transporte de carga con contenedores robados en el área jurídica del Callao</i>	81
Ilustración 44. <i>Principales limitaciones del entorno empresarial (porcentaje de empresas)</i>	81
Ilustración 45. <i>Distribución porcentual de los costos logísticos del café</i>	82
Ilustración 46. <i>Intercomunicación entre la comunidad portuaria sin un sistema interoperable</i>	87
Ilustración 47. <i>Flujo de información antes y después de la implementación de Portbase</i>	88
Ilustración 48. <i>Dependencia mundial en materias primas: dependencia en materias primas como proporción de exportación de mercancías, 2019-2021 (porcentaje)</i>	89
Ilustración 49. <i>Dependencia en materias primas por región, 2019-2021 (porcentaje)</i>	90
Ilustración 50. <i>Dependencia en exportación de materias primas en los países de la Alianza del Pacífico (porcentaje)</i>	90
Ilustración 51. <i>Agroexportaciones totales, 2000- 2024</i>	93
Ilustración 52. <i>Perú: Número de Agroexportadoras 2000-2024</i>	93
Ilustración 53. <i>Perú Exportación por sectores, 2023</i>	94
Ilustración 54. <i>Diversificación de productos por región, 2024</i>	95
Ilustración 55. <i>Exportaciones tradicionales y no tradicionales por región, 2024</i>	96
Ilustración 56. <i>Índice de Complejidad Económica de Perú</i>	97
Ilustración 57. <i>Perú Canasta exportadora, 2021</i>	97
Ilustración 58. <i>Perú Complejidad de las exportaciones, 2021</i>	98
Ilustración 59. <i>Número de empresas según nivel tecnológico, 2013-2023</i>	99
Ilustración 60. <i>Créditos de Comercio Exterior Banca Múltiple (S/ millones)</i>	103
Ilustración 61. <i>Productos que las empresas utilizan para financiar sus exportaciones</i> ..	104
Ilustración 62. <i>Preocupación de consumidores por la sostenibilidad ambiental</i>	111
Ilustración 63. <i>Programas de Comercio Sostenible de PROMPERÚ y su impacto en los ODS</i>	114
Ilustración 64. <i>Distribución de usuarios del sistema ZEE, 2024</i>	117
Ilustración 65. <i>Distribución de empresas por sector en las ZEE, 2024</i>	124
Ilustración 66. <i>Sectores de exportación en las ZEE, 2024</i>	126
Ilustración 67. <i>Perú participación del comercio exterior de bienes y servicios en el comercio mundial (Part. %)</i>	141
Ilustración 68. <i>Participación en el comercio mundial y comparación poblacional de países seleccionados</i>	141
Ilustración 69. <i>Perú participación del comercio exterior de bienes y servicios en el comercio mundial (Part. %): Indicador Proyectado, Deseado/ Factible y Aspiracional</i>	142
Ilustración 70. <i>Modelo Conceptual de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior</i>	581
Ilustración 71. <i>Modelo del Problema Público</i>	582

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Perú Enterprise Survey 2023: Indicadores de comercio</i>	26
Tabla 2. <i>Exportaciones de bienes</i>	27
Tabla 3. <i>Relación de Acuerdos Comerciales a julio 2025</i>	60
Tabla 4. <i>Indicador de pedido perfecto</i>	76
Tabla 5. <i>Estimación del contrabando en el Perú (US\$ millones)</i>	83
Tabla 6. <i>Perú: Exportación de Servicios por Rubros (US\$ Millones)</i>	91
Tabla 7. <i>Perú Principales indicadores regionales 2024 según tamaño exportador</i>	96
Tabla 8. <i>Número de empresas según nivel tecnológico, 2013-2023</i>	100
Tabla 9. <i>PROMPERÚ: Evaluación de gestión de la sostenibilidad en empresas</i>	112
Tabla 10. <i>Promperú: Programas de Sostenibilidad Empresarial Exportadora, regiones y beneficiarios</i>	114
Tabla 11. <i>Impacto de las ZEE en economías de la región, 2022</i>	118
Tabla 12. <i>Comparativo de incentivos tributarios en las Zonas Económicas Especiales de Iberoamérica</i>	119
Tabla 13. <i>Satisfacción sobre los beneficios tributarios</i>	120
Tabla 14. <i>Satisfacción sobre los beneficios aduaneros</i>	120
Tabla 15. <i>Incentivos adicionales</i>	121
Tabla 16. <i>Impacto del empleo generado en ZEE en las regiones, 2023 (Miles de personas)</i>	126
Tabla 17. <i>Nivel de implementación de gestión de las empresas según resultados del Test Exportador</i>	130
Tabla 18. <i>Índice de Competitividad Regional del Perú - ICRP 2023</i>	131
Tabla 19. <i>Matriz para la identificación de alternativas de solución</i>	144
Tabla 20. <i>Matriz de criterios de evaluación</i>	148
Tabla 21. <i>Matriz de análisis de las alternativas de solución identificadas</i>	150
Tabla 22. <i>Alternativas de Solución</i>	154
Tabla 23. <i>Objetivos prioritarios de la PNMCE</i>	156
Tabla 24. <i>Objetivos prioritarios de la PNMCE, responsables e indicadores</i>	157
Tabla 25. <i>Matriz de objetivos prioritarios, lineamientos</i>	165
Tabla 26. <i>Matriz de Servicios de la PNMCE</i>	182
Tabla 27. <i>Listado de tendencias seleccionadas</i>	266
Tabla 28. <i>Matriz de impactos de las tendencias relacionadas al problema público</i>	272
Tabla 29. <i>Listado de riesgos seleccionadas</i>	283
Tabla 30. <i>Listado de oportunidades seleccionadas</i>	283
Tabla 31. <i>Matriz de impactos de riesgos y oportunidades relacionadas al problema público</i>	288
Tabla 32. <i>Matriz de análisis de impacto del escenario del problema público</i>	295
Tabla 33. <i>Matriz de alineamiento a nivel vertical</i>	300
Tabla 34. <i>Matriz de alineamiento a nivel horizontal</i>	313
Tabla 35. <i>Matriz de consistencia</i>	334
Tabla 36. <i>Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 1</i>	540
Tabla 37. <i>Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 2</i>	547
Tabla 38. <i>Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 3</i>	554
Tabla 39. <i>Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 4</i>	561
Tabla 40. <i>Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 5</i>	564

INTRODUCCIÓN

El comercio exterior ha sido un factor clave en el crecimiento económico del Perú, permitiendo su inserción en los mercados internacionales y consolidando su papel como un proveedor global de recursos naturales y productos agrícolas de alto valor. A lo largo de los años, el país ha implementado una agresiva política de apertura comercial, con 23 acuerdos comerciales que brindan acceso preferencial a 58 economías, incluyendo mercados estratégicos como Estados Unidos, China y la Unión Europea. En 2024, las exportaciones peruanas alcanzaron un récord de USD 74,431 millones, impulsadas principalmente por el sector minero y agroindustrial.

Este desarrollo tuvo como base inicial el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2003-2013), donde se estableció como visión “Perú, país exportador de una oferta de bienes y servicios competitiva, diversificada y con valor agregado”, planteando cuatro objetivos estratégicos: (i) desarrollo de oferta exportable; (ii) desarrollo de mercados; (iii) facilitación de comercio; y (iv) desarrollo de una cultura exportadora; y su posterior actualización al PENX 2025, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 377-2015- MINCETUR, donde se plantearon cuatro pilares que se encuentran correlacionados y dan continuidad a los objetivos estratégicos del PENX 2003-2013:

- **Pilar 1 - Internacionalización de la empresa y diversificación de mercado:** Tiene por objetivo apoyar los esfuerzos de las empresas peruanas de participar en las economías de otros países para la diversificación de mercados y productos con el fin de tomar mayor ventaja de las mejores condiciones de oferta.
- **Pilar 2 - Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible:** Se establece con el fin de consolidar las exportaciones peruanas con énfasis en las exportaciones no tradicionales de bienes y servicios.
- **Pilar 3 - Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional:** Aspira a reducir los costos de transacción asociados a las operaciones de comercio exterior, incluyendo no solo aspectos normativos y procedimentales, sino también logísticos y financieros.
- **Pilar 4 - Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.** Busca fortalecer las capacidades empresariales exportadoras que consoliden nuevos mercados, productos y/o servicios diversificados, reconociendo que la unidad crítica de intervención es la empresa.

En este contexto, el PENX 2025 visualizó intervenciones multisectoriales necesarias para mejorar la productividad y la competitividad de la economía, tomando como sujeto esencial a la empresa, pues son éstas quienes en última instancia generan empleo, producen y exportan; sin embargo, en una economía global las empresas peruanas enfrentan múltiples desafíos para consolidar su presencia internacional, los cuales no sólo tienen relación con las externalidades del mercado, sino también con factores internos. Siendo así, el desarrollo de una Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior - PNMCE focaliza esfuerzos de todos los actores involucrados, a través de un marco adecuado de políticas públicas, que impulse la internacionalización de las empresas peruanas, y mejore las condiciones de competitividad internacional del país, mediante un proceso de análisis prospectivo y diagnóstico de escenarios donde se plantean alternativas con el objeto de dar solución al problema público identificado, considerando un fin superior que contribuirá a la reducción de la pobreza y crecimiento económico del país.

Como parte del análisis realizado para la formulación de la PNMCE se aprecia que, a pesar de los avances realizados, el Perú enfrenta limitaciones en el aprovechamiento del comercio exterior. Si bien el país ha expandido su acceso a mercados internacionales, persisten obstáculos estructurales

y operativos que impiden que un mayor número de empresas, especialmente las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme), participen de manera efectiva en el comercio internacional. Estos desafíos afectan la competitividad del país y limitan la diversificación de la oferta exportable.

En ese sentido, dentro de los principales factores que afectan el aprovechamiento del comercio exterior en el Perú que fueron identificados en la formulación de la PNMCE, podemos mencionar los siguientes:

- Alta concentración en productos primarios: Más del 75% de las exportaciones peruanas corresponden a minerales, hidrocarburos y productos agrícolas básicos. La falta de diversificación productiva y la baja sofisticación de la oferta exportable limitan el valor agregado de las exportaciones, reduciendo la capacidad de capturar mayores beneficios económicos.
- Baja participación de las Mipyme en el comercio exterior: Aunque éstas representan más del 90% del tejido empresarial peruano, su participación en el comercio exterior es mínima. La falta de financiamiento, dificultades para cumplir estándares internacionales y el desconocimiento sobre los beneficios de los acuerdos comerciales son barreras clave.
- Deficiencias en infraestructura y logística: Altos costos de transporte, demoras en los puertos, carreteras en mal estado y una conectividad limitada afectan la competitividad de las exportaciones. Los costos logísticos en el Perú representan cerca del 30% del valor de exportación, mientras que en países de la OCDE este porcentaje es de aproximadamente 10-15%.
- Sobrecostos administrativos: La complejidad de los trámites aduaneros, la falta de digitalización de procesos y la existencia de barreras regulatorias generan sobrecostos que afectan la competitividad de las empresas exportadoras.
- Débil inserción en cadenas globales de valor: A diferencia de economías más desarrolladas en comercio exterior, las empresas peruanas tienen una baja participación en cadenas globales y regionales de producción. La falta de encadenamientos productivos con proveedores locales y el escaso uso de tecnologías innovadoras limitan su integración a mercados más sofisticados.
- Limitado acceso a financiamiento para exportadores: El acceso al crédito sigue siendo un problema crítico para muchas empresas que desean expandirse hacia mercados internacionales. La falta de instrumentos financieros especializados para el comercio exterior restringe el crecimiento de los exportadores emergentes.

Estos factores limitan el impacto positivo del comercio exterior en la economía peruana y restringen el acceso a oportunidades que los acuerdos comerciales y el crecimiento del comercio global podrían ofrecer. A pesar de contar con una amplia red de acuerdos comerciales, solo un grupo reducido de empresas logran beneficiarse plenamente de estos instrumentos internacionales. Además, la falta de articulación entre el sector público y privado para la implementación de estrategias de internacionalización, ha generado brechas en la competitividad de las exportaciones peruanas.

En este contexto, la PNMCE plantea como problema público el "Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país" a ser atendido en un horizonte temporal al 2040, y se enfoca en identificar tendencias, riesgos y oportunidades para definir objetivos y estrategias que impulsen la competitividad y sostenibilidad del comercio exterior peruano. Así, se proponen lineamientos,

servicios y acciones concretas que permitan un mejor aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales, una mayor diversificación y fortalecimiento de la oferta exportable de bienes y servicios, optimizar las operaciones de comercio exterior a través de medidas de facilitación de comercio, y mejorar la articulación intersectorial y fortalecer las capacidades de las empresas para acceder y competir en el comercio global.

1. BASE NORMATIVA

El marco normativo del comercio exterior en el Perú está conformado por un conjunto de normas nacionales e internacionales que regulan, facilitan y promueven el intercambio de bienes y servicios con el mundo, lo que garantiza previsibilidad para todos los actores que intervienen en la cadena de comercio exterior, un acceso ampliado a mercados internacionales bajo condiciones de equidad, herramientas de defensa comercial frente a prácticas desleales, mecanismos de atracción de inversión extranjera directa, y la modernización de la gestión privada y pública en materia de comercio exterior que se adapte a los estándares internacionales.

En consecuencia, la política nacional de comercio exterior se sustenta en este marco jurídico nacional e internacional, que asegura no solo la apertura de mercados, sino también la consolidación de un sistema de gobernanza económica capaz de responder a los desafíos de la competitividad global. Estas normas e instrumentos, de diversa jerarquía, proporcionan el marco jurídico, institucional y estratégico para el diseño, aprobación y ejecución de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040, que responde a principios constitucionales, articulada con el sistema de planeamiento estratégico nacional y que cuenta con una base de legitimidad técnica que garantiza su sostenibilidad en el tiempo. A continuación, se detalla cada una de las principales normas y documentos que conforman dicho sustento.

1.1. Normas nacionales

- Constitución Política del Perú. – Es la norma suprema que establece reglas, principios y derechos constitucionales aplicables a la economía, el comercio y la inversión. En materia comercial contiene disposiciones sobre la libertad de producción, libre comercio exterior e igualdad de trato para la inversión nacional y extranjera. En tal sentido, constituye un marco legal que garantiza la estabilidad para la inversión y el comercio exterior, lo cual legitima las políticas de desarrollo y promoción a las exportaciones, la vinculación con el mundo a través de los tratados internacionales y condiciona las medidas regulatorias que afectan la inversión y el comercio exterior.
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (LOPE). - Organiza las atribuciones y responsabilidades del Poder Ejecutivo, establece principios de la gestión pública y funciones de formulación, dirección, coordinación y evaluación de políticas públicas por parte de los sectores. En ese sentido, establece el marco institucional para que los ministerios formulen y conduzcan políticas sectoriales y nacionales, habilita la coordinación intersectorial y la delegación de funciones en el marco legal, lo que constituyen elementos esenciales para articular acciones de desarrollo productivo orientado a la exportación, la promoción comercial y la atracción de inversiones.
- Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR. - Ley que crea y delimita el ámbito, estructura básica, competencias y funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en materia de formulación de la política comercial, promoción de exportaciones, negociación comercial internacional y promoción de inversiones vinculadas al comercio exterior. En tal sentido, establece la rectoría del MINCETUR en materia de comercio exterior y le confiere competencia explícita para diseñar instrumentos (planes,

programas y proyectos) de promoción de exportaciones, coordinación intersectorial y representación en foros internacionales. Asimismo, el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 216-2025-MINCETUR y redefine las funciones de sus órganos de línea y apoyo. En ese sentido, ratifica al ministerio como ente rector de la política nacional de comercio exterior con las competencias necesarias para la elaboración e implementación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040.

En efecto, el MINCETUR en ejercicio de su rol, asumió un papel protagónico en la formulación de políticas estratégicas para insertar al Perú en la economía global. Así, en 2003 lanzó el Plan Nacional Exportador 2003-2013 (PENX 2003-2013), concebido como eje estratégico de desarrollo nacional, marcó un hito al consolidar políticas comerciales de largo plazo. Su objetivo central fue fortalecer la competitividad del país y facilitar la articulación de actores públicos y privados en la promoción de exportaciones. Lo mismo ocurrió con su actualización, mediante el PENX 2025, el cual se planteó como una herramienta renovada y multisectorial para enfrentar los desafíos de la productividad y la competitividad, reconociendo a la empresa como sujeto esencial del desarrollo exportador. No obstante, el nuevo escenario internacional y las limitaciones estructurales de la economía peruana hacen evidente la necesidad de actualizar la política nacional, donde MINCETUR reafirma su liderazgo en la construcción de un modelo de inserción internacional sostenible e inclusivo.

- Ley N° 27783, Ley de Bases de Descentralización. - Norma que establece la finalidad, principios, objetivos y criterios generales del proceso de descentralización; regula la conformación de las regiones y municipalidades; fija las competencias de los tres niveles de gobierno y determina los bienes y recursos de los gobiernos regionales y locales; y, regula las relaciones de gobierno en sus distintos niveles. En ese contexto, dispone que el Gobierno Nacional y los Gobiernos Regionales y Locales mantienen relaciones de coordinación, cooperación y apoyo mutuo, en forma permanente y continua, dentro del ejercicio de su autonomía y competencias propias, articulando el interés nacional con los de las regiones y localidades.
- Ley N° 32449, Ley que crea el tratamiento especial tributario y aduanero para las Zonas Económicas Especiales Privadas (ZEEP) – Ley que tiene por objeto establecer el tratamiento especial para la creación y el desarrollo de ZEEP como mecanismos para coadyuvar a la promoción de las inversiones, contribuir al desarrollo socioeconómico sostenible y promover la competitividad e innovación en el país.
- Decreto Supremo N.° 029-2018-PCM, Reglamento de Políticas Nacionales. Constituye la norma marco para la formulación de políticas nacionales en el Perú, establece los lineamientos metodológicos, los requisitos técnicos y el procedimiento para su aprobación, así como los criterios de rectoría y conducción sectorial. Asimismo, define los componentes mínimos que debe contener toda política nacional, incluyendo diagnóstico, objetivos prioritarios, lineamientos, indicadores, mecanismos de seguimiento y evaluación. Esta metodología garantiza la coherencia de toda política nacional y su alineamiento con el Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico; asimismo, asegura que la política responda a un enfoque basado en evidencia, con objetivos claros y medibles, y con un esquema de implementación que delimite responsabilidades institucionales.
- Decreto Supremo N° 345-2018-EF, aprueba la Política Nacional de Competitividad y Productividad, cuyo Objetivo Prioritario 7 (OP7) referido a facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios, reconoce a este sector como un motor esencial de la productividad nacional, generando especialización, economías de escala, diversificación de la oferta, transferencia tecnológica y mayores niveles de inversión. Sin embargo, se

identifican retos vinculados a la diversificación de la oferta exportable, la desigual participación de las empresas —donde las Mipyme representan la mayoría, pero con baja contribución en valor—, los altos costos logísticos y las dificultades en procedimientos aduaneros y sanitarios. Para enfrentarlos, plantea articular esfuerzos mediante el Plan Estratégico Nacional Exportador y los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX), con medidas estratégicas priorizadas en desarrollo de una oferta exportable diversificada y competitiva, con participación de las Mipyme; generación de capacidades para la internacionalización e inserción en cadenas globales y regionales de valor; consolidación del sistema de facilitación del comercio y coordinación interinstitucional; y la optimización del acceso a servicios logísticos y fortalecimiento de la cadena logística de comercio exterior.

De esta manera, el OP7 de la Política Nacional de Competitividad y Productividad busca construir un marco integral que combine competitividad logística, diversificación productiva e innovación institucional, articulándose de manera directa con los objetivos de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040.

- Decreto Supremo N.° 095-2022-PCM — Plan Estratégico de Desarrollo Nacional - PEDN al 2050 y sus modificaciones, constituye el documento rector del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico (SINAPLAN), bajo la conducción del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN). Este plan fija la visión compartida del Perú al 2050 y establece los Objetivos Nacionales de Desarrollo que guiarán las políticas públicas en el largo plazo. En tal sentido, la norma dispone que todos los sectores, niveles de gobierno y entidades públicas deben alinear sus políticas, planes y programas al PEDN, con el fin de garantizar la coherencia estratégica del accionar estatal.

El PEDN establece seis Objetivos Nacionales, de los cuales tres están directamente relacionados con el comercio exterior y las inversiones: (i) competitividad y productividad para el crecimiento sostenible, que exige elevar la eficiencia del aparato productivo y reducir sobrecostos logísticos; (ii) desarrollo productivo, sostenible y diversificado, que impulsa la sofisticación de la oferta exportable, la innovación y la transformación digital; y (iii) inserción competitiva en la economía global, que orienta al Perú a fortalecer su participación en cadenas de valor, acuerdos internacionales y flujos de inversión extranjera directa.

En este contexto, la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior (PNMCE) se configura como un instrumento clave para cumplir con la estrategia nacional de largo plazo, asegurando que la inserción internacional del Perú sea sostenible y competitiva, convirtiéndose en un eje estratégico del bienestar económico y social del país. Su implementación promueve la diversificación productiva con valor agregado, el fortalecimiento de la institucionalidad del comercio exterior, la generación de empleo de calidad y la atracción de inversión extranjera en condiciones de transparencia y previsibilidad. Asimismo, contribuye a la descentralización productiva mediante el impulso de polos regionales de desarrollo exportador, en concordancia con el objetivo de ordenamiento territorial del PEDN.

- Resolución Ministerial N.° 377-2015-MINCETUR, por el que se aprobó el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2025). - Documento estratégico sectorial que constituye el principal instrumento sectorial de mediano plazo en materia de comercio exterior, orientado a diversificar y consolidar la oferta exportable del país. El PENX 2025 definió pilares para fortalecer la oferta exportable, mediante la diversificación de mercados, la facilitación del comercio, la internacionalización de empresas y el fortalecimiento institucional y de capacidades. Sirve como antecedente técnico y estratégico para la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040, que retoma y actualiza los lineamientos estratégicos del PENX 2025, integrándolos en un marco nacional de mayor jerarquía que

articula al comercio exterior con políticas transversales como productividad, innovación e infraestructura. De esta manera, asegura la continuidad de la visión exportadora del país y su adaptación a nuevos escenarios globales.

- Resolución Ministerial N.º 295-2019-MINCETUR, por el cual se aprueba la lista sectorial de políticas nacionales bajo rectoría del MINCETUR, consolidando su competencia y liderazgo en materia de comercio exterior. Garantiza la transición ordenada del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2025) hacia la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040.
- Resolución de Presidencia de Consejo Directivo N° 113-2024/CEPLAN/PCD, por la cual se aprueba la actualización de la Guía de Políticas Nacionales emitida por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico - CEPLAN, que detalla los lineamientos técnicos y metodológicos para el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas en el marco del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico. Su relevancia para la PNMCE radica en que establece las pautas más recientes en materia de formulación de políticas nacionales, asegurando que el documento cumpla con estándares técnicos, metodológicos y de evidencia. Además, garantiza la alineación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040 con la visión del Perú en el marco del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050.

1.2. Normas y organismos internacionales

- Organización Mundial del Comercio (OMC). - es la organización internacional que regula las normas del comercio entre los países, sus acuerdos constituyen la base jurídica que asegura que el intercambio comercial se realice de manera fluida, previsible y no discriminatoria. La OMC administra el sistema multilateral de comercio, sirve de foro para la negociación de nuevas normas, resuelve controversias comerciales, supervisa las políticas de sus miembros y brinda asistencia técnica a los países en desarrollo. El Perú es miembro de la OMC desde 1995, y en este marco ha asumido compromisos importantes, tales como, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT 1994), que regula la reducción de barreras arancelarias y la eliminación de restricciones injustificadas al comercio; el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio, que promueve la simplificación de trámites aduaneros y logísticos, clave para mejorar la competitividad exportadora del Perú; el Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias y el Acuerdo sobre Salvaguardias, que aseguran condiciones de competencia leal en el comercio internacional; y el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas en materia de Inversiones relacionadas con el Comercio (TRIMS), que fomenta la atracción de Inversión Extranjera Directa (IED), al garantizar condiciones claras y previsibles para los inversionistas en sectores estratégicos vinculados al comercio.

Asimismo, la OMC desempeña un papel relevante en la transferencia de capacidades y cooperación técnica, apoyando a entidades nacionales en la adaptación de normas y en el cumplimiento de compromisos internacionales. En este punto, el MINCETUR, como ente rector en materia de comercio exterior, lidera la participación del Perú en la OMC y la implementación de sus acuerdos, garantizando la coherencia de las políticas nacionales con el sistema multilateral de comercio. Siendo así, en el marco de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040, la OMC constituye un referente central, ya que refuerza la visión de un país integrado de manera competitiva y sostenible en la economía mundial. La articulación entre los compromisos internacionales asumidos por el Perú y las acciones de política pública lideradas por el MINCETUR permite no solo abrir mercados, sino también consolidar un modelo de comercio exterior como motor de desarrollo inclusivo y sostenible.

- Comunidad Andina (CAN). - Integrada por Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador, constituye un esquema de integración subregional orientado a la libre circulación de bienes, servicios y personas, mediante decisiones comunitarias vinculantes que han armonizado disposiciones en materia de propiedad intelectual, normas técnicas, defensa comercial y facilitación del comercio. Para el Perú, la CAN representa una plataforma de integración comercial y de creación de cadenas de valor regionales, además de facilitar la movilidad empresarial y de inversiones. La institucionalidad comunitaria, a través de la Secretaría General y el Tribunal de Justicia de la CAN, asegura el cumplimiento y aplicación uniforme de las normas.
- Alianza del Pacífico, Conformada por Chile, Colombia, México y Perú, constituye uno de los procesos de integración más dinámicos de América Latina. Busca la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, así como la proyección conjunta hacia la región Asia-Pacífico. Entre sus principales avances destacan la eliminación del 92% de los aranceles entre sus miembros, la integración de mercados bursátiles mediante el Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), y el desarrollo de plataformas conjuntas de promoción de exportaciones e inversiones, especialmente hacia Asia. De esta manera, la Alianza del Pacífico ha fortalecido la institucionalidad del comercio exterior peruano al proyectarlo como un actor regional proactivo en la integración económica, favoreciendo la diversificación de mercados y la internacionalización de empresas peruanas, en especial las Mipyme.
- Red de Tratados de Libre Comercio (TLC). - El Perú cuenta con una red de 23 acuerdos comerciales vigentes que cubren alrededor del 90% del comercio internacional del país. Entre los más significativos se encuentran el APC con Estados Unidos (2009), que consolidó un marco jurídico estable para el acceso a ese mercado y la atracción de inversiones; el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea (2013), que otorgó acceso preferencial a 28 países europeos, favoreciendo particularmente al sector agroexportador; el Acuerdo con China (2010), que convirtió a ese país en el principal socio comercial del Perú; el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP, 2018), que amplía oportunidades en la región Asia-Pacífico bajo altos estándares en comercio digital, propiedad intelectual y sostenibilidad. Esta red de acuerdos comerciales otorga previsibilidad, reduce barreras de acceso a mercados estratégicos y refuerza la institucionalidad del comercio exterior al comprometer al país con estándares internacionales de protección a la inversión, propiedad intelectual, comercio digital y sostenibilidad.
- Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC). - Desde 1998, el Perú es miembro de APEC, un foro que agrupa a 21 economías y representa cerca del 60% del comercio mundial. APEC impulsa la liberalización comercial, la integración económica y la cooperación técnica en áreas como facilitación aduanera, digitalización y resiliencia de cadenas de suministro; asimismo, ha permitido al Perú fortalecer sus vínculos con el Asia-Pacífico, región estratégica para la diversificación exportadora; y la institucionalidad del país mediante la adopción de compromisos voluntarios y la coordinación de políticas con las economías líderes del mundo.

2. CONTEXTO ACTUAL DEL COMERCIO EXTERIOR

Comercio Exterior de Bienes

El comercio de bienes del Perú está basado, principalmente, en la venta (exportación) de minerales, productos agropecuarios, pesqueros y otros, así como a la compra (importación) de una diversidad de insumos, bienes intermedios, principalmente combustibles, bienes de capital y, en menor medida, bienes de consumo duradero y no duradero.

El valor de la exportación de bienes del Perú ha crecido notablemente, de US\$ 6 883 millones en el año 2000 a US\$ 74 518 millones en 2024, registrando el último año un récord histórico. Las exportaciones no tradicionales, alcanzaron también un récord de US\$ 20 527 millones en 2024, registrando un crecimiento de 49% con respecto a sus niveles prepandemia (2019). El crecimiento del valor de la exportación peruana obedece a i) un aumento de la oferta exportable, principalmente minerales y productos agropecuarios, y ii) una mejora de los precios internacionales de los minerales, que son los principales bienes que el Perú exporta al mundo.

Ilustración 1. Perú: Exportaciones 2000 - 2024



Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

Las importaciones han mostrado también un crecimiento importante en este periodo, ascendiendo a US\$ 51 299 millones en 2024, frente a los US\$ 6 866 millones del año 2000. Resalta la participación de bienes insumos en la canasta importadora (49% del total importado), los cuales, conjuntamente con las importaciones de bienes de capital (29%), contribuyen a la mejora de la productividad de las empresas peruanas.

Ilustración 2. Perú: Importaciones 2000 - 2024



Fuente: SUNAT

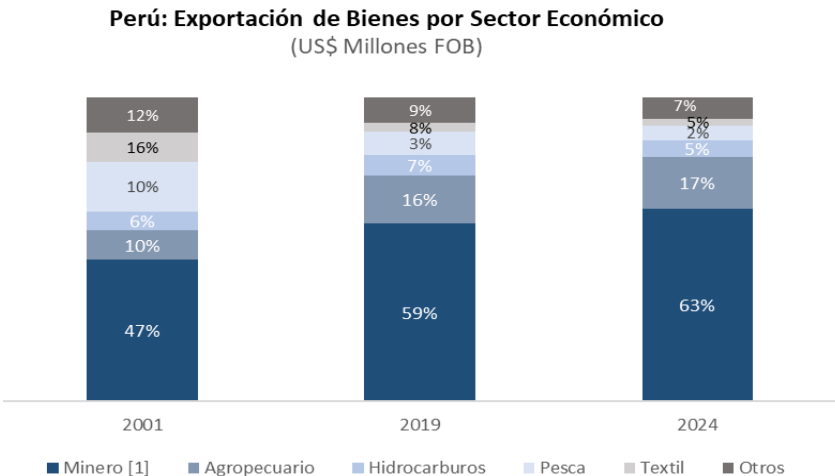
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

Como resultado de lo anterior, el comercio exterior total (importaciones más exportaciones) pasó de US\$ 13 749 millones en el 2000, a US\$ 125 817 millones en el 2024.

Exportación de bienes

La estructura sectorial de la exportación peruana de bienes ha tenido cambios en los últimos años, favoreciendo la mayor participación de los productos mineros y agropecuarios, sobre la que mantenían otros sectores como pesca y textil/confecciones. De esta manera, la participación de la minería (metálica y no metálica), ha pasado de 47% a principios de siglo, a 63% en el año 2024, mientras que la participación del agro aumentó de 10% a 17% en el mismo periodo.

Ilustración 3. Perú Exportación de Bienes Por Sector Económico



[1] Incluye metálica y no metálica.

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

Exportación Minera

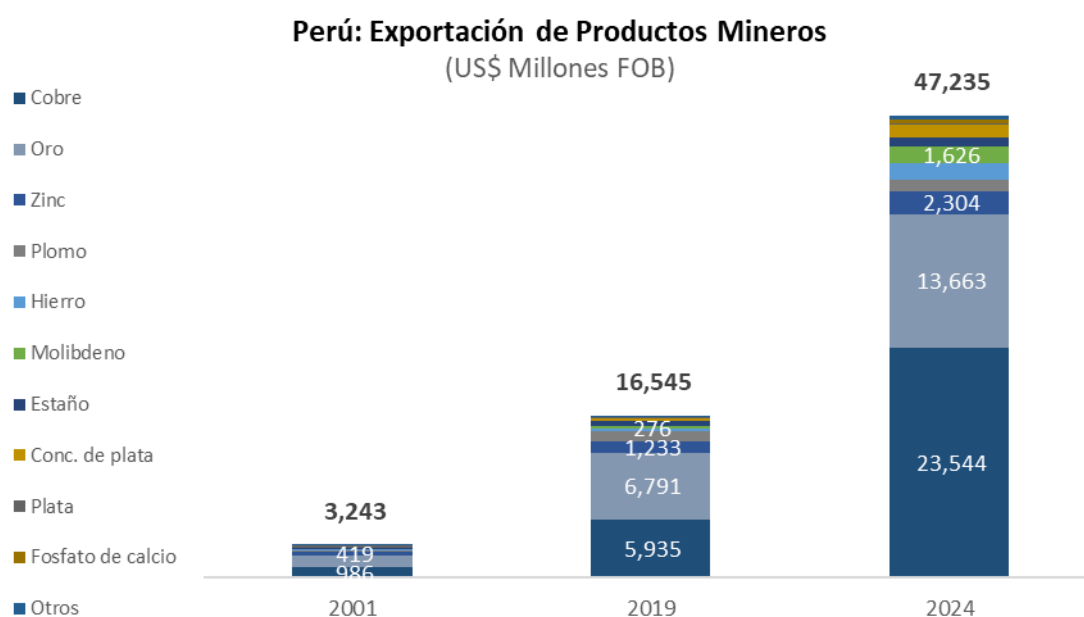
En minería (metálica y no metálica), el Perú exporta una variedad de bienes, desde productos tradicionales como cobre y oro, que aportan el 79% del total exportado de minerales, hasta productos no tradicionales como fosfatos de calcio, antracitas y otros.

La exportación de minerales ha pasado de niveles de US\$ 3 200 millones a inicios del presente siglo, a más de US\$ 47 000 millones en el año 2024, valor récord. En los últimos años se han incorporado importantes proyectos que han comprometido ingentes cantidades de recursos, tales como Ampliación Cerro Verde (2006), Las Bambas (2015), Ampliación Toquepala (2018), Mina Justa (2021), Quellaveco (2022), entre otros.

A principios del presente siglo, el principal mineral y producto de exportación del país era el oro (36% de la exportación minera y 17% de la exportación de bienes del país). Sin embargo, desde el año 2004 el cobre se convirtió en el principal producto de exportación del país. En 2024, el cobre aportó el 50% de la exportación minera y el 32% de la exportación total de bienes del Perú. Perú es el tercer productor y exportador mundial de cobre después de Chile y República del Congo.

El principal mercado de las exportaciones mineras del Perú es el Asia (71% de la exportación minera del año 2024), siendo China el principal mercado de los minerales en dicha región y en el mundo en general (48% del total minero). India y Canadá concentran el 10% y 7% respectivamente de las exportaciones mineras del Perú.

Ilustración 4. Perú Exportación de Productos Mineros



Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

Exportaciones Agropecuarias

En los últimos 20 años, el agro se ha convertido en el segundo sector que más contribuye a la exportación de bienes del Perú, habiendo superado a la pesca, que hacía principios del presente siglo era el segundo sector más importante en el portafolio comercial del Perú.

La privatización de tierras, la culminación de las obras de los principales proyectos de irrigación del país, y la apertura comercial, han fomentado las inversiones en este sector, principalmente dirigidas

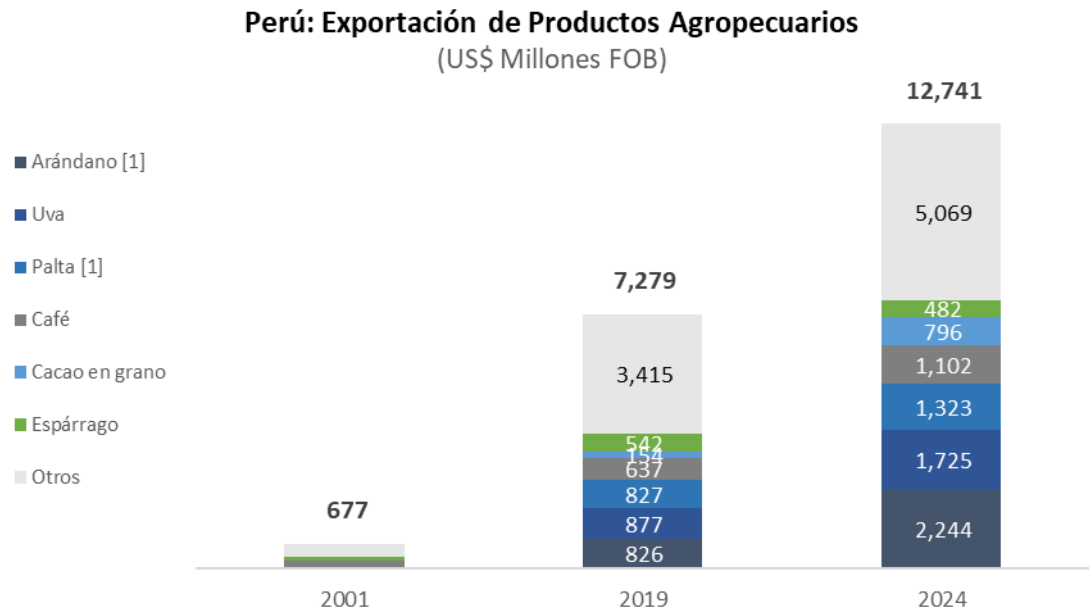
hacia la producción y exportación de frutas. De esta manera, la exportación agropecuaria ha pasado de US\$ 677 millones a principios de siglo, a más de US\$ 12 000 millones en el año 2024, valor récord.

El Perú ha logrado diversificar su canasta exportadora agrícola. En el 2024, exportó arándanos (18% de las exportaciones agropecuarias), uva (14%), palta (10%), café (9%), cacao en grano (6%), espárrago (4%), mango (3%), entre otros.

Además, ha logrado posicionarse como uno de los principales proveedores de fruta a nivel mundial. El Perú es actualmente el 9º exportador mundial de fruta (fresca y procesada), y el 8º exportador mundial de fruta fresca. Es líder mundial de la exportación de arándano, uva, quinua y espárrago; y el segundo exportador mundial de palta después de México.

No obstante, las exportaciones agropecuarias tienen una menor diversificación en términos de mercados. En el 2024, el 35% del valor exportado en productos agropecuarios se dirigió a EE.UU. y el 30% a la Unión Europea. El Asia recibe solo el 11% de las agroexportaciones peruanas

Ilustración 5. Perú Exportación de Productos Agropecuarios



[1] Incluye frescos y congelados.

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

Empresas

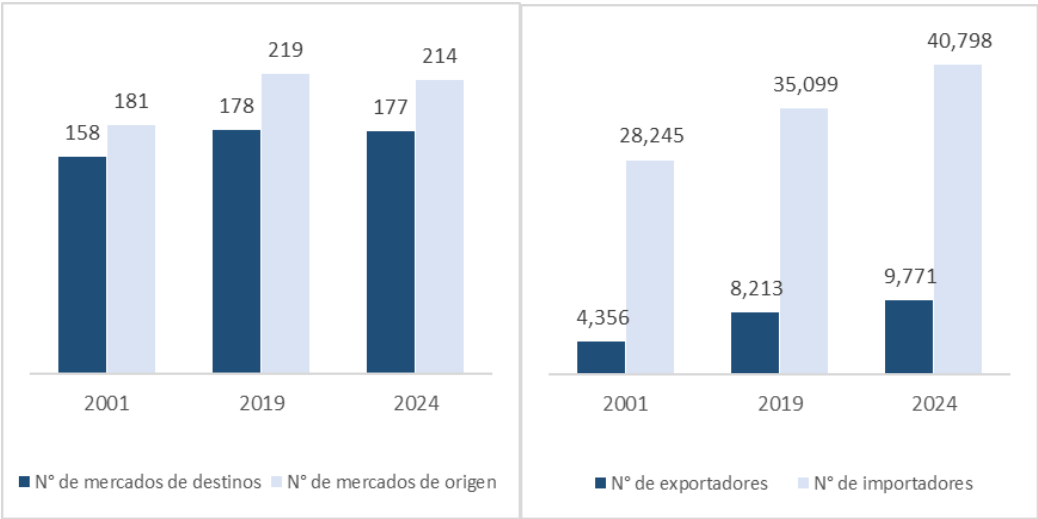
Las empresas son los actores vivos del comercio internacional. En el Perú, el número de empresas que participan del comercio internacional ha crecido considerablemente, pasando de alrededor de 30 mil empresas en el año 2001, a más de 46 mil empresas en el año 2024.

Como se aprecia en la ilustración adjunta, en el caso de las empresas exportadoras de bienes, su número se duplicó en el periodo 2001-2024, pasando de 4 356 a inicios de siglo, a más de 9 700 empresas en el año 2024. Igualmente, el número de importadoras aumentó de 28 245 a 40 798 en dicho periodo. Ni la crisis económica del año 2009, ni la sanitaria del año 2020, han frenado este proceso de crecimiento.

Mercados de destino y origen

El aprovechamiento de oportunidades en nuevos mercados también es un indicador importante del desarrollo que el comercio exterior peruano viene logrando. Así, a inicios de siglo el Perú solo exportaba bienes a 158 destinos, mientras que hacia el año 2024 el número de destino ascendió a 177. Igualmente, el número de mercados de origen de los bienes que el Perú importa pasó de 181 a 214 entre el año 2001 al 2024. El surgimiento de la pandemia COVID–19 redujo el número de mercados de origen; sin embargo, estos se han ido recuperando paulatinamente hacia el año 2024.

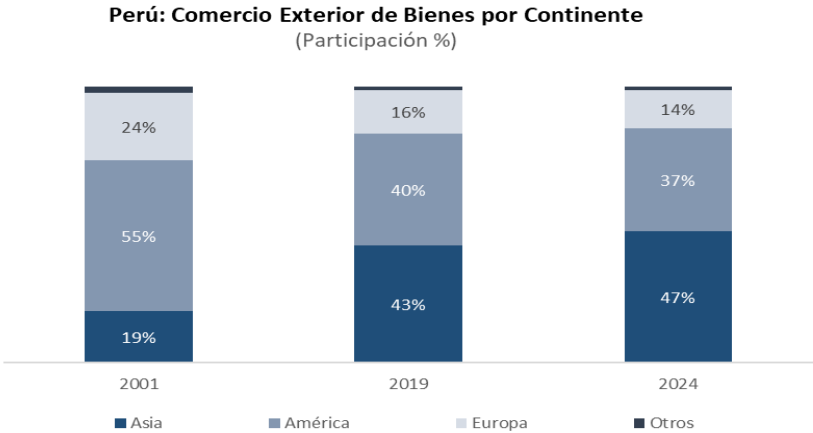
Ilustración 6. Perú Comercio Exterior por Mercados y Empresas



Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

La distribución porcentual del comercio por mercado de destino ha variado en el tiempo. En el año 2001, las distribuciones porcentuales fueron de 55% para América, 24% para Europa y 19% para Asia del comercio total de bienes. Sin embargo, la complementariedad comercial entre Asia y el Perú logró elevar la participación de los países asiáticos en el comercio peruano, siendo China el principal actor. En el año 2024, las distribuciones porcentuales fueron de 47% para Asia, 37% para América y 14% para Europa.

Ilustración 7. Perú Comercio Exterior de Bienes por Continente



Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

Comercio de Servicios

Por su parte, el comercio exterior de servicios del país está basado, principalmente, en la exportación de servicios vinculados al turismo, y en la importación de diversos servicios donde destacan los servicios vinculados al turismo emisor, servicios no tradicionales y fletes de mercancía.

Ilustración 8. Perú Exportaciones de Servicios



Fuente: BCRP
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

La participación de los servicios vinculados al turismo ha elevado notablemente su participación en lo que va del presente siglo, de 53% en el año 2001, a 68% en el año 2024. Hasta antes de la pandemia del COVID-19, la participación de estos servicios era incluso mayor, pero la misma se vio afectada por la crisis sanitaria registrada en el periodo 2020-2021.

Ilustración 9. Perú Exportaciones de Servicios por Rubros



Fuente: BCRP
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

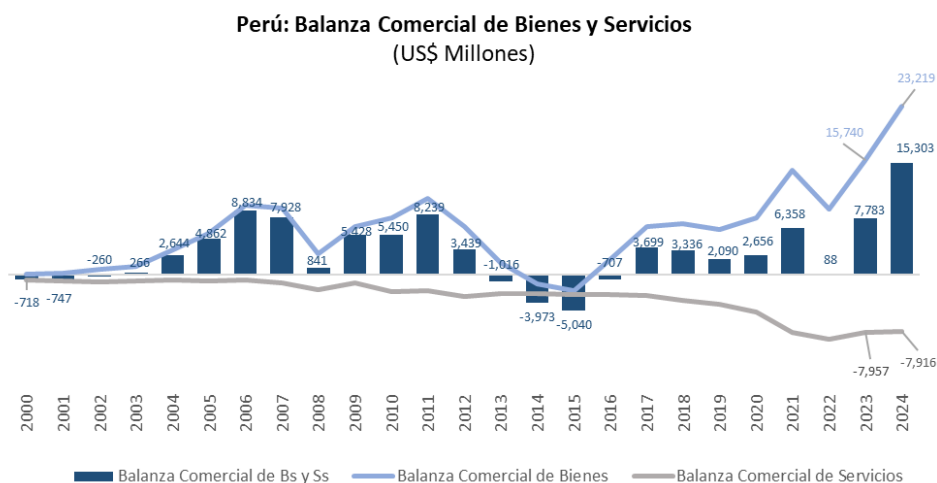
Balanza comercial de bienes y servicios

En el comercio de bienes, la exportación ha superado ampliamente a la importación, generando altos superávits de balanza comercial. En 2024, el superávit comercial ascendió a US\$ 23 190 millones.

Sin embargo, en el campo del comercio de servicios, la situación es contraria. La balanza de servicios es estructuralmente deficitaria, es decir, que la importación supera a la exportación. Esta situación se hizo más evidente en los años de pandemia, debido a la caída de la exportación de servicios vinculados al turismo.

En el aspecto global, es decir, en la totalidad del comercio de bienes y servicios, el Perú tiene un superávit comercial gracias a los resultados del comercio de bienes, que compensa el resultado comercial negativo expresado en la balanza del comercio de servicios.

Ilustración 10. Perú Balanza Comercial de Bienes y Servicios



Fuente: BCRP, SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

3. DIAGNÓSTICO

3.1. Enunciado y delimitación del problema público

Con la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior se atenderá el siguiente problema público:

“Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país”

El insuficiente desarrollo del comercio exterior implica que, a pesar de los avances y logros alcanzados en materia de comercio exterior, el Perú aún no aprovecha todo su potencial para impulsar el crecimiento y desarrollo económico.

Se ha avanzado mucho en los últimos veinte años en términos de la apertura comercial y el establecimiento de un marco regulatorio predecible, que ha favorecido el rápido crecimiento del comercio exterior peruano. Como parte de la política comercial peruana, se ha establecido un marco regulatorio predecible y con reglas claras para el comercio exterior y la inversión. A través de la implementación de los Planes Estratégicos Nacionales Exportadores (PENX) 2003-2013 y 2025, se ha impulsado la facilitación del comercio, el desarrollo de la oferta exportable y las capacidades para el comercio exterior, y se ha abierto y desarrollado múltiples mercados para las exportaciones peruanas.

No obstante, persisten condiciones y deficiencias en el entorno de negocios que limitan el desarrollo del comercio exterior en el país, y en particular, la capacidad de las empresas peruanas para aprovechar los beneficios y las oportunidades del comercio internacional; entre ellas, el insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales, el insuficiente desarrollo de la logística y la facilitación del comercio que limita el comercio exterior, la limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior, las insuficientes capacidades de los actores para el comercio exterior y la insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales (ZEE) para su participación en el comercio exterior.

Según el Banco Mundial

“Participar en el comercio internacional le permite a la empresa expandirse, subir estándares de eficiencia, importar materiales a un menor costo, y adquirir tecnologías actualizadas y mejores” (Banco Mundial, s. f.).

Al respecto, se debe tener en cuenta que el comercio exterior se realiza dentro de un complejo sistema de múltiples interrelaciones entre diversos actores públicos y privados, normas, procedimientos e infraestructura para el comercio exterior.

La empresa, actor central del comercio exterior, debe realizar las transacciones en cumplimiento con el marco de la normativa aduanera y comercial vigente, realizar procedimientos y trámites, e interactuar con diferentes actores públicos y privados del ecosistema empresarial para el comercio exterior, a nivel nacional e internacional.

Según el ITC (s. f.):

“El desarrollo del comercio y la competitividad no se producen por casualidad. Ocurren por diseño. Requieren un enfoque deliberado y razonado para reducir los obstáculos al comercio, eliminar los problemas relacionados con la competitividad, identificar las oportunidades de crecimiento y establecer un plan de acción. Todo ello, teniendo en cuenta la necesidad de una economía más justa, inclusiva y más sostenible frente al cambio climático.” (p.1)

Estas circunstancias constituyen el problema público: insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país. El desarrollo del comercio exterior es un concepto amplio que abarca los diferentes aspectos del comercio: oferta exportable, acceso a mercados, facilitación del comercio y capacidades para el comercio exterior, así como el inter-relacionamiento entre ellos, que repercute en un entorno empresarial favorable para el crecimiento resiliente del comercio.

El desarrollo del comercio exterior va más allá del crecimiento de los volúmenes y valor del comercio exterior. Se sustenta en el funcionamiento de un sistema, en el cual diferentes componentes se interrelacionan de forma dinámica bajo un marco regulatorio y económico, a través de la interacción entre agentes privados y públicos.

Si bien no existe un indicador único para el desarrollo del comercio exterior, se puede establecer una aproximación a través de varios puntos. Para el ITC (s. f.-a), las estrategias de desarrollo del comercio se diseñan para reducir las barreras comerciales, identificar las oportunidades de crecimiento y trazar planes de acción. Por su parte, el Banco Mundial (2024a), a través del Business Ready (B-Ready), su nuevo reporte comparativo sobre el ambiente de negocios y clima de inversiones en los diferentes países del mundo, evalúa el componente de comercio internacional sobre la base de: a) la calidad normativa para el comercio internacional, b) la calidad de los servicios públicos para la facilitación del comercio internacional, y c) la eficiencia en la importación de bienes, exportación de bienes y participación en el comercio digital.

A pesar de que las operaciones de comercio exterior las ejecuta el sector privado, se requiere la intervención del sector público para crear las condiciones necesarias para el desarrollo de una oferta exportable peruana competitiva que se posicione de manera efectiva en los mercados internacionales y en las cadenas globales de valor; la generación de un ambiente propicio para los negocios internacionales; y el desarrollo de la facilitación del comercio exterior y de una cadena logística eficiente. Además, para atraer inversiones, es fundamental contar con un marco regulatorio estable que facilite el comercio y garantice la seguridad de la cadena de suministro, así como procesos administrativos eficientes que contribuyan a un comercio exterior ágil y eficiente. En este sentido, la intervención del sector público en el comercio exterior es esencial para establecer un entorno propicio para los negocios, superar obstáculos y promover un desarrollo económico sostenible a nivel internacional.

En relación a lo anterior, los desafíos que enfrentan las empresas peruanas en términos de comercio exterior, según lo analizado por la CAF (2022), incluyen:

- **Facilitación del comercio:** Aunque Perú se encuentra entre los países con mejor desempeño en América Latina en términos de facilitación del comercio, aún existen desafíos en este aspecto. Se requiere seguir trabajando en la simplificación de procesos y regulaciones para agilizar y mejorar la eficiencia del comercio internacional.
- **Infraestructura de transporte e interconexión:** Los costos de transporte son uno de los puntos más relevantes en los costos del comercio. Perú tiene margen de mejora en la cobertura y calidad de su infraestructura de transporte, especialmente en lo que respecta a

las carreteras. Mejoras en este aspecto podrían aumentar significativamente el acceso a mercados internos y externos.

- **Armonización y simplificación de regulaciones:** Es importante trabajar en la armonización y simplificación de regulaciones para promover la integración productiva y la participación en cadenas regionales y globales de valor. Esto incluye aspectos como las normas de origen, que pueden afectar la competitividad de las empresas en el comercio internacional.

Estos desafíos forman parte de aquellos identificados previamente en el marco de la política comercial peruana (MINCETUR, 2015), entre los que destacan las limitadas capacidades para la internacionalización, la necesidad de diversificar mercados y de generar una oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible.

Es necesario contar con un rol activo del Estado para abordar estos y otros aspectos que favorecen el desarrollo del comercio exterior peruano. Trabajar en torno a estas acciones es clave para mejorar la competitividad de las empresas peruanas en el comercio exterior y promover su participación en cadenas de valor regionales y globales. Se requieren diversas medidas que reduzcan las brechas del sector; y en particular, ayuden a las empresas peruanas a enfrentar los múltiples desafíos para consolidar su presencia internacional.

Diversos gremios y asociaciones empresariales del sector privado peruano, que representan y gestionan los intereses de las empresas peruanas vinculadas al comercio exterior, o con potencial para ello, han manifestado la necesidad de generar medidas para la reactivación del comercio exterior, y en particular de las exportaciones, en un contexto postpandemia.

De esta manera la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEXPERÚ) que representa a aproximadamente 130 empresas exportadoras, importadoras y proveedoras de servicios de diversos sectores económicos como agroexportación, minería, energía, manufactura, retail, digital, logística, infraestructura, salud, entre otras; y que es el gremio encargado de organizar la Cumbre PYME del APEC desde el 2008. COMEXPERÚ (2024) señala que la productividad laboral va en declive desde 2021 y que uno de los principales problemas es la concentración en sectores menos productivos. Por ello, proponen la implementación de políticas dirigidas a mejorar la productividad y la diversificación productiva que requiere la colaboración entre el gobierno, el sector privado y la academia, especialmente en lo que respecta a las exportaciones, para garantizar la sostenibilidad de las empresas (2023) (COMEXPERÚ, 2023; COMEXPERÚ, 2024).

Por su parte la Cámara de Comercio de Lima (CCL) que agrupa a más de 8000 empresas de diversos sectores a través de sus 16 Gremios o Comités Gremiales, que incluyen el sector químico, cosmético, servicios, construcción, educación, tecnología, salud, turismo, y comercio exterior, entre otros, dentro de los que destacan el Gremio de Comercio Exterior -X.Com (que representa a aproximadamente 300 asociados), Gremio de la Pequeña y Mediana Empresa, Gremio de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, que tienen como función la representación de intereses de las empresas e impulsar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas a nivel nacional. Asimismo, la CCL cuenta con, el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (IDEXCAM), que se enfoca en mejorar la calidad de la formulación de políticas y regulaciones comerciales, con el objetivo de establecer una visión moderna y sostenible del comercio exterior a largo plazo. La CCL, a través de IDEXCAM, publicó en 2022 una propuesta de Plan de Reactivación de las Exportaciones 2022-2026, en el cual indica que “...es de vital importancia que el Gobierno establezca las líneas directrices para el desarrollo del comercio

promoviendo la competitividad y de esa forma aportar significativamente a los indicadores económicos del país. El Estado debe generar un entorno adecuado y amigable que permita el desarrollo del comercio exterior en condiciones donde se reduzcan tanto los costos logísticos como los costos por procesos e infraestructura inadecuada. La situación económica que está dejando la pandemia hace urgente la adopción de medidas que permitan atraer inversiones y salir cuanto antes de este estancamiento en el que nos hallamos, en especial en los últimos 4 años” (IDEXCAM, 2022).

Asimismo, la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX) que representa aproximadamente 500 empresas productivas y exportadoras del país agrupadas en 23 comités sectoriales, tales como confecciones, manufacturas, metalmecánico, entre otros; ha indicado que, a pesar de los logros históricos en materia de exportaciones, el país enfrenta un escenario desafiante debido a la pandemia, el débil crecimiento económico, y las barreras internas que afectan la competitividad, por lo que presentó al gobierno propuestas para reactivar la economía, recuperar la confianza de los empresarios y salir de la crisis económica. Entre las iniciativas presentadas, resaltan medidas en materia fiscal, laboral y de comercio exterior, resaltando la necesidad de la colaboración entre el gobierno, las empresas y el sector académico para encontrar soluciones, promover la diversificación de productos, abrir nuevos mercados y fortalecer la competitividad de las exportaciones peruanas (ADEX, 2023). Asimismo, a través de su Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales (CIEN), ADEX presentó el documento denominado “Aportes para incentivar la diversificación productiva-exportadora en el Perú” (CIEN-ADEX, 2023a). En este informe, se destaca que la estructura exportadora peruana está altamente concentrada, ya que más del 75% de las exportaciones provienen de sólo tres sectores: minería tradicional, agroindustria e hidrocarburos. Además, se señala que más de la mitad de las empresas exportadoras venden únicamente a un destino. En respuesta a esta situación, ADEX postula propuestas de lineamientos de política en materias vinculadas al comercio exterior a fin de incentivar la diversificación productiva-exportadora en el Perú.

También la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP) que agrupa a empresas productoras, procesadoras, comercializadoras, agroexportadoras y gremios particularmente del sector agro peruano, ha manifestado su preocupación por la situación del sector comercio; en particular la caída en la producción, los volúmenes de exportaciones agrarias y empleos formales en el 2023. Ante ello, el gremio viene solicitando la adopción de medidas de reactivación para el sector agrario, que permita preservar el empleo, las inversiones y la producción (Ortiz, 2024).

Finalmente, Sociedad Nacional de Industrias (SNI) que agrupa a empresas de la industria manufacturera y cuenta con 29 comités divididos en comités textiles, metalmecánicos, alimentos y bebidas, y servicios compartidos, ha destacado que la producción industrial ha perdido relevancia en la economía peruana, reflejando una disminución promedio del 0,5% anual durante la última década. Asimismo, según el panorama industrial del año 2024, las exportaciones industriales han experimentado una contracción del 5%. Por ello, la SNI señala que es necesario contar con políticas industriales integradas a un proceso de diversificación productiva con visión territorial (SNI, 2024).

La colaboración entre el gobierno y el sector privado es clave para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el ámbito del comercio internacional. Según el ITC (2011), los diálogos entre el sector público y el privado son esenciales para diseñar políticas y regulaciones comerciales efectivas, ya que permiten identificar las prioridades políticas, reducir los costos regulatorios y generar consenso sobre las reformas políticas.

La dinámica del comercio internacional está en constante cambio, y las circunstancias pueden evolucionar con el tiempo. Las autoridades y las empresas peruanas pueden adaptarse a estas transformaciones mediante la implementación de estrategias flexibles y efectivas para

abordar las problemáticas existentes y aprovechar las oportunidades emergentes en el ámbito del comercio internacional. Las estrategias podrían incluir: políticas comerciales flexibles, atracción de inversiones, inversiones en infraestructura, diversificación de mercados, innovación y tecnología, colaboración público-privada.

Según el ITC, el Perú tiene un potencial exportador sin explotar de US\$ 47 mil millones¹, el cual podría hacerse efectivo en un mundo “sin fricciones” en el que interactúan la oferta, demanda y la facilidad de comercio, sin la presencia de medidas no arancelarias, dificultad para encontrar compradores en el mercado objetivo, localización sub-óptima de las exportaciones en el mercado objetivo debido a poca inteligencia de mercado, entre otras. Este potencial no explotado es significativo, representando el 72% de las exportaciones totales de bienes del Perú, y su aprovechamiento generaría un incremento significativo de ingresos y dinamismo a la economía peruana a nivel nacional y regional, generando la posibilidad de impulsar el crecimiento y reducir los niveles de pobreza de forma más acelerada, contando asimismo el Estado con mayores recursos para atender las necesidades de la población. Para hacer efectivo ese potencial, se requiere desarrollar políticas que contribuyan a mejorar la competitividad de la economía, la facilitación del comercio para reducir costos logísticos, barreras no arancelarias, y arancelarias que enfrenta la oferta exportable peruana, promover un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales vigentes, y abrir nuevos y más mercados en el exterior.

Uno de los desafíos para el desarrollo de las exportaciones es promover un crecimiento sostenido de las empresas exportadoras. Los objetivos relacionados a las empresas exportadoras son tres: ampliar la base exportadora (es decir, el número de empresas que realizan actividades de exportación) buscar la consolidación de las empresas exportadoras, y mejorar la facilitación del comercio para lograr una mayor eficiencia en sus cadenas logísticas.

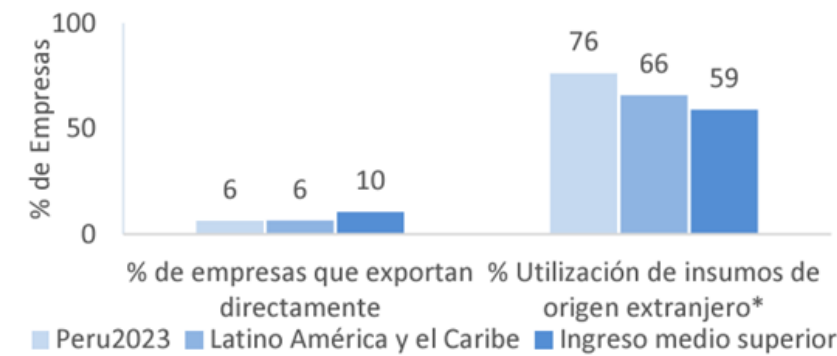
Las empresas son actores centrales en el comercio exterior; no obstante, el crecimiento en el número de empresas que participan en el comercio exterior en el Perú es aún limitado, en particular en las exportaciones. La intensidad de las exportaciones en el sector privado peruano dedicado a la manufactura y servicios es baja. Según la Encuesta Empresarial (*Enterprise Survey*) del Banco Mundial (2023), que cuantifica la actividad comercial de las empresas y recoge información sobre las limitaciones operativas a las que se enfrentan al exportar e importar, apenas el 6,3% de las 987 empresas entrevistadas en el Perú² exporta directamente (al menos 10% de sus ventas). Esta cifra es comparable con el promedio de Latinoamérica y el Caribe (6,4%), pero bastante inferior al promedio de países de ingreso medio superior (10,5%), grupo al que pertenece el Perú. Al incorporar las exportaciones indirectas, el porcentaje sube a 12,9% en el Perú, superando al promedio de Latinoamérica y el Caribe (10,6%), pero manteniéndose por debajo de los países de ingreso medio superior (14,3%).

Lo opuesto se observa en el porcentaje de empresas manufactureras que utiliza insumos de origen extranjero, donde la intensidad del comercio es mayor en el Perú (76,2%) que en Latinoamérica y el Caribe (65,7%) y que en los países de ingreso medio superior (58,9%). Esta mayor intensidad podría reflejar un mayor aprovechamiento de parte de las empresas peruanas de la apertura y oportunidades comerciales, frente a otros países de la región o con ingresos similares, para mejorar su productividad y competitividad.

¹ Export Potential Map - ITC

² Las encuestas toman una muestra representativa de empresas de la economía privada formal no agrícola. La cobertura de los sectores económicos incluye a todo el sector manufacturero y la mayoría de los sectores de servicios. En el caso peruano, la muestra consistió de 39 empresas del sector textiles, 72 de confecciones, 111 de alimentos, 81 de hoteles, 156 de venta al por menor, 228 de otras industrias, y 300 de otros servicios. Es importante señalar que la encuesta excluye a los sectores de agricultura, pesca y minería, entre otros.

Ilustración 11. *Perú Enterprise Survey 2023: Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras*



** Solo para empresas manufactureras.*

Fuente: Enterprise Survey, Banco Mundial

En ambos casos, se observa que la intensidad del comercio exterior es mayor en las empresas grandes, frente a las empresas pequeñas y medianas. Como se puede observar en la Tabla 1, el porcentaje de empresas grandes que exportan directa o indirectamente casi triplica el número de empresas pequeñas que lo hacen. En el caso de las empresas grandes, el 91,5% utiliza insumos y/o suministros de origen extranjero, frente a 76,2% de empresas pequeñas y 70,9% de empresas medianas.

Tabla 1. *Perú Enterprise Survey 2023: Indicadores de comercio*

	Perú				Latino América y el Caribe	Ingreso medio superior
	Todas las empresas	Pequeñas	Medianas	Grandes		
Días para despachar en aduana las exportaciones directas	8.0	3.4	9.0	11.2	8.6	6.5
Porcentaje de empresas que exportan directamente (al menos el 10% de las ventas)	6.3	3.7	7.2	22.4	6.4	10.5
Porcentaje de empresas que exportan directa o indirectamente (al menos el 10% de las ventas)	12.9	10.3	14.3	28.4	10.6	14.3
Días para despachar las importaciones en aduana*	16.3	18.5	14.6	13.3	20.5	11.7
Porcentaje de empresas que utilizan insumos y/o suministros de origen extranjero*	76.2	76.2	70.9	91.5	65.7	58.9

* Indicadores que se calculan solo para el sector manufacturero

Fuente: Enterprise Survey, Banco Mundial

Los desafíos que las empresas exportadoras enfrentan son diversos, en especial para las MIPYME. A partir de diferentes consultas realizadas a empresas para comprender las causas que explicarían aspectos referidos a la sobrevivencia de empresas exportadoras en sectores como metalmecánica, siderometalúrgico, pesquero, maderas y textil, se han identificado diversos obstáculos que enfrentan para continuar exportando.

La participación de las MIPYME en las exportaciones es baja. A pesar de que las MIPYME representan el 69,3% del total de exportadoras, su participación en el valor total exportado es muy reducido (4,4% del valor exportado en 2024). Ello muestra que existe la necesidad de fortalecer la participación de las MIPYME en el comercio internacional. Es importante destacar que las MIPYME

internacionalizadas tienen un mejor desempeño que aquellas que no participan en el comercio exterior. En América Latina y el Caribe, las MIPYME exportadoras e importadoras emplean una mayor cantidad de trabajadores, pagan mejores salarios y tienen un mayor volumen de ventas y una productividad laboral más alta que otras empresas comparables que no están vinculadas a esta actividad; así como logran una mayor sofisticación de sus capacidades empresariales y enfrentan menores restricciones en su acceso al crédito, permitiéndoles crecer e impulsar la expansión del empleo (BID, 2014).

Tabla 2. Exportaciones de bienes

Exportaciones de bienes (FOB), 2023-2024						
Valor (US\$ Millones)				Número de Exportadoras		
Tamaño [1]	2023	2024	Var. %	2023	2024	Var. %
Total	64 607	74 518	15,3%	9 336	9 771	4,7%
Grande	62 073	71 239	14,8%	2 681	2 899	8,1%
Mediana	628	749	19,3%	401	446	11,2%
Pequeña	1 503	1 433	-4,7%	3 301	3 264	-1,1%
Micro	386	1 091	182,3%	2 867	3 062	6,8%
Otros [2]	17	6	-65,7%	86	100	16,3%
Mipymes	2 518	3 273	30,0%	6 569	6 772	3,1%
Part.%	3,9%	4,4%		70,4%	69,3%	

[1] Clasificación según ventas anuales reportadas a la SUNAT: Micro ≤ 150 UIT, Pequeña ≤ 1 700 UIT, Mediana ≤ 2 300 UIT y Grande > 2 300 UIT [2] Embajadas, misiones diplomáticas, instituciones públicas, persona natural sin negocio.

Fuente: SUNAT / Elaboración: Mincetur-VMCE-DGIECE-DDPI

La probabilidad de supervivencia de empresas exportadoras es baja, especialmente para las MIPYME, cuya probabilidad de continuar exportando después de 10 años es del 9,3%.

Diversas razones explican estos resultados, entre las cuales se puede mencionar que los beneficios del comercio internacional muchas veces no pueden ser aprovechados, en particular por las **pequeñas empresas**, debido a limitaciones como: la falta de información de mercados y oportunidades comerciales, los bajos niveles de productividad, falta de adecuación de la oferta exportable a los requisitos técnicos exigidos por los mercados internacionales, desconocimiento de los procesos de comercio exterior, inexperiencia internacional de los directivos, limitados recursos humanos y débil posición financiera que limitan su capacidad y disposición para comprometerse con un proyecto de exportación, y desafíos asociados a la logística y facilitación de comercio, entre otros.

Por ello, la política comercial no solo debe perseguir el aumento de la eficiencia, sino también ayudar a que las pequeñas empresas y los pequeños productores, las mujeres y los jóvenes se beneficien de manera más igualitaria del comercio internacional (UNCTAD, 2019b).

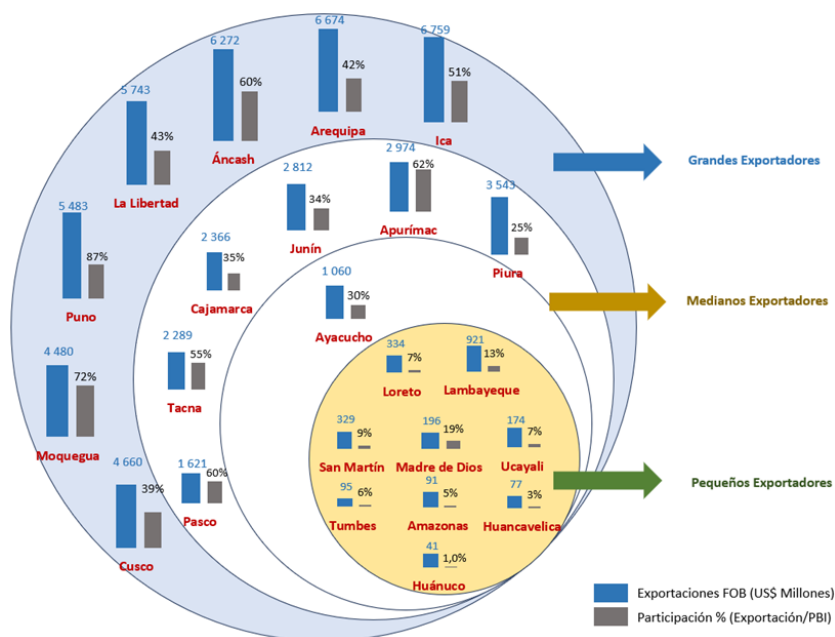
En cuanto al **alcance del problema público**, este puede dividirse en el ámbito internacional y el ámbito nacional.

En el **ámbito internacional**, las exportaciones peruanas se destinan a 177 mercados (2024). El continente asiático concentró más de la mitad del valor de exportación (53%), América 30% y Europa 16%. Los principales destinos fueron China (34% del total), Estados Unidos (13%), la Unión Europea (11%), India (6%) y Canadá (5%). China fue el primer destino de la exportación de minerales (48%) y productos pesqueros (46%). Los bienes agropecuarios (US\$ 12 741 millones) se exportaron, principalmente, a Estados Unidos (35%) y la Unión Europea (30%), y la exportación del textil-confecciones (US\$ 1 640 millones) se dirigió, principalmente, a Estados Unidos (51%). Por su parte, las importaciones provinieron de 214 países a nivel mundial. China es el principal proveedor de bienes, representando el 28% del valor total de importación. Le siguen Estados Unidos (18%), la Unión Europea (9%), Brasil (6%), Argentina (5%), México (3%) y Ecuador (3%).

En el **ámbito nacional**, el comercio exterior puede jugar un rol importante para el **desarrollo en las regiones**, generando oportunidades para mejorar las condiciones de vida de la población directamente a través de nuevas oportunidades de exportación, importación, y acceso a la tecnología y conocimiento, como indirectamente a través de recursos públicos generados por la actividad exportadora. **Las exportaciones son un importante motor de crecimiento a nivel de todas las regiones del país.** En 2024, el valor de la exportación peruana de bienes fue récord y superó los US\$ 74,5 mil millones. El 84% del valor total de las exportaciones provienen de las regiones del interior del país; mientras que el 16% restante, corresponde a Lima y Callao. Las regiones del interior que tienen mayor participación en el valor agregado de exportaciones son Ica, Arequipa, Áncash, La Libertad, Puno, Cusco y Moquegua.

Sin embargo, la integración del Perú al mundo ha sido heterogénea. Es decir, no todas las regiones del interior del país han evolucionado de la misma forma, existiendo regiones que exportan muy poco en términos absolutos (menos de US\$ 1 000 millones) y que, además, exportan muy poco en relación a su producción (menos de 20% del PBI), siendo dependientes de la demanda interna. Estas regiones son: Huánuco, Huancavelica, Amazonas, Tumbes, Ucayali, Loreto, San Martín, Lambayeque y Madre de Dios.

Ilustración 12. Perú Exportaciones 2024, Absolutas y Relativas

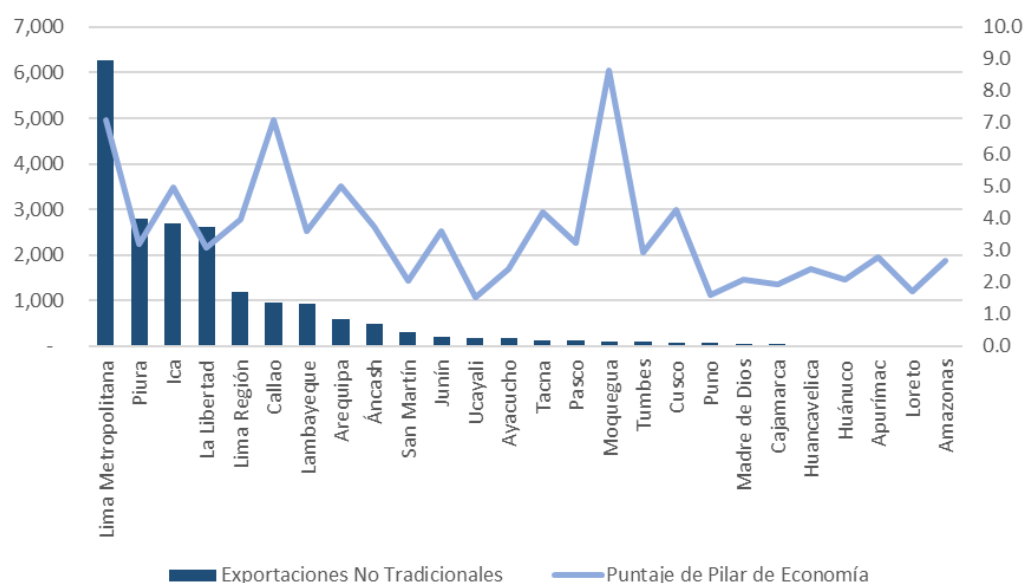


Fuente: SUNAT, MINCETUR
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

La problemática del comercio exterior varía según las diferentes regiones del país. Las grandes regiones exportadoras proveen, principalmente, productos tradicionales. Igualmente, entre los medianos exportadores, con la sola excepción de Piura, la principal actividad exportadora es la minería. Pocas son las regiones del país que tienen al sector no tradicional como la principal fuente de sus exportaciones: Lambayeque, San Martín, Tumbes y Ucayali. Indistintamente, estas regiones presentan niveles de pobreza bajos (Lambayeque) y medios (San Martín, Tumbes y Ucayali).

Diversos factores explican las diferencias en el desarrollo del comercio exterior según región³. El Índice de Competitividad Regional del Perú 2024 (CENTRUM, 2024) mide la capacidad de cada región de gestionar eficazmente sus recursos y competencias, con el fin de mejorar su productividad y elevar el bienestar de su población. Las regiones que lideran el ranking son: Moquegua, Lima Metropolitana, Callao, Arequipa, Tacna e Ica. Las regiones que ocuparon las últimas posiciones son Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ucayali y Loreto. Las regiones que ocuparon las últimas posiciones son Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Ucayali y Loreto. Dicho indicador se basa en el análisis de cinco pilares: Economía, Empresas, Gobierno, Infraestructura, y Personas. Si bien todos se relacionan con el comercio exterior, estos miden diversos aspectos de la competitividad que son más amplios y van más allá de esta actividad. No obstante, en el caso del pilar de Economía, que incorpora indicadores de comercio exterior, se puede observar que las regiones que cuentan con niveles mayores de exportación no tradicional (categoría que actualmente lidera la agroexportación y que excluye productos mineros, hidrocarburos y agrícolas y pesqueros tradicionales), cuentan en general - con la excepción de Moquegua - con mayores niveles de competitividad económica. Como se analizará en las causas del problema público, las empresas enfrentan dificultades y retos distintos para el comercio exterior, según la región en la que se encuentren, dadas las condiciones de producción y oferta exportable, condición de la infraestructura y desarrollo de la facilitación del comercio, y nivel de capacidades de los actores.

Ilustración 13. Exportaciones no tradicionales (US\$ Millones) e Índice de Competitividad Regional - Pilar de Economía, 2024



Fuente: SUNAT, MINCETUR, IPE
Elaboración: MINCETUR/VMCE

Resulta imperativo que los gobiernos regionales concentren esfuerzos en fortalecer su producción para la exportación, de manera que se aproveche la oferta exportable potencial de cada región (CENTRUM, 2023). Al respecto, la OCDE (2016) enfatiza la necesidad de que en el Perú se desarrolle un enfoque más estratégico de las políticas territoriales, se fortalezca el rol de los gobiernos regionales y se promueva la inversión en infraestructura.

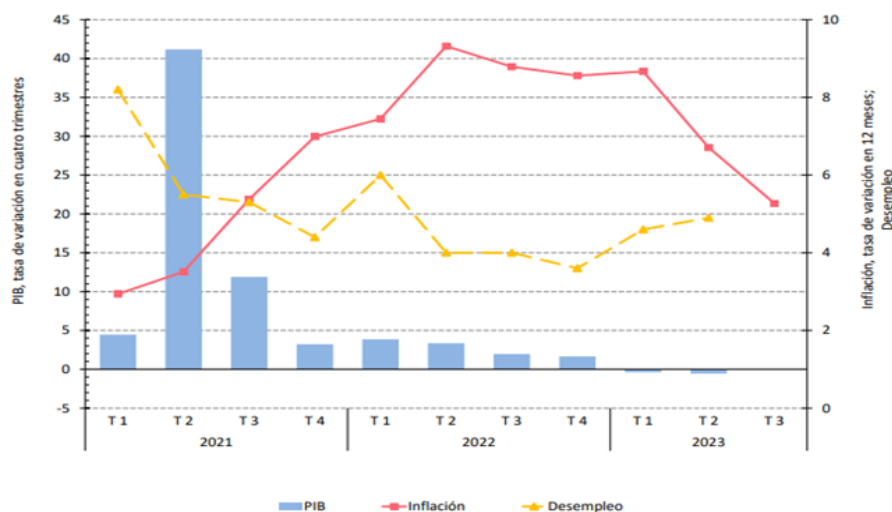
³ En el marco de esta Política Nacional, el término “región” o “regiones” dentro del territorio nacional peruano, se refiere a los departamentos del Perú.

A nivel macro, la economía peruana fue duramente golpeada por la pandemia del COVID-19 y las estrictas medidas implementadas para su contención. Luego de 21 años de crecimiento económico continuo, el año 2020, el PBI peruano se redujo en 10,9%. Desde esa fecha, se observa una situación de estancamiento y desaceleración en el crecimiento económico. En el 2023, se registró una caída en el PBI que resultó en una situación de recesión. Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), la economía peruana registró una contracción anual de 0,4% en el 2023 como resultado de diferentes choques de oferta, tales como anomalías climáticas asociadas al Fenómeno El Niño costero, las sequías en el sur, el brote de la gripe aviar y los conflictos sociales en la primera mitad del año; y también de factores de demanda, incluyendo la menor demanda externa por productos no tradicionales y la caída de la inversión pública subnacional. Estos factores incidieron en un débil crecimiento del consumo privado, un retroceso en la inversión privada y, además, afectaron el desempeño de actividades asociadas al comercio exterior.

No obstante, en 2024 la economía peruana mostró una recuperación, registrando un crecimiento de 3,3% como resultado de la reversión de la mayoría de los choques adversos del año anterior. La actividad primaria creció 4,1% gracias al repunte de los sectores agropecuario, pesquero y su manufactura asociada. Por su parte, los sectores no primarios crecieron 3,1%, destacando la manufactura, la construcción y los servicios. Este desempeño fue impulsado por la recuperación del empleo y los ingresos, baja inflación, mayor confianza empresarial, el incremento del turismo receptivo y los retiros autorizados de fondos de pensiones.

La economía peruana enfrenta desafíos significativos para recuperar su dinamismo y asegurar una senda de desarrollo sostenible. La inflación ha mostrado una tendencia al alza, principalmente debido al aumento de los precios de los alimentos y los combustibles a nivel mundial. Este incremento, junto con la depreciación de la moneda local, ha impactado negativamente en el poder adquisitivo de los ciudadanos, erosionando su capacidad para cubrir sus necesidades básicas y contribuyendo a un deterioro en la calidad de vida de la población. Por otro lado, el desempleo ha experimentado un aumento modesto pero preocupante, lo que refleja una debilidad en el mercado laboral peruano. De igual manera, las prácticas del sector informal, así como la delincuencia, robos y desórdenes, han sido identificados por el sector privado como las principales limitaciones del entorno empresarial, después de la inestabilidad política (Banco Mundial, 2023). Esta situación genera incertidumbre y dificultades financieras para numerosas familias, exacerbando las tensiones sociales y económicas en el país.

Ilustración 14. Perú PBI, inflación y desempleo, 2021 – 2023



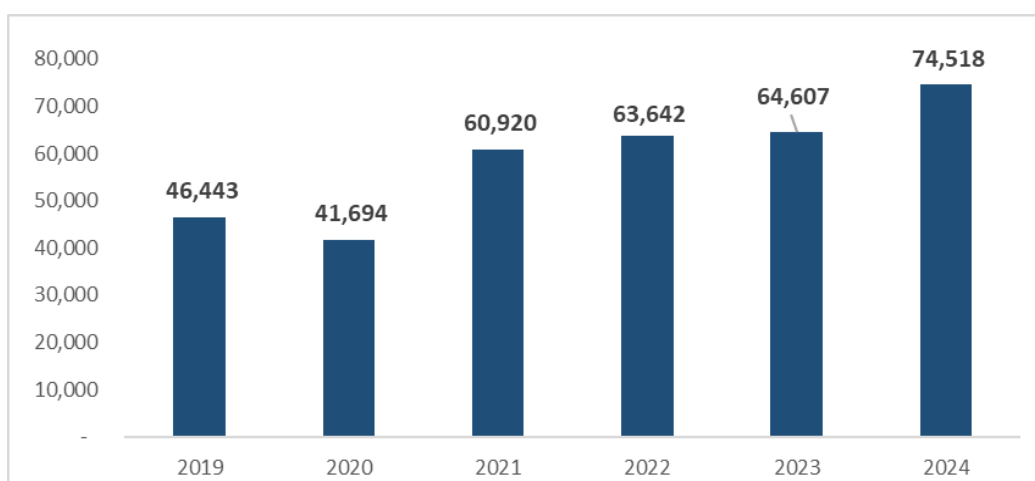
Fuente: (CEPAL, 2023a)
Elaboración: MINCETUR/VMCE

Por su parte, el nivel de pobreza monetaria en el Perú alcanzó al 29% de la población, aumentando 1,5 puntos porcentuales respecto al año 2022 (27,5%) (INEI, 2024). Con este resultado, se acumulan dos años consecutivos de aumentos en el nivel de pobreza, alcanzando una cifra similar a la alcanzada el año 2020 con el inicio de la pandemia COVID-19 (30,1%), y muy superior a los niveles prepandemia (20,2% en el año 2019), siendo imprescindible la adopción de medidas para revertir esta situación.

En el 2020, la pandemia de la COVID-19 y las medidas adoptadas para hacerle frente, afectaron negativamente los flujos de comercio. El valor total de las exportaciones dicho año ascendió a US\$ 41 694 millones, lo que representó una caída del -10,23% en comparación con el año anterior.

A medida que las restricciones a las actividades económicas se fueron levantando y se fueron resolviendo las disrupciones al comercio internacional, las exportaciones se recuperaron. En el año 2021, el valor exportado creció significativamente, llegando a US\$ 60 920 millones (+46,11%). Si bien en el 2022 y 2023 las exportaciones mantuvieron una tendencia ascendente, el ritmo de crecimiento disminuyó a 4,47% en 2022 y 1,52% en 2023. En 2024, el crecimiento se aceleró nuevamente, alcanzando una tasa de 15,34%

Ilustración 15. Evolución de las Exportaciones de Bienes 2019 – 2024 (US\$ Millones FOB)



Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

Las importaciones registraron fluctuaciones similares producto de la pandemia. En 2023, las importaciones cayeron 10,6% (a US\$ 48 867 millones), obedeciendo a menores compras de bienes intermedios (-18,4%). Sin embargo, en 2024, las importaciones se expandieron 5% por mayores compras de bienes de capital (+9%).

Si bien el comercio exterior se ha recuperado rápidamente después de la pandemia, el panorama local e internacional del comercio exterior ha cambiado de forma importante. De otro lado, en materia de infraestructura, debe resaltarse la reciente entrada en operaciones del Terminal Portuario de Chancay, que cambiará el panorama del comercio exterior en el Perú y la dinámica del comercio intrarregional en Sudamérica. Desde el inicio de sus operaciones a finales del 2024, este nodo logístico viene dinamizando la economía regional y reduciendo los tiempos de envío y los costos logísticos; generando así una mayor competitividad en las exportaciones peruanas y propiciando un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales del Perú no solo con China, sino también con otras economías del Asia-Pacífico, como Corea, Japón y las economías del Tratado Integral de Asociación Transpacífico.

La operación del terminal propiciará que el Perú se posicione como un hub logístico en el Pacífico sudamericano (El Peruano, Quiroz, Herrera), convirtiéndose en un centro de consolidación y distribución de carga. Esto impulsará el uso de los corredores interoceánicos, facilitará la conexión con puertos cercanos, y fortalecerá la integración de corredores logísticos a nivel nacional y subnacional. Asimismo, el potencial desarrollo de una zona económica especial en el área de influencia promovería la formación de clústeres logísticos e industriales. Se impulsará el comercio electrónico y se propiciará el desarrollo de nuevos servicios logísticos y de apoyo al comercio exterior. El mayor dinamismo y un marco regulatorio propicio generarán una mayor atracción de inversiones, así como la creación de un número importante de empleos. El Ministerio de la Producción estima que el puerto de Chancay tendrá un impacto económico de US\$ 4 500 millones anuales, equivalentes al 1,8% del PBI y que generará alrededor de 8 550 empleos directos (El Peruano, 2024).

El nuevo escenario económico internacional y nacional exige contar con una política que guíe al país en el desarrollo del comercio exterior, con el fin de enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades que esta coyuntura cambiante ofrece para el desarrollo y crecimiento nacional. Adicionalmente, tendencias como el *nearshoring*, la búsqueda de cadenas de valor resilientes y diversificadas, el boom del comercio electrónico, el unilateralismo en la aplicación de medidas que restringen el comercio exterior, entre otros, hacen necesaria una rápida adecuación por parte del entorno del comercio exterior en el Perú.

En conjunto, estos indicadores y contexto económico subrayan la urgencia de adoptar medidas efectivas para estimular el crecimiento económico, promover la inversión y mejorar las condiciones de vida de la población peruana. En este contexto, se requiere impulsar el desarrollo del comercio exterior, para contribuir a la reactivación económica efectiva en el país.

Según el Banco Mundial (2022), más de 1000 millones de personas en el mundo han salido de la pobreza gracias al crecimiento económico, sustentado en la apertura comercial desde los años noventa. Asimismo, según el Centro de Comercio Internacional (ITC, s. f.-b), el comercio y la inversión son esenciales para lograr el objetivo de mejorar la vida de los ciudadanos, a través del aumento de ingresos por divisas, la diversificación de la economía y la creación de mejores empleos.

El comercio exterior es uno de los motores más importantes de la economía peruana y del crecimiento del empleo que reduce la pobreza y aumenta las oportunidades económicas de nuestra región. El comercio de bienes y servicios se multiplicó por ocho entre 2001-2024, pasando de US\$ 17 534 a US\$ 148 038, impulsando el crecimiento de la economía (4,1% promedio anual) y una drástica reducción de la pobreza, que pasó de 55% el año 2001 a 27,6% en 2024.

En este contexto de alta incertidumbre, bajo crecimiento económico – negativo el 2023 (-0,4%) y recuperación en 2024 (+3,3%)– y aún un nivel de pobreza por encima de los niveles prepandemia (27,6% el 2024 frente al 20% en 2019), es necesario que el Perú pueda retomar la senda de crecimiento sostenido del comercio exterior en base a una mayor competitividad, a fin de que pueda potenciar su contribución a la reactivación económica del país. A tal efecto, resulta imprescindible abordar de manera integral los desafíos estructurales que obstaculizan el desarrollo del comercio exterior en las empresas peruanas, con el objetivo de impulsar la diversificación, la competitividad y el crecimiento económico sostenible.

Los esfuerzos de planeamiento estratégico con la participación de actores públicos y privados datan de hace más de 20 años en el sector comercio exterior, con la aprobación del PENX 2003-2013. La política comercial peruana se ha consolidado desde entonces, manteniéndose una política de apertura comercial plasmada en una extensa red de acuerdos comerciales con reglas claras y predecibles para el comercio y la inversión, que ha trascendido múltiples gobiernos dada la

importancia del sector para el buen desempeño económico en el país y la mejora constante de su competitividad.

La última actualización del PENX tiene un horizonte hasta el año 2025, por lo que corresponde desarrollar ahora la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, con un horizonte temporal hasta el 2040. El desarrollo de la PNCE permitirá guiar el desarrollo del comercio exterior y el cumplimiento de los objetivos nacionales en materia de competitividad, crecimiento y desarrollo. La PNCE permitirá adecuar la estrategia peruana a las nuevas tendencias en comercio exterior, atender necesidades tanto del sector exportador como del importador, y apuntalar el trabajo en áreas poco desarrolladas, pero de crucial importancia para el comercio exterior, tales como el comercio sostenible, el comercio de servicios, la atracción de inversiones empresariales, y comercio y género. La implementación de la PNCE contribuirá al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030.

Las condiciones económicas y sociales del país descritas líneas arriba, hacen muy oportuna la intervención para atender el problema público de “Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país” y contribuir con objetivos mayores del país. El insuficiente desarrollo del comercio exterior constituye una oportunidad de mejora que tiene impacto directo sobre la economía del país. El desarrollo del comercio exterior desempeña un papel crucial para generar oportunidades de crecimiento económico y para mejorar la calidad de vida de las personas, incrementando las oportunidades de negocios y los ingresos de las empresas, y contribuyendo a la generación de empleos de calidad; así como permitir el acceso tanto a los consumidores como a las empresas a una mayor variedad de bienes y servicios para su consumo o uso como insumos, bienes intermedios o de capital.

Al intervenir en las áreas identificadas en este documento, el Perú puede mejorar su posición en el comercio internacional, aprovechando oportunidades y superando obstáculos para fomentar un crecimiento sostenible y equitativo. La colaboración entre diversos actores y la implementación de políticas efectivas son esenciales para lograr un impacto positivo en el comercio exterior del país.

La población objetivo de la PNMCE está compuesta principalmente por las empresas que realizan transacciones de comercio exterior, incluyendo a empresas exportadoras y empresas importadoras, así como a las empresas con potencial exportador y organizaciones. Otros actores importantes son los gremios y entidades del sector público que brindan servicios de apoyo a las empresas.

A través de estos actores, el comercio exterior influye en la población y economía en general, a través de mejores precios y calidad de productos, así como una mayor eficiencia, competitividad, generación de empleo y transferencia de capacidades.

Siendo la problemática distinta según tamaño de empresa, sector y región, se requiere atención especializada frente a MIPYME, y contar con el apoyo de los sectores relevantes según sector y espacio geográfico. A continuación, se presentan definiciones vinculadas a la población objetivo:

- a) **Exportadoras:** Las que realizan actividades de exportación de bienes y servicios. Al año 2024, se registraron un total de 9 771 empresas exportadoras de bienes. Estas se dividen en:
 - **Exportadoras consolidadas:** Las que han exportado continuamente al menos los últimos 5 años. Al año 2024, se contaba con un total de 3 318 exportadoras consolidadas de bienes.

- **Exportadoras esporádicas:** Las exportadoras que no registran exportaciones continuas en los últimos 5 años. Al año 2024, se registraron un total de 6 453 exportadoras esporádicas de bienes.

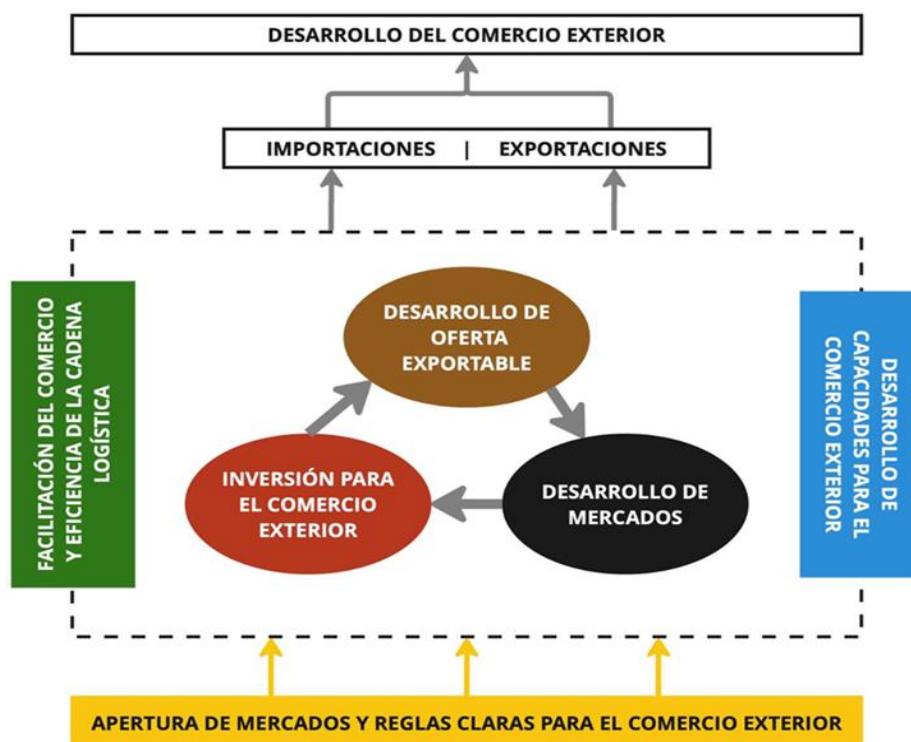
- b) **Importadoras:** Son las que realizan actividades de importación de bienes y servicios. En 2024 se registraron 40 798 importadoras de bienes.
- c) **Empresas con potencial exportador:** Empresas que aún no han exportado (directamente) pero que cuentan con una oferta de bienes o servicios con demanda en el mercado internacional. Por lo general, estas empresas tienen limitaciones en su participación en el comercio exterior debido a factores como falta de conocimiento, recursos financieros limitados, barreras regulatorias o falta de acceso a mercados internacionales.
- d) **Organizaciones de productores:** Conjunto de productores que se asocian de manera voluntaria con el objetivo de promover el interés colectivo de sus integrantes, mediante la cooperación en actividades productivas y comerciales.
- e) **Empresas integradas a la cadena de valor de exportación:** Empresas de bienes y servicios que están integradas a cadenas de valor de exportación, aunque no exporten directamente.
- f) **Empleados y trabajadores de estas empresas:** Quienes podrían experimentar una menor estabilidad laboral, oportunidades de crecimiento limitadas o incluso pérdida de empleo si las empresas no pueden expandirse o competir efectivamente a nivel internacional.
- g) **Consumidores:** Si las empresas locales no pueden aprovechar las oportunidades de comercio exterior para importar productos extranjeros a precios competitivos o para ofrecer una variedad más amplia de productos, los consumidores peruanos podrían enfrentar una menor diversidad de opciones y posiblemente precios más altos.

Cabe señalar, que, a diferencia del caso de comercio de bienes, no se cuenta con estadísticas fehacientes sobre las empresas dedicadas al comercio exterior de servicios, lo cual es una problemática que se busca abordar en el marco de la PNMCE.

Además, **resulta de suma importancia para el sector contar con información acerca de las empresas exportadoras no consolidadas y con potencial exportador en cada región del país, particularmente las MIPYME**, que exhiben un problema de baja competitividad para insertarse con mayor probabilidad de éxito en los mercados internacionales, de manera sostenible en el tiempo. **Se estima que existen 5 279 MIPYME exportadoras no consolidadas, y 138 812 MIPYME con potencial exportador en todo el país**, con un total de 144 091 MIPYME que podrían requerir servicios de desarrollo empresarial.

- **Modelo Conceptual del Desarrollo del Comercio Exterior**

Ilustración 16. *Modelo Conceptual del Desarrollo del Comercio Exterior*



Fuente: Elaboración Propia – PENX 2025

El **modelo de desarrollo de comercio exterior** que se propone, se basa en la **apertura de mercados y el establecimiento de reglas claras para el comercio exterior** como **pilar fundamental** para el adecuado funcionamiento del ecosistema del comercio exterior, al fijar las condiciones favorables para que los actores privados puedan realizar actividades comerciales de importación y exportación con los mercados internacionales. Ello implica contar con acceso a diversos mercados en condiciones preferenciales y con un marco regulatorio que brinde seguridad a los actores privados y reduzca o elimine barreras injustificadas al comercio exterior para la exportación e importación de bienes y servicios. Este componente incluye las medidas de apertura comercial y las reglas del comercio que se establecen en el marco de la Organización Mundial del Comercio, la Comunidad Andina, y a través de la red de acuerdos comerciales preferenciales (TLCs) del Perú; así como sus mecanismos de consulta y solución de controversias.

El modelo cuenta, además, con **tres componentes centrales del ecosistema**, que plasman la dinámica económica de interacción entre la oferta, demanda e inversión. Así, se tiene un primer componente central de **desarrollo de oferta exportable**, que involucra el desarrollo de una canasta exportadora de bienes y servicios diversificada, con niveles de sofisticación (valor agregado) y sostenibilidad cada vez mayores, y que cumpla con los estándares y requisitos requeridos en el exterior, de manera que pueda beneficiarse de las oportunidades que generan los mercados internacionales y aprovechar las preferencias obtenidas a través de los TLCs, los cuales colocan a la oferta exportable peruana en una situación de ventaja competitiva frente a otros países que no gozan del mismo nivel de beneficios.

El segundo componente es el **desarrollo de mercados internacionales**, el cual involucra, para los actores privados, contar con información relevante para la selección de mercados de destino u origen para sus bienes y servicios – incluyendo las tendencias que surgen en el consumo, producción y comercio global, y las condiciones de acceso y comercialización de los productos; una activa promoción comercial en destino, y con una estrategia de aprovechamiento de las oportunidades comerciales derivadas de los acuerdos comerciales. De esta manera, las empresas podrán aumentar su posicionamiento en mercados específicos, así como diversificar destinos y hacer más resilientes sus cadenas de suministro. La oferta exportable se adaptará a las demandas de los mercados internacionales, y podrá colocarse y posicionarse en el exterior, generando mayores ingresos y oportunidades de crecimiento.

El tercer componente es la **inversión para el comercio exterior**, la cual puede provenir de las empresas nacionales o del exterior. La inversión para el comercio exterior potencia la competitividad de la economía para el desarrollo de una oferta exportable de calidad y mayor valor agregado, así como facilita el comercio exterior de bienes y servicios. Cabe destacar que la atracción de inversión extranjera directa se da en el marco de la apertura comercial y reglas claras para el comercio, los cuales hacen del país un destino atractivo para las inversiones. El desarrollo de mercados permite también a las empresas peruanas importar tecnología y bienes de capital para potenciar la inversión. La dinámica de la oferta, demanda e inversión permite el aprovechamiento de oportunidades comerciales e impulsa el desarrollo del comercio exterior.

Finalmente, dos pilares actúan transversalmente, afianzando y contribuyendo al buen funcionamiento del modelo. El primero de ellos es la **facilitación del comercio para la eficiencia de la cadena logística**. Este pilar contempla la facilitación y eliminación de ineficiencias en procedimientos relacionados al comercio exterior, la reducción de costos logísticos (enfocados principalmente en la atención de la brecha de infraestructura requerida para el comercio exterior) y el afianzamiento de los sistemas y servicios correspondientes. El segundo pilar transversal es el **desarrollo de capacidades para el comercio exterior** de los diferentes actores intervinientes, a partir de instrumentos que mejoren su productividad y competitividad, así como de una gobernanza público-privada y una articulación multisectorial y nacional-regional que asegure el abordaje conjunto y cohesionado del modelo, generando sinergias en las intervenciones de apoyo al comercio. El resultado de la interacción de todos estos componentes son las importaciones y exportaciones de bienes y servicios del país.

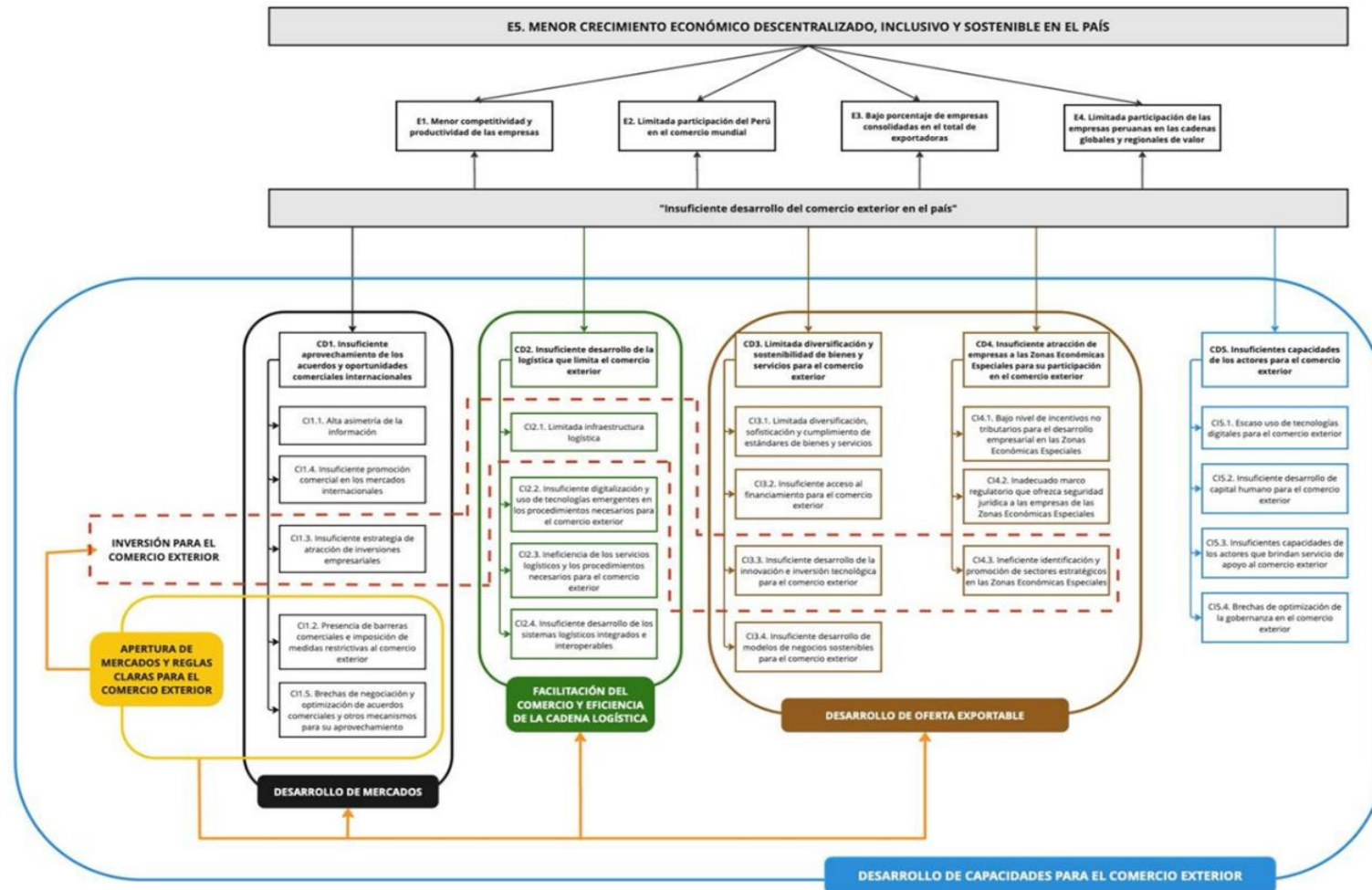
De esta manera, el desarrollo del comercio exterior refleja la capacidad de la economía de aprovechar el potencial y oportunidades para impulsar el crecimiento y desarrollo económico descentralizado, inclusivo y sostenible en el país, a través del comercio exterior. **Cabe resaltar que el PENX ha reflejado un sistema similar en el pasado**, enfocado en las exportaciones. Así, el PENX 2025 (MINCETUR, 2015) estableció un modelo compuesto de cuatro pilares: 1) Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados, 2) Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, 3) Facilitación del comercio y eficiencia de la cadena logística internacional, y 4) Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora. De manera equivalente, el ITC (s. f.-b) propone que una estrategia nacional de exportación debe abordar a) los problemas del lado de la oferta para responder a las oportunidades del mercado internacional, b) la mejora del entorno empresarial, c) las limitaciones al acceso al mercado, y d) el logro de los objetivos de desarrollo.

Así, el desarrollo del comercio exterior es el resultado de la interacción de un conjunto de diferentes variables y actores. En efecto requiere de la construcción y buen funcionamiento de un ecosistema público-privado, en el cual la empresa es el centro, y los gremios y asociaciones de comercio exterior juegan un rol importante como enlace con los actores públicos vinculados al comercio exterior.

En ese sentido, el desarrollo del comercio exterior depende de la interacción y la colaboración entre diversos actores y no es simplemente una cuestión de gestión interna o coordinación dentro de las entidades públicas. Los desafíos no se deben a la falta de capacidades técnicas o recursos dentro de una entidad específica, sino a la necesidad de un enfoque integral y colaborativo que involucre a todos los actores relevantes en el ecosistema del comercio exterior

3.2. Modelo del problema público

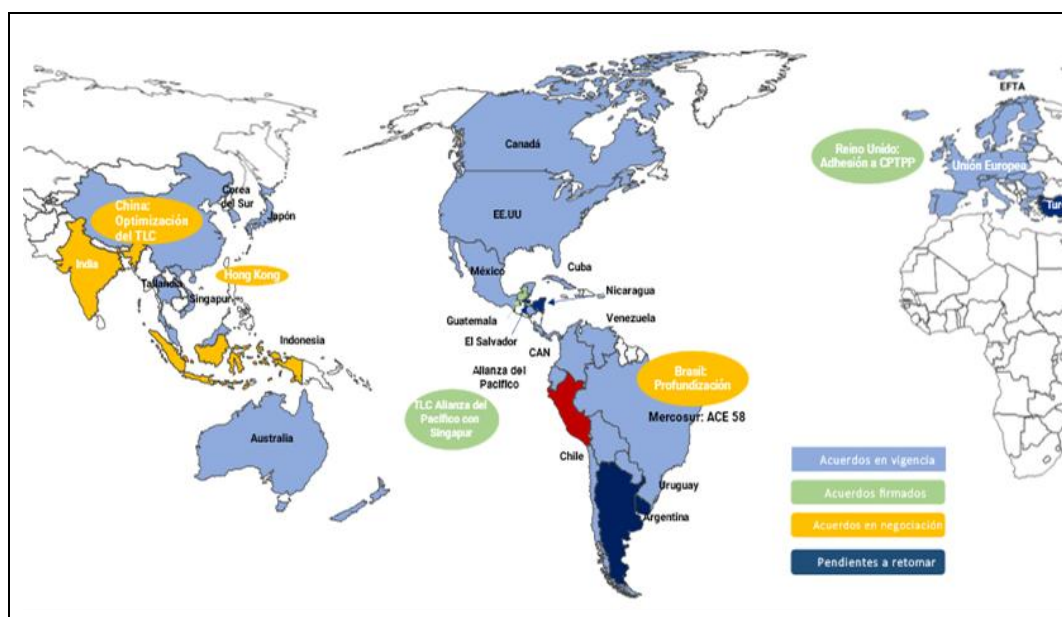
Ilustración 17. Árbol de Problemas



3.2.1. Causa directa 1: Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales

Como parte de su estrategia para una efectiva inserción en los mercados internacionales, el Perú emprendió una ambiciosa agenda de negociación de acuerdos comerciales internacionales que generen condiciones preferenciales para el acceso de bienes y servicios a los mercados y faciliten la inversión. Es así que, sumado al marco del sistema multilateral de comercio de la OMC, que implicó una importante reducción de los aranceles y normas de facilitación del comercio para sus 166 miembros, el Perú cuenta actualmente con una amplia red de 23 acuerdos comerciales con 58 socios comerciales. Estos países, con los que el Perú comercia en condiciones preferenciales, representan el 82% del PBI mundial y el 42% de la población mundial (3 200 millones de personas). Los socios con mayor participación en el comercio exterior peruano incluyen potencias económicas como China, Estados Unidos, la Unión Europea, Japón y Corea del Sur, así como países de la región como Chile y México. En la actualidad, más del 90% de las exportaciones peruanas se dirigen a países con los que el Perú tiene un acuerdo comercial preferencial, mientras que dicho porcentaje alcanzaba el 8% el año 2006.

Ilustración 18. Perú Red de acuerdos comerciales internacionales



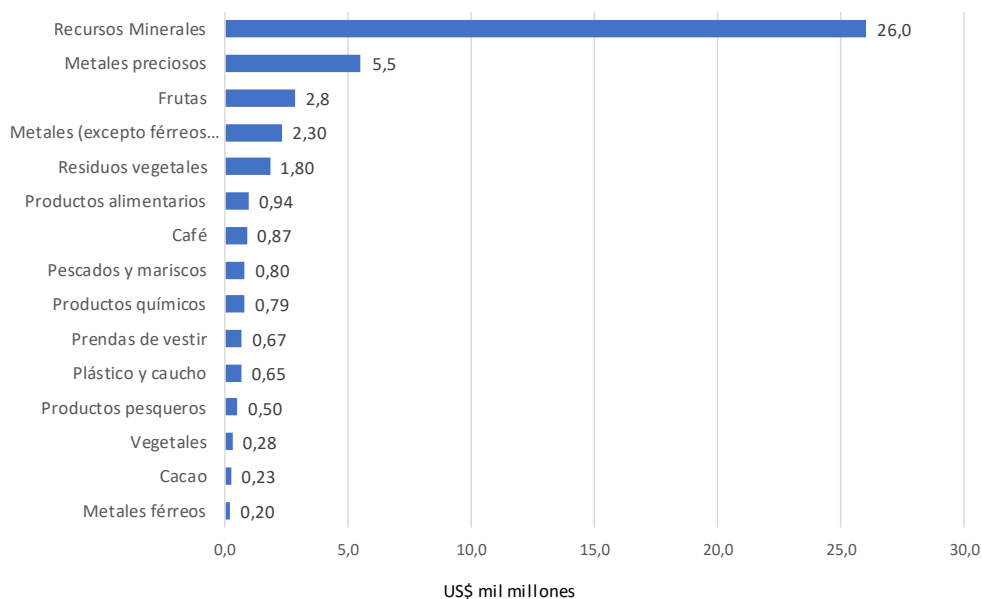
Fuente: DGNCI

Elaboración: Propia.

Si bien el Perú cuenta con una extensa red de acuerdos comerciales, no se aprovecha plenamente las oportunidades comerciales que surgen a raíz de los mismos. El grado de utilización de los acuerdos comerciales varía entre los diferentes socios comerciales, debiéndose a diversos factores como el nivel de consolidación del mercado de destino, tales como Estados Unidos y la Unión Europea, que pueden generar interés y confianza a los actores de comercio exterior; aspectos culturales y de idioma, nivel de demanda y complementariedades con la oferta exportable peruana, o desconocimiento de oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales en ámbitos distintos al comercio de bienes, tales como las oportunidades de participar en procesos de contratación pública, de comercio de servicios en sus distintas modalidades, o en el comercio electrónico, entre otros; perdiéndose así oportunidades para diversificar mercados y proveedores, integrarse en cadenas regionales y globales de valor, y hacer las cadenas de valor más resilientes.

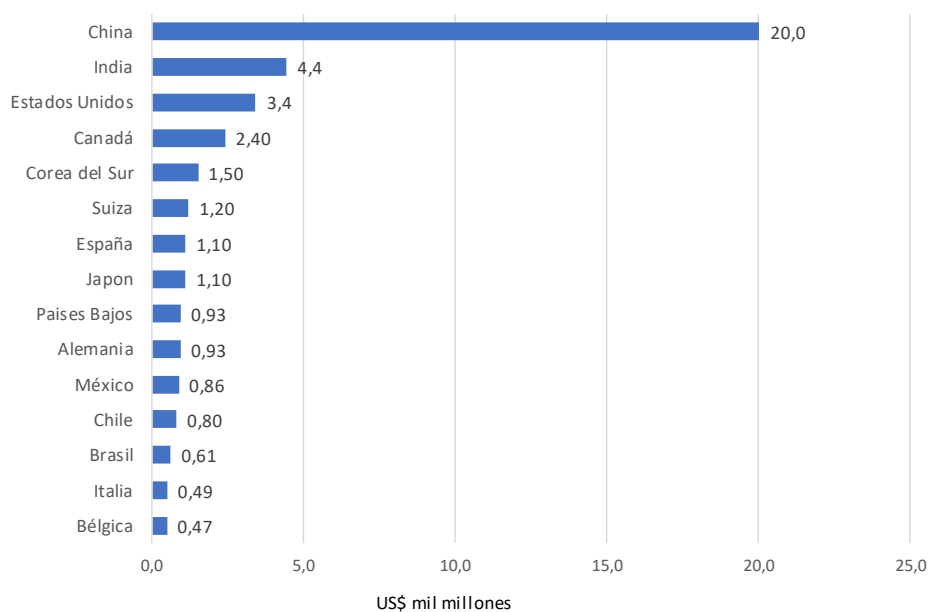
Según la metodología de potencial de exportación del ITC, el Perú tiene potencial de exportación para productos como minerales, frutas, alimentos procesados, entre otros. Asimismo, principales mercados con potencial de exportación para los productos de la oferta peruana incluyen países en Asia, Europa y Norteamérica. También se identifica potencial en países de la región de Latino América.

Ilustración 19. Exportaciones Potenciales sin explotar del Perú, por Sectores (Top 15)



Fuente: ITC-Export Potential Map
Elaboración: MINCETUR-VMCE-DGIECE

Ilustración 20. Exportaciones Potenciales sin explotar del Perú, por países (Top 15)



Fuente: ITC-Export Potential Map

Este insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales conlleva a un menor desarrollo del comercio exterior en el país, en tanto se pierden oportunidades para realizar mayores operaciones de exportación e importación en distintos mercados internacionales. El aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales permite generar economías de escala en la producción de bienes y servicios peruanos, dinamizar las inversiones, y generar mayores ingresos para los productores y exportadores peruanos, los cuales adquieren experiencia y conocimiento, así como insumos y tecnología para mejorar la calidad de la oferta exportable peruana y asegurar su cumplimiento con estándares internacionales, generando una retroalimentación que fortalece el entorno empresarial peruano y permite a las empresas exportadoras consolidarse y avanzar en sus procesos de internacionalización.

El insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales podría deberse a factores como: la asimetría en el acceso a información de mercados necesaria para una adecuada identificación de oportunidades comerciales para los bienes y servicios, dado el conocimiento no sistematizado de los mercados potenciales, la insuficiente difusión de la información sobre los alcances y beneficios de los acuerdos comerciales en vigor, así como de las oportunidades que estos generan, y la falta de conocimiento por parte de las empresas, en particular las MIPYME; la presencia de barreras e imposición de medidas restrictivas al comercio exterior, que limita el acceso a los bienes y servicios, o genera mayores costos de cumplimiento; una insuficiente estrategia de atracción de inversiones empresariales para generar una dinámica que aumente el flujo comercial internacional de nuestro país hacia el mundo (considerando las oportunidades de exportaciones e importaciones que se pueden consolidar desde el Perú), y; una insuficiente promoción comercial en los mercados internacionales, reflejada en la participación limitada de empresas en acciones de promoción, la falta de recursos para ampliar el alcance de estas actividades, y la necesidad de fortalecer las capacidades empresariales para cumplir con los requisitos exigidos para participar en dichas actividades.

Causa Indirecta 1.1: Alta asimetría de la información

La disponibilidad de la información es un componente estratégico esencial en los negocios globales. La búsqueda de oportunidades comerciales depende de la confiabilidad de la información con la que se analiza una serie de variables relativas a la demanda, las tendencias, los patrones de consumo, entre otros, y que favorecen la toma de decisiones más adecuadas que puedan asegurar la materialización de los negocios (MINCETUR, 2015). La inteligencia comercial es un instrumento que le permite a las empresas identificar los mercados y requisitos para insertarse en los cuales tengan interés.

La asimetría de la información sobre mercados de destino dificulta el aprovechamiento de acuerdos y oportunidades comerciales, en tanto los actores del comercio exterior no cuentan con información y conocimientos suficientes acerca de los acuerdos comerciales y sus beneficios, así como de los mecanismos para utilizarlos, ni cuentan con, o desconocen cómo acceder a, información especializada acerca de las particularidades y exigencias (regulatorias o de los consumidores) de los diferentes mercados con los cuales pueden realizar negocios. Ello puede generar a las empresas dificultad para encontrar compradores o proveedores confiables, mayores costos de transacción, y menor poder de negociación, reduciendo así las probabilidades de llevar a cabo operaciones exitosas de comercio exterior y de desarrollar de relaciones de negocios duraderas en el tiempo. Las oportunidades comerciales se identifican mediante un análisis cuidadoso del mercado, incluyendo la identificación de si existe un acuerdo comercial preferencial y los beneficios que otorga, la competencia y las tendencias actuales; lo cual puede ser apoyado a

través de las oficinas de promoción comercial u oficinas económicas en las embajadas (Banco Mundial, 2019).

En el Perú, la falta de información sobre las oportunidades para productos (bienes y servicios) peruanos en el extranjero es uno de los obstáculos a la actividad exportadora, según el estudio “Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú” (Malca Guaylupo & Rubio Donet, 2015). Dicho estudio resalta la falta de experiencia y conocimiento de las empresas para conocer las técnicas de identificación y dimensionamiento de los mercados de exportación, así como para hacer uso de diversas fuentes de información, tales como bases de datos especializadas en comercio internacional. En ese marco, **las MIPYME enfrentan mayores dificultades de información para acceder a los mercados internacionales,** incluyendo para encontrar compradores y proveedores, para comprender las normas extranjeras y nacionales vinculadas al comercio exterior, y para conocer los cambios en las regulaciones comerciales.

En materia de los acuerdos comerciales internacionales, si bien el contenido de los acuerdos comerciales es de acceso público, a través de las páginas web www.acuerdoscomerciales.gob.pe y gob.pe/mincetur, y también se publican los estudios de aprovechamiento de los acuerdos comerciales de manera anual y los reportes de comercio bilateral con diversas economías (con o sin acuerdo comercial), esta información es poco conocida y, por ende, utilizada por los actores del comercio exterior, principalmente, por aquellos que recién desean iniciar actividades de comercio exterior. Por ello, el MINCETUR viene realizando actividades de difusión de los beneficios y oportunidades de acuerdos comerciales a nivel regional, en cooperación con las Embajadas de los socios comerciales.

En el Perú se viene implementando una red de inteligencia y vigilancia de mercados internacionales, con el fin de articular mejor los productos y servicios de inteligencia comercial que responda a las necesidades del sector privado⁴. El MINCETUR y PROMPERÚ desarrollan diversos recursos que son puestos a disposición de empresas exportadoras y público en general, por ejemplo, a través del portal Exportemos.pe. Estos recursos incluyen estudios de mercado, informes especializados, perfiles producto-mercado, reportes de innovación, guías de mercado, entre otros, que cubren diversos sectores de la economía y mercados de destino. Asimismo, la información es difundida mediante seminarios de inteligencia de mercados, en los que se abarcan líneas de productos y mercados específicos y en los que participa un número más acotado de empresas exportadoras y con potencial exportador. Además, la labor de inteligencia comercial y vigilancia de mercados es potenciada por las Oficinas Económico-Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) de PROMPERÚ, las mismas que tienen presencia en 49 mercados y generan información in-situ sobre los mismos. Por su parte, se destaca la labor de los gremios empresariales vinculados al comercio exterior, quienes generan información relevante de inteligencia comercial que ponen a disposición de sus asociados y público en general, y juegan también un rol importante en la vigilancia de mercados internacionales, informando acerca de oportunidades y riesgos comerciales que enfrentan sus asociados en sus operaciones de comercio exterior con mercados específicos. Asimismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores difunde entre los sectores públicos y gremios empresariales concernidos, información relevante sobre los mercados internacionales, oportunidades de negocios y alertas de medidas que afecten las exportaciones peruanas, que recaban sus misiones en el exterior.

⁴ La Red de Inteligencia y Vigilancia de Mercados Internacionales es una medida establecida en el marco del Objetivo Prioritario 7 “Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios” del Plan Nacional de Competitividad y Productividad, y es coordinado por el Comité Multisectorial de Mercados Internacionales. La propuesta de la Red de Inteligencia fue aprobada con acta N°17 de 11 de diciembre de 2020, de dicho Comité.

Si bien se ha logrado cubrir una parte importante de la información vinculada a la inteligencia de mercados y sectores de exportación, existe aún una brecha respecto a las líneas de productos y países priorizados para la oferta exportable peruana. A la fecha, no ha sido posible abarcar la totalidad de sectores, líneas de productos y mercados priorizados para la oferta exportable peruana. Los recursos humanos y financieros son limitados para generar información especializada. En especial, se requiere contar con información especializada sobre oportunidades de mercado para la exportación de servicios. Asimismo, no se ha logrado diversificar la generación de información respecto de diversos sectores de la economía, tales como manufacturas, servicios, pesca y el sector metal-mecánico, teniendo una fuerte concentración en la actualidad en el sector agro. Por otro lado, existe una brecha de información respecto de mercados en los que no se cuenta con OCEX o acuerdos comerciales, pero que presentan potenciales oportunidades comerciales. En ese contexto, en aquellos lugares donde no operan las OCEX, a través de las misiones en el exterior del Ministerio de Relaciones Exteriores se coadyuva a la identificación de oportunidades comerciales; así como de potenciales barreras al comercio o nuevas regulaciones que afecten el comercio implementadas por diferentes mercados, y se recibe información estratégica sobre los mercados, ferias, misiones comerciales y visitas de autoridades vinculadas al comercio, la que se pone en conocimiento de los sectores y gremios concernidos. Sin embargo, hace falta un mayor esfuerzo de articulación multisectorial para que dicha información sea aprovechada oportunamente por todos los actores relevantes. Asimismo, considerando la dinámica comercial a nivel internacional y los cambios constantes en los patrones y tendencias de consumo, es importante tener en cuenta que la información debe actualizarse periódicamente para mantener su vigencia.

Causa Indirecta 1.2: Presencia de barreras comerciales e imposición de medidas restrictivas al comercio exterior

Las barreras comerciales y medidas restrictivas al comercio exterior limitan el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales en tanto restringen el libre flujo de bienes y servicios en el comercio internacional. En la actualidad, los aranceles han dejado de ser la principal barrera al comercio exterior, gracias a su continua reducción a través de medidas de liberalización unilateral implementadas por diversos países (entre ellos, el Perú), como a través de la proliferación de acuerdos comerciales preferenciales a nivel global.

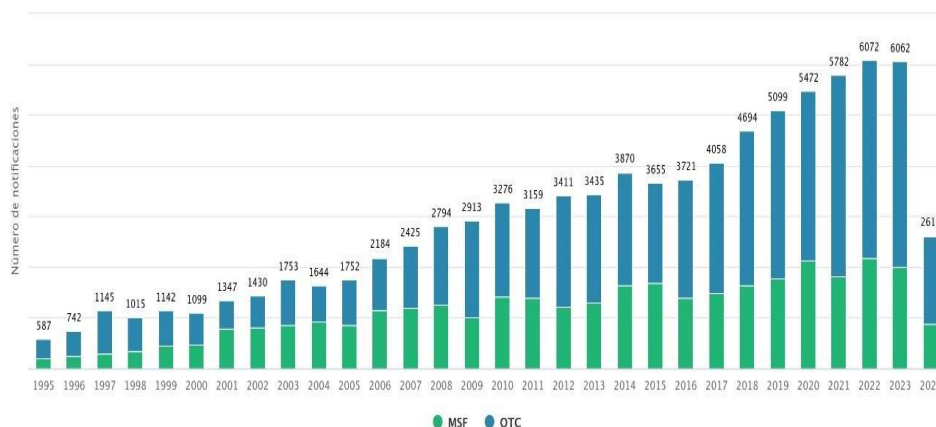
Son las medidas no arancelarias (MNAs⁵) las que, debido a su notable incremento en número y complejidad, representan en la actualidad la mayor preocupación para los actores del comercio exterior. Existen diferentes tipos de MNAs, entre ellas las medidas técnicas y no técnicas⁶. De acuerdo con la OMC, las medidas técnicas son clasificadas en medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) y obstáculos técnicos al comercio (OTC)⁷. Según el Portal Integrado de Información Comercial de la OMC, las MSF y los OTC son las MNAs más empleadas por los Miembros (OMC, s. f.-c). Esto se refleja en el incremento de notificaciones MSF y OTC por parte de los Miembros de la OMC (ITC et al., s. f.); las cuales se han incrementado significativamente durante el periodo comprendido entre los años 1995 y 2023. A través de las notificaciones ante la OMC, los Miembros dan a conocer sus medidas adoptadas o en proyecto a fin de informar sobre las mismas y permitir la formulación de observaciones por parte de los socios comerciales.

⁵ Medidas de política distintas de los aranceles, que pueden tener repercusiones económicas en el comercio de mercancías, modificando el volumen de las transacciones, los precios o ambos (UNCTAD, 2019a).

⁶ Por ejemplo: medidas antidumping, medidas compensatorias y salvaguardias, entre otras.

⁷ Tanto el Acuerdo MSF como el Acuerdo OTC de la OMC reconocen el derecho de los Miembros a establecer las medidas que consideren necesarias siempre que estas no creen obstáculos innecesarios al comercio, sin perjuicio de los objetivos legítimos que puedan perseguir en función a la salud y seguridad de las personas, de la vida animal y vegetal, cuidado del medio ambiente, y la prevención de prácticas que puedan inducir a error, entre otros.

Ilustración 21. Número de notificaciones MSF y OTC por año



Fuente: E-ping (2024). SPS & TBT Platform

Los principales socios comerciales de Perú son también los principales Miembros que más notifican sus medidas MSF, tales como Estados Unidos, China, y Unión Europea. Es relevante mencionar que el Perú se encuentra asimismo en el Top 10 de los países que más notifican estas medidas. Igualmente, en el caso de OTC, se observa que los principales socios comerciales del Perú, entre ellos, Estados Unidos, China, y Unión Europea, son los Miembros que más notifican sus reglamentos técnicos, normas y procedimientos de evaluación de la conformidad, ya sea en etapa en proyecto o vigentes.

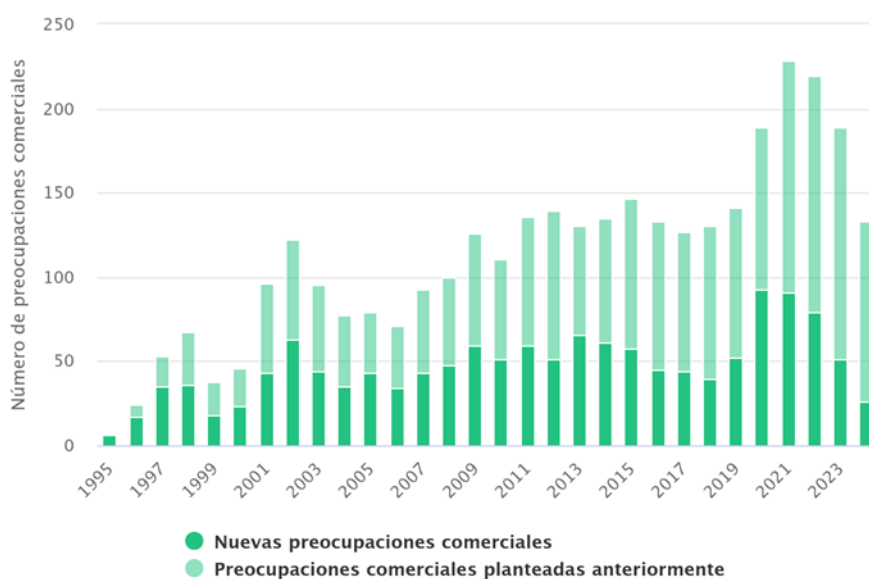
Las MSF y los OTC generan el mayor impacto económico en el comercio internacional ya que tienden a incrementar los costos de producción y, por ende, los costos del comercio (UNCTAD, 2013). Según un informe del BID, cuando no cuentan con un diseño adecuado, las medidas técnicas pueden generar incrementos en el costo de las importaciones utilizadas en la producción de bienes y limitar la participación en las cadenas globales de valor, dado que dichas medidas se aplican a los bienes finales, insumos intermedios y bienes de capital (Blyde, 2024).

Estas medidas representan una mayor preocupación para las PYMES debido a que estas son más sensibles al aumento de los costos (OMC, 2016). La heterogeneidad de las medidas técnicas impuestas en distintos mercados es un reto para las empresas, en especial para las PYMEs, dado que estas, si desean abastecer diferentes mercados, además del suyo propio, posiblemente tengan que cumplir con dos o más requisitos técnicos distintos en diferentes países, lo cual genera mayores costos y dificulta el aprovechamiento de economías de escala (Blyde, 2024). Según una encuesta del BID realizada el 2022 en 16 países de América Latina y el Caribe, el 33% de las 259 empresas encuestadas indicó que las medidas técnicas eran un impedimento para exportar en la región, proporción que aumentó a 50% entre las empresas que tenían bajos niveles de exportaciones. Asimismo, casi el 60% de las empresas indicaron que tenían un producto que enfrentaba diferentes regulaciones en diferentes países de la región. De este grupo, el 43% indicó que ello les generaba altos costos, producto de cambios significativos en la producción y/o pruebas para satisfacer a cada mercado de destino (Blyde, 2024).

Las MNAs pueden generar importantes efectos restrictivos y distorsionadores en el comercio, independientemente de si su aplicación sigue un fin proteccionista o si busca abordar un objetivo legítimo (UNCTAD, 2013), limitando así el aprovechamiento de acuerdos y oportunidades

comerciales. Según la UNCTAD (2015), estas medidas pueden convertirse en barreras dependiendo de la naturaleza proteccionista de la misma. En algunos casos, las MSF y OTC pueden ser usadas con fines proteccionistas o presentan requisitos más restrictivos de lo necesario (UNCTAD, 2013). Esta situación se ve reflejada en el incremento del número de Preocupaciones Comerciales Específicas (PCEs) planteadas por los países miembros de la OMC con respecto a las medidas MSF y OTC impuestas por otros Miembros (OMC, s. f.-a). La ilustración 21 presenta el número de PCEs en el ámbito MSF y OTC por año, desde 1995 hasta 2023. Si bien se observa un aumento sustancial en el número de PCEs presentadas a ambos Comités, más del 50% de las mismas han sido planteadas anteriormente y no todas han sido resueltas⁸.

Ilustración 22. Número de PCE en el ámbito MSF y OTC por año



Fuente: OMC

Perú no ha sido ajeno a preocupaciones con respecto a la imposición de medidas MSF u OTC por los principales socios comerciales, las cuales pueden generar barreras o limitar el desarrollo del comercio en el país, tanto por los exigentes requisitos de la medida, como por la baja capacidad de cumplimiento por parte de los productores y exportadores peruanos. Por ejemplo, desde hace algunos años, la UE ha establecido controles adicionales a varios productos orgánicos peruanos por la incidencia en incumplimiento del respectivo Reglamento Técnico de la UE. Asimismo, respecto a los requisitos de inocuidad de los alimentos y piensos, de acuerdo con el sistema Rapid Alert System for Food and Feed (RASFF⁹, por sus siglas en inglés), los países europeos han registrado un total de 61 notificaciones¹⁰ correspondientes, en su mayoría, a la existencia de un posible riesgo directo o indirecto relacionado a la inocuidad de alimentos y piensos

⁸ https://tradeconcerns.wto.org/es/explore/by_meeting?searchParameterDomainIds=1&searchParameterSubjectMembers=C604

⁹ El RASFF es una herramienta de la Unión Europea que permite a las autoridades de control de alimentos y piensos acceder a un rápido intercambio de información sobre las medidas tomadas ante la detección de un riesgo en un pienso o en un alimento.

¹⁰ RASFF WINDOW de Notificaciones de la Comisión Europea sobre presencia de contaminantes en productos peruanos (riesgos y peligros de inocuidad): <https://webgate.ec.europa.eu/rasff-window/screen/search?searchQueries=eyJkYXRlIjp7InN0YXJ0UmFuZ2UiOiIiLCJlbmRSYW5nZSI6Ij9LCjB3VudHJpZXMhOnsib3JpZ2luQ291bnRyeSI6W1s1MTgwXV19LCJub3RpbmJpYXRpb25TdGF0dXMiOnsibm90aWZpY2F0aW9uU3RhdHVzIjpibWzFdXX19>

peruanos, durante el periodo 2020 a 2023. Cabe indicar que, los reportes de Perú en el sistema RASFF Window se han visto reducidos considerablemente debido a la rápida acción por parte de las autoridades sanitarias del país. Por lo tanto, es importante que las autoridades peruanas continúen trabajando para mejorar el control de la inocuidad alimentaria en el país y se cuente con una articulación adecuada con MINCETUR y el Ministerio de Relaciones Exteriores para la oportuna solución de incidencias respecto a los envíos al exterior.

Las medidas aplicadas unilateralmente por terceros países o economías pueden tener un impacto negativo en el comercio exterior, afectando a las exportaciones peruanas, de forma tal que no se aproveche suficientemente la apertura comercial ante la exigencia de este tipo de requisitos. En efecto, las restricciones (medidas de carácter técnico, administrativo, ambiental, sanitario, financiero o cambiario), gravámenes u otras medidas impuestas por nuestros socios comerciales pueden impedir o dificultar el acceso de nuestros productos a los mercados del exterior.

Especial relevancia toman las medidas unilaterales de protección ambiental que impactan en el comercio internacional; que, si bien pueden perseguir objetivos legítimos, producen un efecto directo sobre las exportaciones peruanas. Por ejemplo, a medida que se acentúa el cambio climático, ha aumentado la aplicación de medidas para evitar las fugas de carbono, fenómeno por el cual las empresas trasladan sus operaciones a lugares con precios del carbono más bajos o normas menos exigentes (Mehling et al., 2019), se torna más ambiciosa. Según De Angelis et al. (2024), la solución óptima para compensar las fugas de carbono sería la introducción de un mecanismo de tarificación del carbono coordinado a nivel mundial; pero, dadas las dificultades para el diseño de un mecanismo de esa naturaleza, surgen otras alternativas, tales como la inclusión de disposiciones ambientales en los acuerdos comerciales y la aplicación de medidas comerciales unilaterales con objetivos ambientales.

Otro ejemplo relevante en la actualidad es la nueva regulación europea sobre productos libres de deforestación (EUDR¹¹), la misma que prohíbe la importación y comercialización en el mercado europeo de ciertas materias primas y productos (entre ellos, café, cacao, madera y aceite de palma) salvo que no provengan de zonas deforestadas o degradadas después de una fecha de corte (31 de diciembre de 2020), cumplan con los mecanismos de debida diligencia, y que hayan sido producidos cumpliendo con la legalidad en el país de origen. Esta medida tiene efectos significativos en las agroexportaciones peruanas a la UE, donde el 46% y el 39% de las exportaciones peruanas de café y cacao se destinan a dicho mercado, respectivamente (De Angelis et al., 2024). El cumplimiento de dicha medida implica la implementación de complejos procesos de trazabilidad, geolocalización, y monitoreo de cadenas agrícolas que involucran altos costos que los pequeños productores no pueden asumir. Este es un claro ejemplo de medidas que persiguen objetivos legítimos, tales como la protección al medio ambiente, pero cuya aplicación podría generar barreras innecesarias al comercio, debido a sus altos costos de implementación. Otros mercados importantes, tales como Estados Unidos, el Reino Unido y China están discutiendo la aplicación de medidas similares.

Por su parte, las MNAs aplicadas por el Perú tienen también el potencial de generar barreras al comercio, al impactar en las importaciones. La importación de bienes y servicios del exterior es de gran relevancia para mejorar la competitividad de las empresas peruanas, a través de acceso a insumos, bienes intermedios y tecnología a precios y calidad competitivos, así como para satisfacer las necesidades y mejorar el bienestar de los consumidores finales. Perú también ha tenido que responder diversas preocupaciones comerciales planteadas por otros países frente a

¹¹ Reglamento (UE) 2023/1115

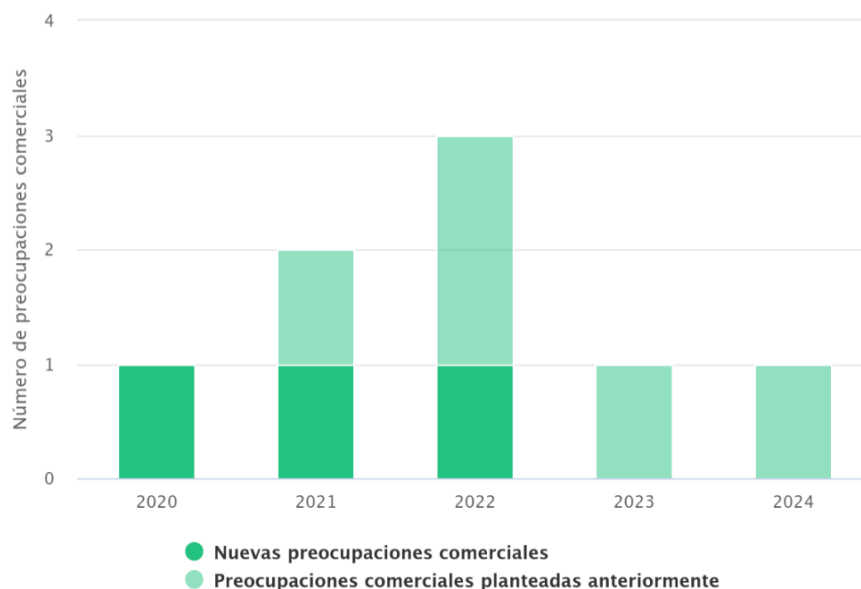
medidas adoptadas por diversas entidades a nivel nacional, tanto en el ámbito del Comité MSF como del Comité OTC en la OMC.

En el campo MSF, históricamente el Perú ha respondido a tres preocupaciones planteadas por la Unión Europea, Panamá y Brasil.

1. En el año 2020, Brasil planteó por primera vez la PCE en torno a las restricciones aplicadas por el Perú a las importaciones de carne de cerdo. A la fecha, esta PCE no se encuentra vigente.
2. En el 2021, Panamá manifestó su PCE en relación a las demoras indebidas para la habilitación de plantas de empresas de productos lácteos. A la fecha, esta PCE no se encuentra vigente.
3. En el año 2022, la Unión Europea presentó por primera vez la PCE sobre la no aplicación del Perú del principio de regionalización para la peste porcina africana. A la fecha, esta PCE se encuentra vigente.

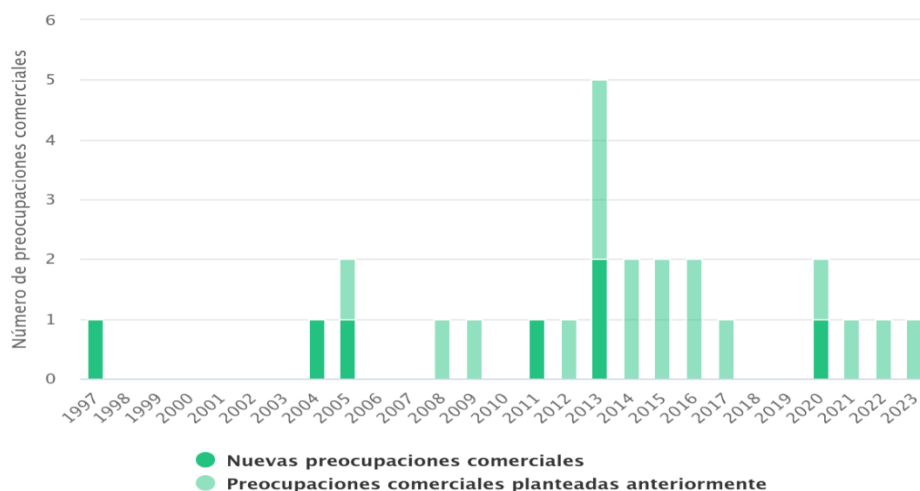
En el campo OTC, el Perú ha sido sujeto de siete preocupaciones desde 1997, abarcando preocupaciones relacionadas al sistema de certificación de automóviles, el etiquetado de calzado, la Ley de Promoción de una Alimentación Saludable para Niños y Adolescentes, así como el Reglamento de ejecución relativo a la moratoria sobre el cultivo de variedades modificadas genéticamente y el Manual de Advertencias Publicitarias.

Ilustración 23. *Preocupaciones Comerciales Específicas MSF que responde Perú*



Fuente: OMC

Ilustración 24. Preocupaciones Comerciales Específicas OTC que responde Perú



Fuente: OMC

En este contexto, se formulan estrategias de defensa de los intereses comerciales de nuestro país a través de mecanismos de consulta y coordinación, así como en el sistema de solución de controversias, de la Comunidad Andina, la OMC, los acuerdos comerciales internacionales y de integración comercial; y, otros foros internacionales de los que el Perú es Parte; cuando se considera que una medida es ilegítima o injustificada, y contraria al ordenamiento jurídico del comercio internacional. Ello se materializa a través de la intervención del Perú como reclamante, reclamado o tercero coadyuvante con el objetivo de restablecer el intercambio comercial.

Sin embargo, una estrategia efectiva requiere de información relevante y oportuna. A fin de determinar si una medida es posiblemente injustificada o ilegítima y qué acciones pueden corresponder, es necesario que el sector afectado comparta la mayor información posible y detallada de la medida o medidas que se les viene aplicando. Así, cuando el Perú propone cuestionar a socios comerciales por la imposición de alguna medida, existen ocasiones en que los argumentos por parte del sector exportador no son suficientes para reforzar la posición del país. Con dicha información, el Perú puede formular estrategias de defensa de los intereses comerciales de nuestro país, partiendo de las instancias administrativas comerciales existentes, tales como los Comités en la OMC, la Comunidad Andina o en los acuerdos comerciales bilaterales y regionales. Asimismo, todos nuestros acuerdos comerciales contemplan un sistema de solución de controversias.

La defensa también puede ser frente a cuestionamientos de medidas aplicadas por el Perú. En dicho caso, cuando el Perú es demandado, la articulación es principalmente entre entidades públicas, en donde la información y evidencia debe provenir del regulador que implementa la medida.

Por otro lado, para mantener una sólida política comercial, se requiere de una permanente coordinación interinstitucional. Con respecto a los requisitos técnicos al comercio exterior, una de las principales trabas internas para la gestión de acceso a mercados es la difícil coordinación con los reguladores. Esto obstaculiza el trabajo para las coordinaciones de negociaciones, implementación de capítulos OTC/MSF y gestión de consultas sobre requisitos técnicos. Al respecto, el Perú cuenta con las herramientas necesarias para afrontar oportunamente cualquier medida que algún socio comercial pueda imponer en materia MSF u OTC. Estas herramientas se encuentran en los acuerdos comerciales vigentes, desde el Acuerdo MSF y Acuerdo OTC de la OMC hasta la vasta

red de acuerdos comerciales bilaterales que el Perú posee; sin embargo, se requiere fortalecer la coordinación interinstitucional a fin de dar un correcto aprovechamiento a los mecanismos establecidos en los tratados de libre comercio.

Causa Indirecta 1.3: Insuficiente estrategia de atracción de inversiones empresariales

El aprovechamiento de las oportunidades que surgen por el comercio internacional, y en particular a raíz de los acuerdos comerciales, requiere de condiciones que permitan a un país como el Perú competir con las diferentes economías del mundo. Las inversiones empresariales son clave para generar el dinamismo económico interno que permita contar con la escala y calidad de producción de bienes y servicios que satisfaga las necesidades y exigencia de los mercados externos. La inversión extranjera, en particular, permite inyectar recursos, tecnología y conocimientos del exterior en la economía peruana, mejorando las condiciones para competir en el exterior. Consecuentemente, una insuficiente estrategia de atracción de inversiones empresariales limita la capacidad de los actores del comercio aprovechar las oportunidades que surgen de la apertura comercial.

Según la CEPAL (2021), la Inversión Extranjera Directa (IED) se define como una operación que involucra una relación de largo plazo en la cual una persona física o jurídica residente de una economía (inversor directo) tiene el objetivo de obtener una participación duradera en una empresa o entidad residente de otra economía. En esa misma línea, el Banco Central de Reserva de Perú (BCRP, s. f.), define la IED como aquella inversión realizada en la economía residente por un inversionista no residente con un interés económico de largo plazo, otorgándole influencia en la dirección de la empresa. En balanza de pagos, como norma general, se considera empresa de inversión directa cuando un inversionista no residente posee 10 por ciento o más del patrimonio de la empresa.

La Inversión Extranjera Directa (IED) influye directamente en las transacciones internacionales de un país (De Arregui, 2023). Al establecer operaciones en el extranjero, las empresas extranjeras fomentan el intercambio comercial al importar y exportar bienes y servicios. Esta dinámica no solo fortalece las relaciones comerciales bilaterales, sino que también diversifica la base económica de un país, reduciendo su dependencia de sectores específicos.

La IED puede traer una serie de beneficios a las economías receptoras, incluyendo el acceso a conocimiento, tecnología y recursos externos que impulsen el crecimiento económico, desarrollo y el bienestar nacional. La evidencia macroeconómica sugiere que la IED tiene un impacto positivo en los países receptores, especialmente aquellos con ciertas condiciones financieras, de competencia, infraestructura, e inversión en investigación y desarrollo. Además, estudios a nivel micro revelan que la presencia de multinacionales puede generar efectos positivos como la mejora de prácticas comerciales locales, la estimulación de la competencia interna y la transferencia de conocimientos, lo que puede conducir a la innovación y la modernización de la industria, así como fortalecer las actividades exportadoras del país (Martincus & Sztajerowska, 2019). La CEPAL (2023) señala que una de las razones para el despliegue de recursos públicos dedicados a la atracción de inversiones es el potencial de la Inversión Extranjera Directa (IED) para promover encadenamientos productivos y la transferencia de conocimientos y tecnología, permitiendo impulsar la innovación y aumentar la productividad y la competitividad, lo que contribuye al crecimiento económico sostenido.

La IED también influye a través de vínculos productivos con empresas locales, especialmente en sectores de alto valor agregado, pues brindan conocimiento y asistencia técnica a proveedores

locales, permitiendo mejoras en la calidad de los productos exportados y fortalece las actividades exportadoras del país. Además, la participación en cadenas globales de valor puede impulsar la innovación y la modernización de la industria, beneficiando a empresas tanto dentro como fuera de la cadena (Martincus & Sztajerowska, 2019).

Son varias las condiciones que permiten una mejor atracción y retención de la IED. Destacan el tamaño y ritmo de crecimiento del mercado interno, la posesión, costo y calidad de los recursos naturales y creados (capital humano, know-how tecnológico), los costos de producción (por ejemplo, laborales, energéticos), la estabilidad política y económica del país, la disponibilidad y costo de la infraestructura, y el esquema de política económica (fiscal, financiera, cambiaria), y la política comercial, incluyendo la firma de acuerdos de integración regional, que también tienen fuerte incidencia sobre los flujos de IED (Fanjul, 2023).

Existe una relación entre la apertura comercial a través de acuerdos de libre comercio y el éxito en captación de esta inversión. Según Ponce Ugolini (2006), aquellos países que firmaron más acuerdos de libre comercio y especialmente los que implementaron acuerdos de libre comercio con las economías más grandes en el mundo— aumentaron sus flujos de IED. A través de estos tratados de libre comercio, los gobiernos pudieron ofrecer mayores economías de escala a potenciales inversionistas foráneos e incrementar los niveles de certidumbre para la actividad exportadora, los cuales ayudaron a atraer mayores flujos de IED a estos países de la región. La cercanía geográfica y/o cultural (idioma, costumbres) es otra potencial ventaja de localización. La política que los países adopten hacia la inversión extranjera es otro determinante significativo, e incluye tanto cuestiones regulatorias y legales, como la existencia de incentivos específicos para atraerla (Fanjul, 2023).

Los acuerdos comerciales suscritos por el Perú que contienen un capítulo de inversiones han permitido modernizar los compromisos contenidos en acuerdos de promoción y protección de inversiones, incluyendo cláusulas a favor de la capacidad de las Partes para intervenir en materias de interés público, o adoptar medidas anticorrupción.

El Perú se posiciona como un destino atractivo y seguro para las inversiones extranjeras. El Perú cuenta con una de las proyecciones más favorables en América Latina en crecimiento económico para 2024 y 2025¹². Cuenta con un Banco Central autónomo, y un manejo prudente de la política fiscal y monetaria, siendo el país con la deuda pública bruta más baja de la región, respecto al PBI¹³. Asimismo, cuenta con la tasa de inflación más baja en la región y la segunda economía con el mejor riesgo país de la región¹⁴. El país cuenta con una ubicación estratégica en el centro de Sudamérica, como puerta de acceso a la Cuenca del Pacífico, y se encuentra integrado

¹² De acuerdo al Global Economic Prospects del Banco Mundial de junio 2024, Perú se posicionaría como unos crecimientos estimados de 2.9% y 2.6% para el 2024 y 2025, respectivamente. Superando al promedio de América Latina y el Caribe (1.8%).

¹³ Según el Fondo Monetario Internacional, en la publicación “World Economic Outlook” de abril 2024, Perú registra la ratio más bajo de deuda pública bruta sobre el PBI para 2024 y 2025, con 33.0% y 33.3%, respectivamente.

¹⁴ En concordancia con las cifras publicadas por el Banco Central de Reserva de Perú en su portal de estadísticas a mayo 2024.

al mundo a través de múltiples acuerdos comerciales, cuenta con un marco legal y normativo propicio para la inversión extranjera¹⁵, e incentivos que fomentan¹⁶ la inversión.

Considerando la relación que tienen la IED y el comercio exterior, es necesario que el factor IED se incorpore en la estrategia de comercio exterior que se implemente, considerando la atracción de inversiones para aquellos sectores que incrementan la oferta exportable, siendo **importante seguir fortaleciendo la estrategia de atracción de IED con mayor cantidad de actividades de promoción en países con los que se tiene suscrito un acuerdo comercial.**

La CEPAL (2023) señala que la experiencia de los países de América Latina y el Caribe en políticas de atracción de inversiones es relativamente reciente, cobrando especial relevancia en los años noventa, a partir de la profundización de esfuerzos para la liberalización de la economía.

El Perú inició un proceso de promoción de la inversión privada en la década de los noventa que continúa hasta el día de hoy con diversos arreglos institucionales y políticas de promoción a través del tiempo, buscando establecer medidas regulatorias para eliminar los obstáculos a la inversión, garantizando un marco jurídico estable y en igualdad de trato, para empresas nacionales y extranjeras.

Ha sido fundamental para las agencias de promoción de inversiones (APIs) más exitosas el repensar sus estrategias y reforzar su capacidad de ejecución. Destaca la importancia del trabajo conjunto e integral en entornos de alta competencia como el de atracción de IED. Este trabajo se intensificó a partir del 2020 debido a la caída de los flujos e incremento de la cantidad de agencias promoviendo las inversiones.

En el caso peruano relativo al contexto APEC, Carhuaricra & Parra (2016) evidenciaron que el efecto de la IED proveniente de las economías APEC sobre las exportaciones es positivo y decreciente. Así, el efecto de un incremento de un millón de soles en IED proveniente de las economías APEC genera un aumento de 44,37 millones de soles de exportaciones. Sin embargo, este impacto se va reduciendo a medida que aumenta el stock de la IED APEC, lo cual evidencia

¹⁵ La Constitución Política garantiza el derecho a la libertad de empresa. En consecuencia, cualquier actividad lícita puede ser desarrollada por nacionales o extranjeros sin más limitaciones que las referidas a salud pública, seguridad nacional o conservación del medio ambiente. El Decreto Legislativo 757 - Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada - garantiza la libre iniciativa y las inversiones privadas, efectuadas o por efectuarse, en todos los sectores de la actividad económica y en cualesquiera de las formas empresariales o contractuales permitidas por la Constitución y las Leyes (Artículo 1). Por su parte, el Decreto Legislativo 662 otorga un régimen de Estabilidad Jurídica a las inversiones extranjeras, mediante el reconocimiento de ciertas garantías.

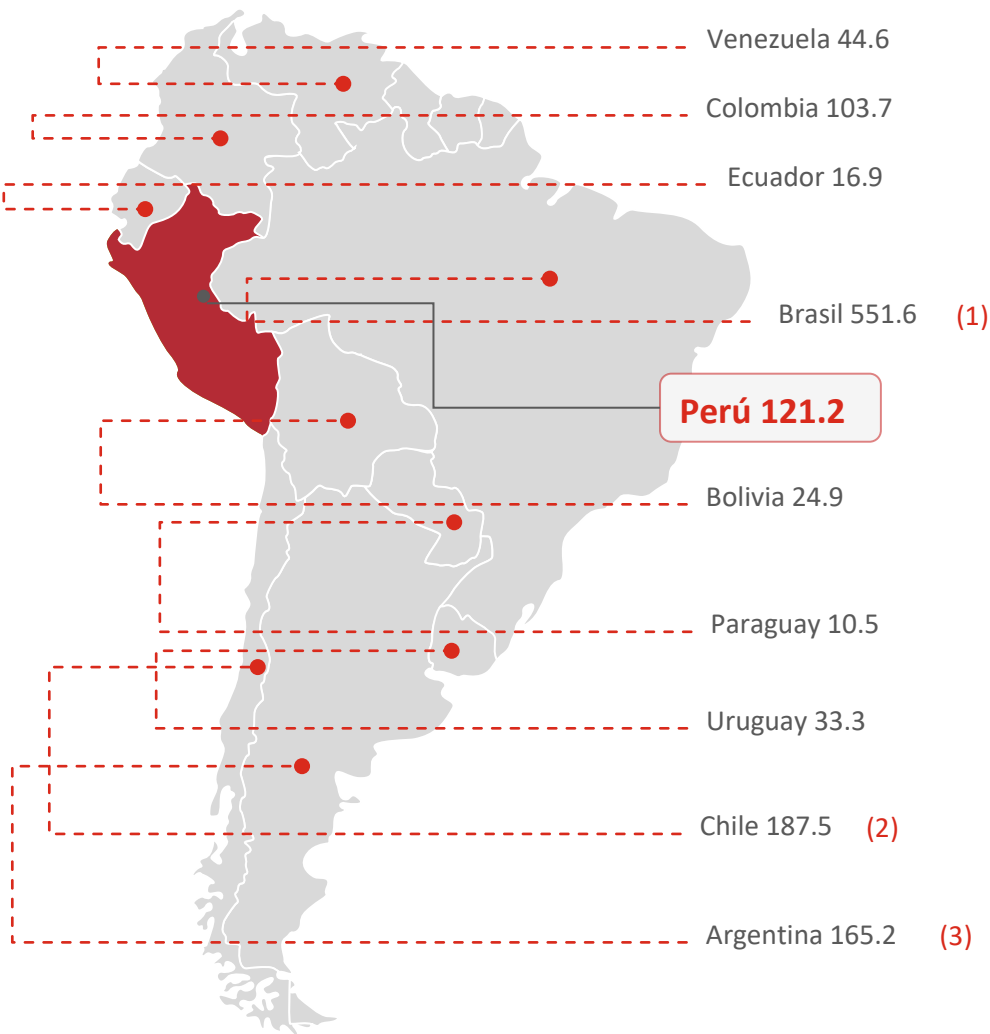
¹⁶ Perú cuenta con Incentivos tributarios para las inversiones a nivel general, siendo:

- Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV – RERA. Devolución del IGV trasladado o pagado en ciertas operaciones de la etapa pre operativa igual o mayor a dos años (para compromisos de inversión no menor a USD 2 millones sin IGV; en el sector agricultura NO existe un compromiso mínimo de inversión).
- Ley 30309. Beneficios tributarios que promueven la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación tecnológica (I+D+i). Deducción de hasta el 240% de los gastos incurridos en el desarrollo de proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), del Impuesto a la Renta de la empresa. CONCYTEC es la entidad del gobierno peruano que evalúa los proyectos presentados y otorga este beneficio fiscal.
- Exención de impuestos en las Zonas Económicas Especiales públicas y tasas reducidas del Impuesto a la Renta en Zonas Económicas Especiales Privadas. .
- Crédito para la ejecución privada de proyectos de inversión pública de impacto regional y local. Las empresas privadas que firmen convenios, conforme a lo establecido en la Ley 29230, podrán financiar y/o ejecutar proyectos de inversión pública en infraestructura que deberán estar en armonía con las políticas y planes de desarrollo nacional, regional y/o local, y contar con la declaratoria de viabilidad.

que existen otros factores que incidirán en que este impacto siga siendo positivo, como es el caso del capital físico y humano.

El Perú es la cuarta economía con mayores flujos de inversión extranjera directa en América del Sur. La IED¹⁷ registrada en Perú durante el periodo 2003 - 2024, supera los USD 112 mil millones de acuerdo a la plataforma fDi Markets de Financial Times. Dicha IED generó un estimado superior a los 267.7 mil empleos directos, en 905 compañías extranjeras a través de más de 1287 proyectos registrados.

Ilustración 25. América del Sur: IED según país destino (2003 - 2024, USD miles de millones)

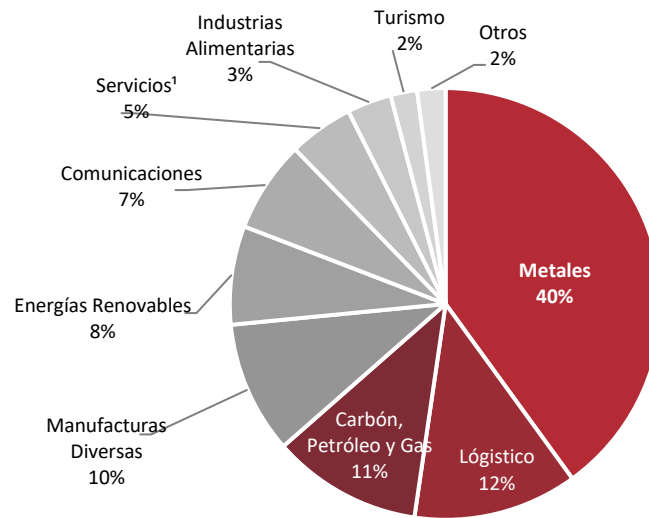


Fuente: fDi Markets, 2024

El 40% de la IED total registrada en Perú se concentró en los sectores Metales, como se evidencia en la siguiente ilustración:

Ilustración 26. Perú: Flujo de IED según sectores (2003 - 2024)

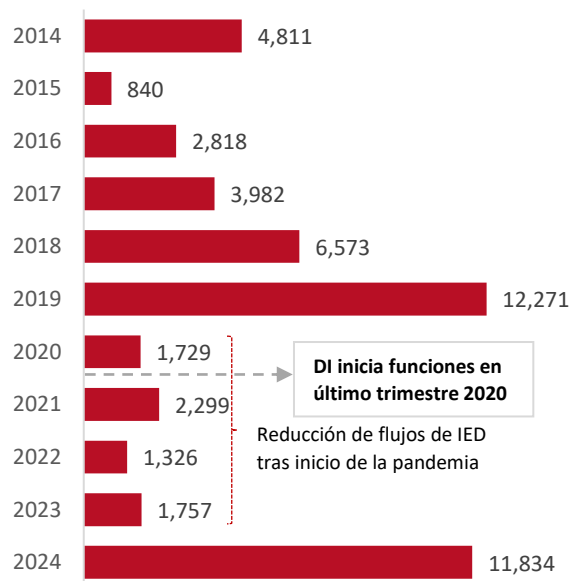
¹⁷ Incluye compromisos y anuncios de inversión de empresas extranjeras.



Fuente: fDi Markets, 2024

Los flujos de IED cayeron significativamente después del inicio de la pandemia del COVID-19. Luego de 4 años de crecimiento continuo, los flujos de IED retrocedieron – aunque se mantuvieron positivos – a partir del año 2020, no habiéndose recuperado en los tres años siguientes. No obstante, se observa que los anuncios de IED en Perú se encuentran en una senda de recuperación progresiva. En 2024, se registra mayor IED que en años anteriores del periodo 2020 - 2023.

Ilustración 27. Perú: Flujo de IED por años (2003 - 2024)



Fuente: fDi Markets, 2024

En ese contexto, entró en operaciones la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales (DI) de PROMPERÚ en el último trimestre de 2020, con el objetivo de promover, atraer, retener y expandir la IED empresarial en Perú. Respecto de la competencia de PROMPERÚ, se entiende por IED Empresarial a aquella que no contempla al Estado como agente aportante de la inversión o del proceso de negociación para su concreción, y está enfocada en sectores distintos a los de Infraestructura y Servicios Públicos, centrándose de preferencia en aquellos que incrementen la oferta exportable y el turismo. La actuación de la DI está orientada por dos líneas estratégicas: i) la ejecución de un plan de promoción de inversiones en mercados y sectores priorizados y ii) la identificación de oportunidades de inversión en Perú. Alrededor del 24% de la IED total registrada en Perú corresponde a los seis sectores priorizados por PROMPERÚ, siendo:

- Manufactura (10%)
- Energías Renovables (8%)
- Industrias Alimentarias (3%)
- Turismo (2%)
- Textiles (0,4%)
- Alta tecnología (0,4%)

La DI ha desplegado esfuerzos importantes en los últimos años. Para la ejecución del plan de promoción de inversiones en mercados y sectores priorizados, se realizó la identificación y relacionamiento con stakeholders en regiones, visitas a empresas extranjeras en mercado origen (door-to-door), misiones de empresas en prospección hacia Perú, atención y seguimiento personalizado a los potenciales inversionistas, gestión de información para inversionistas, y se viene apoyando la concreción del proyecto de Ventanilla Única de Inversiones (VUI). Por otro lado, para la identificación de oportunidades de inversión en Perú, se brinda información especializada y acompañamiento en procesos de reinversión, se contacta a los actores clave del ecosistema de inversiones y se identifican cadenas de valor potenciales en regiones. Por otro lado, se busca participar en espacios que buscan mejorar las condiciones del país para mejorar el clima que propicie la atracción de IED, como mesas de trabajo y ejecutivas vinculadas o relativas a los sectores priorizados. Asimismo, se promueve el trabajo sinérgico con entidades competentes en atracción y retención de Inversión extranjera no directa, como PROINVERSIÓN y la Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores.

En el año 2024 se ha logrado compromisos de inversión por US\$ 11, 834 millones, así como la captación de 84 empresas extranjeras interesadas en explorar oportunidades de inversión en el Perú. En lo que va del año 2025¹⁸, se ha registrado USD 1,644 millones en compromiso de inversión, en los sectores energías renovables, logístico, comunicaciones y productos químicos, entre otros.

Se busca aprovechar el próximo inicio de operaciones de grandes proyectos de infraestructura de conectividad, tales como el Mega Puerto de Chancay y la expansión del aeropuerto internacional Jorge Chávez de Lima, para impulsar la atracción de más inversiones productivas, de servicios empresariales y aquellas vinculadas al sector turismo. Asimismo, un

¹⁸ Periodo: enero – setiembre 2025.

objetivo es maximizar la exposición de Perú como destino atractivo de inversiones, con ocasión de la Presidencia que nuestro país ejerce este año sobre el Bloque APEC.

De acuerdo a un informe de la CEPAL (Gligo, 2007) las empresas toman en consideración en el proceso de invertir, no sólo factores cuantitativos como la disponibilidad de recursos y los costos de estos, sino también otros más de tipo cualitativo, tales como el nivel de corrupción, la seguridad o la facilidad para hacer negocios. Asimismo, para Vilbert (2022), la burocracia excesiva, los códigos de inversión restrictivos, las barreras administrativas a los negocios transfronterizos, los sistemas bancarios y financieros represivos e ineficientes han creado durante mucho tiempo desventajas de ubicación de inversión extranjera en países latinoamericanos. Asimismo, la CEPAL (2024) plantea en su bibliografía en la que se refiere a los incentivos para la atracción de inversión extranjera directa por parte de los países, que esta “oferta de incentivos a la inversión debe formar parte de una reforma más amplia para mejorar el clima de negocios. Los incentivos no pueden ser un sustituto de otros aspectos condicionantes de la inversión. Las mejoras en el diseño institucional, la transparencia y la administración de los incentivos pueden ayudar a reducir los costos indirectos y mitigar las distorsiones económicas, la burocracia y la corrupción, lo que eventualmente mejora la relación costo-beneficio”. En dicho contexto, los Estados diseñan incentivos que sirven para reducir los costos que generan, entre otros factores, la falta de diseño institucional, la burocracia y corrupción, dado que estos factores se consideran como limitantes para la atracción de la IED a un territorio. La DI de PROMPERÚ, que gestiona una oferta integrada de servicios de atención a los potenciales inversores extranjeros que manifiesten interés en invertir en el Perú, recibe información sobre las dificultades que estos potenciales inversionistas encuentran para establecer sus inversiones en el Perú, la cual se resume a continuación:

- Percepción del inversionista de que las demoras en los procesos administrativos de permisos y zonificación de terrenos son porque los empleados municipales desean realizar algún cobro (percepción de corrupción).
- Baja voluntad de parte del empresariado peruano para atender reuniones y brindar información.
- Baja disponibilidad de proyectos peruanos según búsqueda para establecer algún tipo de alianza o posible inversión.
- Sensación de inestabilidad política.
- Inversionistas no encuentran una ruta digital sobre temas de aduanas, aranceles.
- Demora en respuesta por parte de instituciones nacionales.
- Inversionistas no encuentran un canal digital para realizar todos los trámites de establecimiento de empresas, ni requisitos sectoriales, permisos a solicitar, entre otros.
- Infraestructura limitada o deficiente, sobre todo en regiones.
- Facilitación de visas y permisos de trabajo (información).
- Limitado número de acuerdos de doble imposición.

Para impulsar el desarrollo del comercio exterior a través de las inversiones empresariales, resulta necesario potenciar las medidas de facilitación que eliminan obstáculos de entrada a la inversión. Estas pueden incluir mejoras en la transparencia y la información a disposición de los inversores, medidas para aumentar la eficiencia y eficacia de los procedimientos administrativos para los inversores, la mejora de la previsibilidad del entorno normativo para los inversores a través de procedimientos de consulta, el aumento de la rendición de cuentas y la eficacia de los funcionarios públicos, la mitigación de las controversias relativas a las inversiones, la coordinación transfronteriza e iniciativas de colaboración tales como la creación de vínculos entre agencias de promoción de inversiones del país de origen y las del país de acogida, la cooperación técnica y otros mecanismos de apoyo a la inversión, y sobre todo, la transformación digital del sector (Fanjul, 2023). Asimismo, se debe buscar evitar que una dispersión normativa genere costos de transacción a los administrados.

Finalmente, es necesario que el Perú se adapte a las tendencias en materia de atracción y promoción de inversiones. Adicionalmente, la CEPAL (2023b) señala que, si bien existen diversos diseños de políticas y estrategias para la atracción y promoción de inversiones, la región viene experimentando una nueva tendencia enfocada en que esta inversión contribuya al desarrollo sostenible; así también, destaca que las medidas tributarias continúan siendo la base de los incentivos para la atracción de inversiones; sin embargo, reconoce que estas por sí solas no son suficientes para atraer inversiones. Un instrumento nuevo que será de vital importancia para que el Perú se adapte a estas tendencias es el Acuerdo sobre Facilitación de las Inversiones para el Desarrollo, finalizado durante la Décimo Tercera Conferencia Ministerial de la Organización Mundial del Comercio y pendiente de su incorporación al Acuerdo de Marrakech por el que se Establece la Organización Mundial del Comercio y ratificación por los Miembros de la OMC, para su posterior entrada en vigor. Este acuerdo, de naturaleza plurilateral, tiene como objetivo mejorar la transparencia de las medidas, simplificar los procedimientos administrativos, adoptar otras medidas de facilitación de las inversiones y promover la cooperación internacional, como medio de facilitar los flujos de inversión extranjera directa entre las Partes, en particular hacia los países en desarrollo Partes y los países menos adelantados Partes, con el fin de fomentar el desarrollo sostenible. En ese contexto, es necesario que exista un marco normativo sectorial que promueva las inversiones extranjeras, políticas nacionales que establezcan el horizonte que seguirá el país en los próximos años, así como set de servicios al inversionista que responda a la dinámica internacional en esta materia.

Causa Indirecta 1.4: Insuficiente promoción comercial en los mercados internacionales

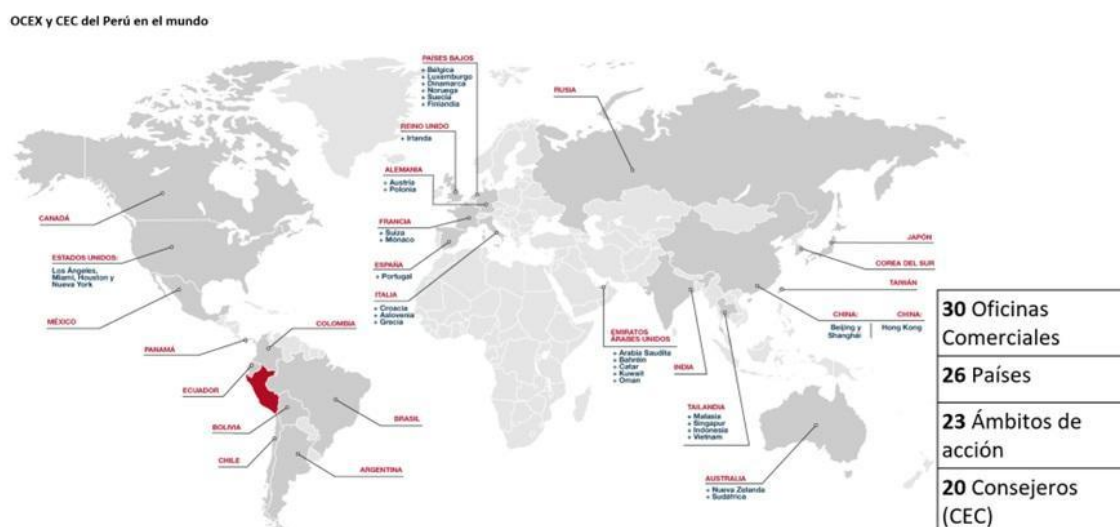
La promoción comercial juega un rol fundamental para lograr el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, dado que, sin una estrategia efectiva que involucre la cooperación entre el sector público y privado, la difusión de información, y la capacitación empresarial, las ventajas de los acuerdos pueden quedar subutilizadas. Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2024), las acciones de promoción comercial, como la búsqueda de nuevos mercados y posicionamiento de la oferta exportable, la socialización de los compromisos adquiridos, y el fortalecimiento de capacidades, son fundamentales para que las empresas, especialmente las MIPYME, puedan aprovechar plenamente las oportunidades comerciales y proyectar con éxito la oferta exportable en mercados internacionales. Sin estos esfuerzos, los acuerdos comerciales no lograrían su objetivo de impulsar el desarrollo económico y comercial del país.

El Perú cuenta con una estrategia y herramientas de promoción comercial, que permitan a las empresas peruanas acercarse a la demanda internacional y posicionar la oferta exportable peruana

en los mercados objetivos, con miras a potenciar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales y en general, de las oportunidades comerciales identificadas para los bienes y servicios peruanos en los mercados internacionales. Estas herramientas incluyen: ferias internacionales de exportación, ruedas de negocios, misiones comerciales, acciones de promoción de la Marca Perú y marcas sectoriales, entre otras. Estas herramientas llegan al ciudadano a través de la Carta de Servicios que se desarrolla a través PROMPERÚ¹⁹, que contiene la descripción de servicios no exclusivos que se brinda, los requisitos y condiciones para acceder a ellos, los descuentos aplicables para aquellos que se encuentren sujetos a pago, y disposiciones generales para su aplicación. Asimismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de su red de embajadas y consulados, realiza las acciones de promoción comercial en mercados internacionales donde no se cuenta con OCEX, apoyando en la identificación de oportunidades, participando en ferias internacionales y difundiendo la oferta exportable nacional.

Las OCEX juegan un rol clave de la promoción comercial y de imagen país en los principales destinos comerciales del Perú. Permiten realizar campañas in-situ y diseñar iniciativas acordes con la realidad y demanda de cada mercado. El Perú cuenta con treinta OCEX, distribuidas en veintiséis economías alrededor del mundo, más otros veintitrés mercados, en los cuales se realizan actividades de promoción de exportaciones, atracción del turismo y promoción de inversiones empresariales a nuestro país, desde una sede principal y/o con cercanía regional²⁰. Además, el Ministerio de Relaciones Exteriores participa en la labor de promoción a través de su red de Embajadas y Consulados en los lugares donde no se cuenta con una OCEX y, asimismo, dicho sector brinda su apoyo a las actividades de las oficinas comerciales.

Ilustración 28. Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX)



Fuente: PROMPERÚ

La estrategia de promoción comercial la lidera PROMPERÚ, contando con el apoyo de diversos actores públicos y privados. Tanto las agencias de cooperación internacional, como los

¹⁹ Ver en: <https://institucional.promperu.gob.pe/Transparencia/FormatosCartaServicios/fcspp.html>

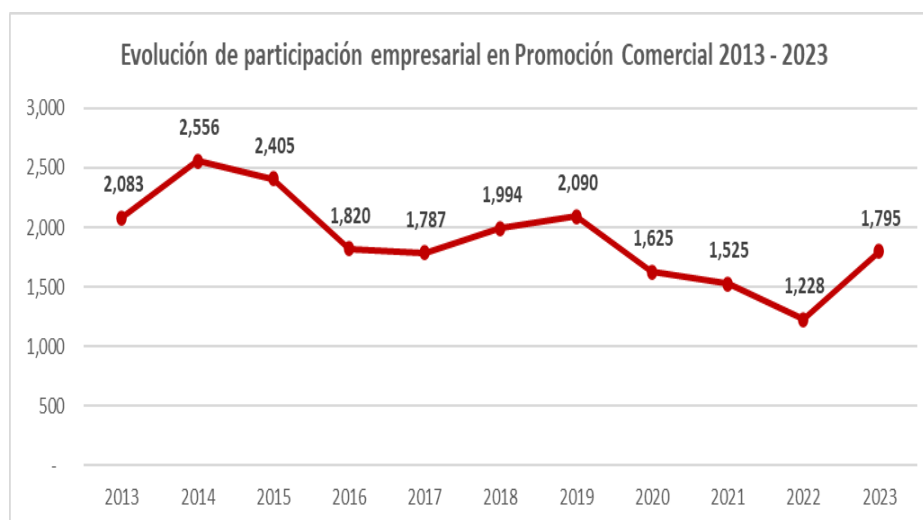
²⁰ Las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior fueron trasladadas desde el Ministerio de Relaciones Exteriores al MINCETUR el 2012 mediante la aprobación de la Ley N° 29890. A partir del 2019, las mismas se trasladan a PROMPERU, mediante la aprobación de la Ley N° 30970.

gremios y asociaciones de empresas involucradas en el comercio exterior, son actores clave para lograr el acercamiento de la oferta exportable peruana con la demanda internacional. En el caso de la cooperación internacional el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Internacional Trade Center (ITC), entre otros, desarrollan estudios e información especializada para determinados sectores de la oferta exportable peruana o potencial exportadora. El Swiss Import Promotion Office (SIPPO) (Suiza), el Trade Facilitation Office (TFO) (Canadá), y el Centre for the Promotion of Imports (CBI) (Holanda) apoyan a PROMPERU con la identificación de compradores internacionales en sus mercados que buscan productos acordes a la oferta peruana.

Los gremios juegan un rol importante en la vinculación con las empresas exportadoras y potenciales exportadoras con PROMPERU, quienes, al agrupar a las empresas por comités, facilitan la interacción a través de grupos de trabajo para conocer sus necesidades colectivas, expectativas de mercados y canales, para mejorar las estrategias de promoción. Asimismo, se desarrollan acciones conjuntas de promoción comercial con los gremios y asociaciones con la finalidad de optimizar los recursos asignados y lograr la participación en más espacios de promoción. Ferias como Fruit Logística se viene coorganizando con AGAP desde 2022, Expo alimentaria con ADEX desde hace 15 años, Industria Perú con la Sociedad Nacional de Industrias desde 2023, entre otras. Asimismo, se co-organizan actividades con los gobiernos regionales para las acciones de promoción en el interior del país.

No obstante, existe un número limitado de empresas participantes en acciones de promoción comercial. Si bien el número de participaciones está en función al número y tipo de acciones de promoción comercial, los beneficios otorgados a empresas por sector y tamaño, y a los mercados; se observa que número de empresas que participa en acciones de promoción comercial implementadas por PROMPERÚ muestra una tendencia a la baja en los últimos años, con una leve recuperación el año 2023, en el que la cifra alcanzó 1 795 empresas. Las empresas participantes son pequeñas, medianas y grandes, siendo las más representativas las medianas y pequeñas, así como las cooperativas y asociaciones de productores. Ello evidencia que existe aún una gran brecha por cubrir para que las empresas peruanas exportadoras y con potencial exportador puedan participar en acciones de promoción a través de plataformas internacionales. Para ello, se necesita mejorar las capacidades de las empresas, a fin de que puedan cumplir con los requisitos exigidos para su participación; así como mayores recursos para expandir el número y alcance de las actividades de promoción comercial realizadas.

Ilustración 29. Evolución de la participación empresarial en acciones de promoción comercial



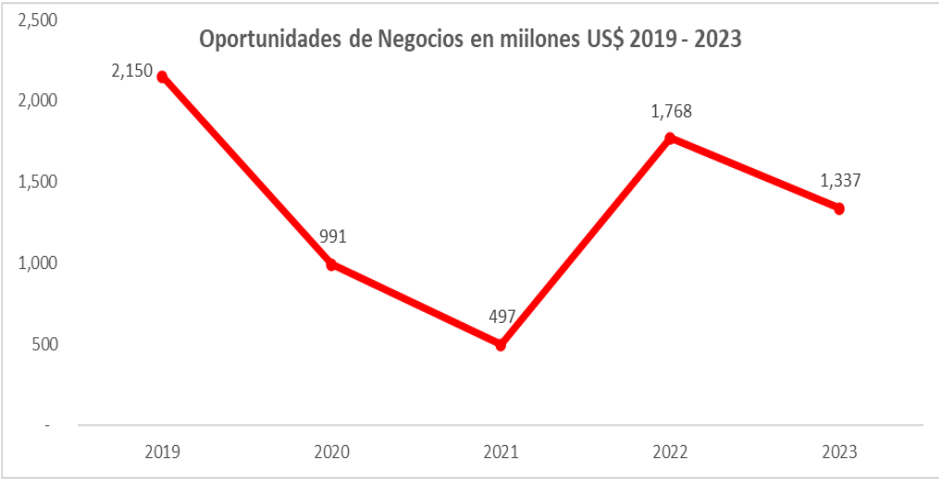
Fuente: PROMPERÚ

Las oportunidades de negocios de las empresas participantes en acciones de promoción comercial no se han recuperado aún después de la pandemia. Al culminar la actividad en la que participan, las empresas participantes en las ferias internacionales, misiones comerciales y ruedas de negocios (exportadores y compradores internacionales) completan una encuesta con la evaluación de las citas de negocio por actividad y las expectativas de negocios²¹. Su evolución muestra que aún no se ha logrado recuperar el nivel prepandemia.

²¹ Para calcular el dato de oportunidades de negocios, se considera:

- En el caso de las ruedas de negocios y misiones comerciales, se consideran los montos de las expectativas del comprador internacional, ya que es esta persona quien se reúne con varios exportadores.
- En el caso de las ferias internacionales, se considera las expectativas del expositor en la feria (el exportador) quien recibe visitantes de diferentes partes del mundo, que en oportunidades puede convertirse en un negocio futuro.

Ilustración 30. Oportunidades de negocios de las empresas participantes en acciones de promoción comercial de PROMPERU



Fuente: PROMPERÚ

Causa Indirecta 1.5: Brechas de negociación, optimización de acuerdos comerciales y otros mecanismos para su aprovechamiento

A partir de la década de 1990, un creciente número de países negocia acuerdos comerciales preferenciales profundos (Banco Mundial, 2022a), que van más allá del acceso a mercado de bienes, y abordan diversas áreas como, por ejemplo: la inversión, el comercio de servicios, los procedimientos de aduanas, las medidas regulatorias y la protección de los derechos de propiedad intelectual, entre otras. Estos acuerdos profundos pueden ayudar a impulsar reformas de políticas, y también pueden contribuir a promover el comercio exterior e impulsar la integración en cadenas de valor mundiales y, en consecuencia, contribuir a un mejor desempeño de la economía.

En dicho contexto, el Perú ha logrado la negociación y puesta en vigor de 23 acuerdos comerciales con 58 países. La ambiciosa agenda de negociaciones que el Perú ha impulsado durante las últimas dos décadas ha sido una pieza fundamental para la rápida expansión del comercio exterior peruano, especialmente con socios como Estados Unidos, la Unión Europea y China, principales socios comerciales del Perú. Cabe destacar también, la importancia del mercado de la Comunidad Andina, con un intercambio comercial de US\$ 6 396 millones en 2024. Otro bloque importante de la región es la Alianza del Pacífico, con un intercambio comercial de US\$ 8 299 millones.

Tabla 3. Relación de Acuerdos Comerciales a julio 2025

	AÑO DE ENTRADA EN VIGOR	AÑOS EN VIGOR
COMUNIDAD ANDINA*	1969	55
ACE N°50 PERÚ-CUBA	2001	23
ACE N°58 PERÚ-MERCOSUR	2006	18
TLC PERÚ-CHILE	2009	15
APC PERÚ - ESTADOS UNIDOS	2009	15
TLC PERÚ – CANADÁ	2009	15
TLC PERÚ - SINGAPUR	2009	15

	AÑO DE ENTRADA EN VIGOR	AÑOS EN VIGOR
TLC PERÚ - CHINA	2010	14
ALC PERÚ – EFTA	2011	13
ALC PERÚ - COREA DEL SUR	2011	13
PROTOCOLO PERU – TAILANDIA	2011	13
AIC PERÚ – MÉXICO	2012	12
AAE PERÚ – JAPÓN	2012	12
ALC PERÚ – PANAMÁ	2012	12
AC PERÚ - UNIÓN EUROPEA	2013	11
ALC PERÚ - COSTA RICA	2013	11
AAPNC PERÚ – VENEZUELA	2013	11
ALIANZA DEL PACÍFICO	2016	8
TLC PERÚ – HONDURAS	2017	7
ALC PERÚ – AUSTRALIA	2020	4
AC PERÚ - REINO UNIDO	2020	4
CPTPP	2021	3
ALIANZA DEL PACÍFICO-SINGAPUR	2025	1

* Se considera el Acuerdo de Cartagena
Fuente: DGNCI – MINCETUR

Sin embargo, en la práctica, se identifican desafíos para la maximización de los beneficios de los acuerdos comerciales, particularmente en países como China, Suiza, Japón, Canadá y Corea del Sur, donde la presencia de exportadores peruanos es limitada en comparación con países con valores de exportación similares y donde los productos exportados por Perú aún se concentran en commodities. La entrada en vigor del CPTPP (Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico), acuerdo comercial con once países de tres continentes del bloque Asia-Pacífico que representan el 13% del PBI mundial, ofrece la oportunidad de acumular origen, lo cual constituye una ventaja considerable frente a los acuerdos bilaterales en los que solo puede exportarse usando los insumos nacionales o de la contraparte. Así, facilita la formación de encadenamientos productivos y cadenas de valor regionales entre los países miembros.

No se vienen aprovechando en todo su potencial las oportunidades para el fomento de la exportación de servicios. Si bien la liberalización del comercio de servicios a través de los acuerdos comerciales genera importantes oportunidades, existen limitantes para su aprovechamiento. En primer lugar, el comercio de servicios, a diferencia del comercio de mercancías, es difícilmente cuantificable, esto debido a su naturaleza y diversos tipos de suministro, lo que dificulta tener estadísticas en la materia. Por otro lado, existen otros factores que pueden tener injerencia en decidir proveer servicios en otros países, tales como, la existencia de un Convenio para Evitar la Doble Tributación y/o los Acuerdos de Promoción y Protección de Recíproca de las Inversiones (APPRI). Un Convenio para Evitar la Doble Tributación puede incidir de manera positiva el proveer servicios al extranjero o trasladarse de manera temporal para brindar el servicio, toda vez que solo se pagaría en uno de dichos mercados los impuestos correspondientes. Un dato importante es que el Perú tiene 10 convenios para evitar la doble tributación, todos ellos, con 11 socios comerciales, lo que significa que existen 47 socios comerciales preferenciales, con los que los exportadores de servicios se verían afectados por una doble tributación. Cabe resaltar que la existencia de un APPRI o de un capítulo de Inversión en los acuerdos comerciales, con una sección de arbitraje inversionista-Estado, provee estabilidad jurídica y un marco jurídico favorable

que influyen en la toma de decisiones de los potenciales inversionistas para definir el dónde invertir, frente a países similares.

No obstante, la rápida expansión de la red de acuerdos comerciales del Perú, existen brechas relacionados a la modernización de acuerdos existentes y la apertura de nuevos mercados, que limitan el aprovechamiento de oportunidades comerciales. Según un estudio del Banco Mundial (2021), de equilibrio general sobre los efectos de largo plazo de las reformas comerciales, la profundización de los acuerdos comerciales preferenciales existentes por los países de la región de Latino América y el Caribe generaría un aumento en las exportaciones del 4,4% y del 1% PBI. En el caso del Perú, se calculó un crecimiento del PBI de 1,8%.

En ese contexto, el MINCETUR, como responsable de las negociaciones comerciales internacionales, se encarga de la administración de los acuerdos vigentes, 16 de los cuales han estado en vigor por más de diez años²², pudiendo identificar necesidades de optimización o actualización de los mismos. Asimismo, el MINCETUR continúa explorando oportunidades de negociación con nuevos mercados; que redunde en un acceso preferencial ampliado para las exportaciones peruanas, así como en la posibilidad de adquirir productos importados en condiciones competitivas. En ese marco, actualmente el MINCETUR viene negociando nuevos acuerdos comerciales con India, y se encuentra en el proceso de adhesión del Acuerdo de Asociación de Economía Digital (DEPA).

Cabe resaltar que el contenido de los acuerdos comerciales ha ido en constante evolución, con miras a mejorar el aprovechamiento de oportunidades comerciales con mayor inclusión.

Así, en los acuerdos comerciales más recientes, se ha considerado la incorporación de nuevos temas, tales como PYMEs y Desarrollo, en el ALC Perú-Australia (2020) y el CPTPP (2021), cuyo objetivo es que las Partes del acuerdo adopten medidas para fomentar la inserción al comercio de PYMEs y de promover un crecimiento económico inclusivo. Asimismo, resalta la incorporación de la temática de comercio y género en diversos espacios de negociación comercial. El vínculo entre el comercio y la igualdad de género se ha posicionado crecientemente en la agenda de desarrollo (El ODS 5 de la Agenda 2030 corresponde a la igualdad de género) y en la política comercial internacional, a través de la negociación de acuerdos comerciales, y en foros multilaterales y regionales (Frohmann et al., 2020). Las discusiones sobre comercio y género buscan explicar el impacto diferenciado que tienen el comercio y las políticas comerciales en la situación de hombres y mujeres, así como los diferentes canales mediante los cuales se exteriorizan los efectos de comercio sobre la igualdad de género. Según Frohmann (2019), las herramientas de política comercial que contribuyen a la igualdad de género pueden incluir i) la generación de datos sobre comercio y género, ii) la evaluación de impacto del comercio sobre las mujeres, iii) la incorporación de capítulos de género en acuerdos comerciales, iv) la transversalización del enfoque de género en disciplinas comerciales, iv) el desarrollo de medidas de facilitación de comercio con enfoque de género, y iv) la promoción del emprendimiento exportador de las mujeres. Al respecto, el Perú anunció recientemente su incorporación a la iniciativa SheTrades Outlook del ITC para el desarrollo de datos sobre comercio y género que contribuya a un mejor diseño de políticas en comercio (ITC, s. f.-c). Asimismo, el Perú se ha sumado a la Declaración Conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres, suscrita en Buenos Aires en diciembre de 2017 en el marco de la décimo primera Conferencia Ministerial de la OMC, así como presidió en el 2024 la primera reunión conjunta de ministros de APEC responsables de la Mujer y de Comercio, en la que se emitió una Declaración Conjunta sobre el empoderamiento de la mujer a través del comercio. En

²² Sin considerar a la Comunidad Andina, que es un proceso de integración regional que se encuentra en constante desarrollo, y cuyas Decisiones son de carácter supranacional.

materia de acuerdos comerciales, el Perú se encuentra negociando un capítulo de comercio y género en el marco de la Alianza del Pacífico.

Por otro lado, las preferencias arancelarias de los acuerdos comerciales no son suficientes para asegurar el ingreso de productos de la agroexportación, pesca y acuicultura, entre otros, a nuevos mercados y así aprovechar oportunidades comerciales. Las agroexportaciones, la pesca y la acuicultura son parte primordial de las exportaciones no tradicionales peruanas. Sin embargo, el acceso de estos productos a nuevos mercados depende de que el producto cuente con instrumentos tales como protocolos, acuerdos, convenios, certificados sanitarios oficiales u otros instrumentos equivalentes en el país de destino, lo cual requiere de un proceso de negociación que lideran las autoridades nacionales encargadas del control sanitario (SENASA, SANIPES y DIGESA, según corresponda), en coordinación con el sector público y privado para la priorización de dichas gestiones, y el apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, incluyendo a través de sus Embajadas para las gestiones correspondientes con sus contrapartes en el exterior. Estos instrumentos son negociados según producto y/o destino, por lo que su negociación suele ser bastante más extensa que la negociación y entrada en vigor del acuerdo comercial, y no siempre se dan de manera simultánea, sino posterior a la negociación del acuerdo comercial. Al respecto, el desarrollo del acceso sanitario puede tomar un tiempo determinado considerando que se requiere llevar a cabo análisis de riesgo para definir los requisitos entre las autoridades nacionales competentes y sus contrapartes en el mundo, sea socio comercial preferencial o no. Entre otros factores, se encuentran las sensibilidades que puede tener cada producto con el mercado de destino. Las autoridades sanitarias reúnen esfuerzos con sus contrapartes para definir, de la manera más eficiente, un Plan de Trabajo, y así establecer los requisitos mínimos que garanticen la inocuidad de los productos exportados e importados. Por otro lado, es pertinente considerar que no existen recursos humanos ni financieros suficientes para que se lleven las discusiones de todos los instrumentos necesarios con todos los socios comerciales posibles de manera paralela, por lo que se requiere priorizar productos y mercados de destino, por parte de la entidad sanitaria. Es importante resaltar que dicha negociación para establecer requisitos de acceso se realiza únicamente entre autoridades competentes. En ese sentido, desde el MINCETUR y las Oficinas de Comercio Exterior (OCEX), se realizan trabajos de seguimiento para apoyar a dichas autoridades en concretar estos accesos. Asimismo, a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, se apoya estos procesos a través de gestiones con autoridades de alto nivel de los países involucrados.

Asimismo, en la actualidad existe poco desarrollo de acuerdos vinculantes que complementen los acuerdos comerciales vigentes con respecto al marco normativo para los requisitos técnicos. En este sentido, no se cuenta actualmente con acuerdos de equivalencia ni reconocimiento mutuo de reglamentos técnicos en ningún sector. No obstante, se vienen realizando coordinaciones y se han remitido solicitudes formales a nuestros socios comerciales para poder iniciar negociaciones y lograr acuerdos de equivalencia en materia de productos orgánicos principalmente. Por otro lado, si bien a nivel de CAN y AP se han armonizado requisitos técnicos para ciertos sectores²³, lo cual facilita el comercio entre los países de cada bloque, la implementación de esta armonización y la negociación de nuevos sectores se ve obstaculizada por los procedimientos internos de los reguladores para adecuar sus normativas a los nuevos requisitos o inclusive por factores políticos externos que paralizan las negociaciones. Según el BID, si la cooperación regulatoria pudiera reducir las distancias regulatorias entre los países de la región de Latinoamérica y el Caribe en 50%, la probabilidad promedio de ingreso a los mercados de la región aumentaría en 81%, y los flujos de comercio intrarregional se incrementarían en 17%. Una reducción

²³CAN: Cosméticos, Higiene doméstica, textiles y confecciones, calzado y productos de marroquinería. AP: Cosméticos, Aseo Doméstico, Suplementos Alimenticios, y Dispositivos Médicos.

similar de la distancia regulatoria entre los países de la región y el resto del mundo generaría incrementos en la probabilidad de ingreso al mercado mundial y en el flujo comercial de 143% y 17%, respectivamente (Blyde, 2024).

Por último, existen iniciativas de reforma en el marco regional que requieren de una participación activa de parte de la autoridad comercial, tales como en el proceso de Reingeniería de la CAN y las hojas de ruta adoptadas por la Alianza del Pacífico en materia del Mercado Digital Regional y otros. En el marco multilateral, se puede destacar iniciativas de reforma en el marco de la OMC, tales como la reforma del mecanismo de solución de diferencias de la OMC.

3.2.2. Causa directa 2: Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior

Existen factores importantes en la logística que disminuyen los costos de comercio e incrementan el potencial acceso a mercados, entre ellos, la mejora de la infraestructura, los servicios, y los trámites en las operaciones, entre otros. A nivel internacional, se evidencia que existe un impacto positivo en el desarrollo de los países por el buen desempeño logístico que muestran en sus operaciones (BID, 2021). Por ejemplo, la mejora de la infraestructura fortalece la conectividad de los mercados, incrementando las ventas y empleo (Limão & Venables, 2001). Con ello, las exportaciones de un país crecen y se diversifican, y en el mediano plazo se reducen los costos de inventarios y almacenamiento de las empresas, facilitando una mayor rotación de inventario. Estos factores disminuyen los costos de las empresas y al mismo tiempo se incrementa el acceso a insumos y mano de obra, contribuyendo así a la mejora de la productividad de las empresas (Dorosh & Hyoung Gun Wang, 2011; Rietveld, 1994).

El buen funcionamiento de la logística nacional e internacional es una condición fundamental para la competitividad de un país, donde el desempeño logístico de un país puede determinar cómo este participa en los mercados internacionales. Una logística ineficiente aumenta los costos de hacer negocio y reduce el potencial de su integración con las cadenas globales de valor (Banco Mundial, 2018). Además, una logística eficiente es importante para la economía global, ya que facilita el comercio internacional, optimiza las cadenas de suministros, apoya la globalización de las empresas al expandir sus operaciones a nuevos mercados y llegar a clientes en todo el mundo, e impulsa la innovación tecnológica mediante la adopción de soluciones avanzadas como la automatización, el seguimiento en tiempo real, la inteligencia artificial y el análisis de datos (ILS – Servicios Logísticos, 2024).

Un insuficiente desarrollo de la logística pueda afectar gravemente el desarrollo del comercio exterior y la competitividad de los países. Así, cada día de retraso en el envío de un producto reduce el comercio en al menos 1% (6% en el caso de productos perecederos) (Djankov et al., 2010) y cada día adicional en el transporte reduce entre 1 y 1,5% la posibilidad de que un país exporte a Estados Unidos (Hummels, 2001; Hummels & Schaur, 2013). En el Perú la cadena logística en el comercio internacional es esencial para mejorar las condiciones de las empresas y para potenciar el desarrollo de los aspectos vinculados a la comercialización de las exportaciones e importaciones.

En el Perú existe una brecha logística valorizada en más de S/90 mil millones (MTC, 2023) que impacta negativamente el comercio exterior, donde la brecha en infraestructuras viales concentra el 54% del total, seguido por las infraestructuras portuarias y ferroviarias con el 20% cada una. A pesar de los esfuerzos realizados en los últimos años; sobre todo aquellos referidos a los aspectos vinculados a la infraestructura, la digitalización, los aspectos aduaneros y el desarrollo de los sistemas logísticos necesarios para las operaciones de exportación e importación, aún existen tareas pendientes por resolver.

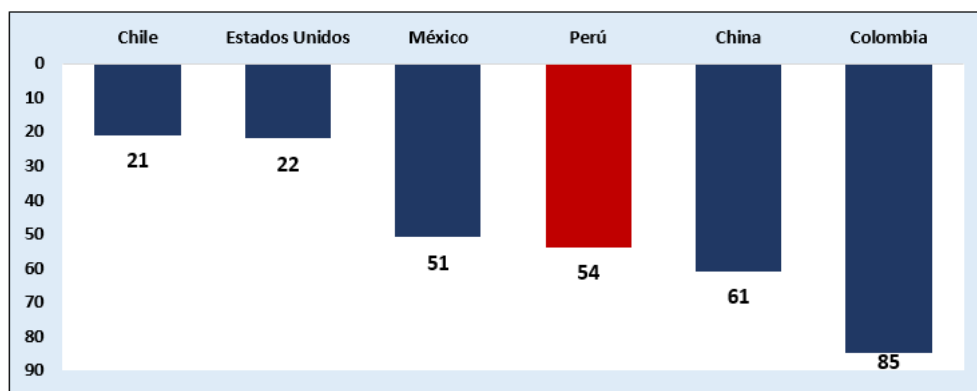
Para aumentar el desarrollo del comercio exterior, es necesario el desarrollo de la logística; la cual se caracteriza en la actualidad de una limitada infraestructura y servicios logísticos en términos de aspectos asociados a la eficiencia y la competitividad logística que afectan el flujo eficiente de los bienes, servicios e información a lo largo de la cadena de suministro; a lo cual se suma la insuficiente digitalización y uso de tecnologías emergentes en los procedimientos de comercio exterior para aumentar la capacidad de aspectos como la VUCE y la modernización aplicada para la facilitación del comercio con la agilidad y en línea con los objetivos estratégicos destinados a fomentar la inserción del Perú en los mercados internacionales.

Causa Indirecta 2.1: Limitada infraestructura logística

Una limitada infraestructura logística impacta negativamente en el desarrollo integral de la logística para el comercio exterior, limitando así el desarrollo del comercio exterior. Las inversiones en infraestructura logística reducen los costos y tiempos del transporte, con lo cual se reducen los costos en el comercio y se incrementa el potencial de accesos a mercados (BID, 2021). En el Perú, sin embargo, no se ha logrado avances significativos en el desarrollo de infraestructura logística especializada. Este tipo de infraestructura, que incluye plataformas logísticas, truck centers, antepuertos, entre otros, busca brindar servicios de valor agregado para la carga vinculada al comercio exterior. Si bien en el año 2010 se inició la planificación logística del país a través del Plan de Desarrollo de los Servicios Logísticos de Transporte, en el cual se identificó una cartera de proyectos priorizados, de los 54 truck centers identificados por el Estado, hasta la fecha no se ha implementado ninguno. Tampoco ha habido avances respecto a las 19 plataformas logísticas identificadas, entre ellas el antepuerto del Callao y de Paita (MTC, 2023). El Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte al 2032 (PNSILT 2032) (MTC, 2023) identifica como principal causa del retraso la falta de creación de una “Entidad de Desarrollo de las Plataformas Logísticas”, conforme a las mejores experiencias internacionales en la materia, a pesar de los avances en su análisis y caracterización. Así, existen centros de acopio con una limitada infraestructura y una falta de plataformas logísticas de consolidación de carga en las cercanías de las zonas productivas. La infraestructura existente no dispone de instalaciones para el manejo de la cadena de frío, generando pérdidas en la manipulación postcosecha de los productos (MTC, 2023) y reduciendo así el desarrollo de las empresas en los mercados internacionales.

El limitado nivel de infraestructura que se tiene dentro de los pasos de frontera determina el bajo nivel de desarrollo de la integración fronteriza. Los pasos fronterizos son un eje de vital importancia para el comercio interregional y constituyen un ámbito que refleja la madurez de los procesos de integración de los países y el grado de convencimiento y decisión política que se tiene para su mejora. La facilitación en integración tanto física como funcional (interoperabilidad) de los controles de los pasos de frontera debería ser considerada como una política de Estado de los gobiernos (IIRSA, 2003). El Índice de Facilitación Comercial del Foro Económico Mundial (WEF, 2016) evaluó cómo se encontraban los países a nivel de instituciones, políticas, infraestructuras y servicios que facilitan el desplazamiento de mercancías a través de sus fronteras. En el 2016, el Perú se situó en el puesto 54 del ranking mundial, encontrándose por encima de países como China (en el puesto 61), Colombia (puesto 85) y Brasil (puesto 110), pero por detrás de otros países de la Alianza del Pacífico como Chile (puesto 21) y México (puesto 51).

Ilustración 31. Ranking del Índice de Facilitación Comercial en el 2016



Fuente: Foro Económico Mundial.
Elaboración: MINCETUR

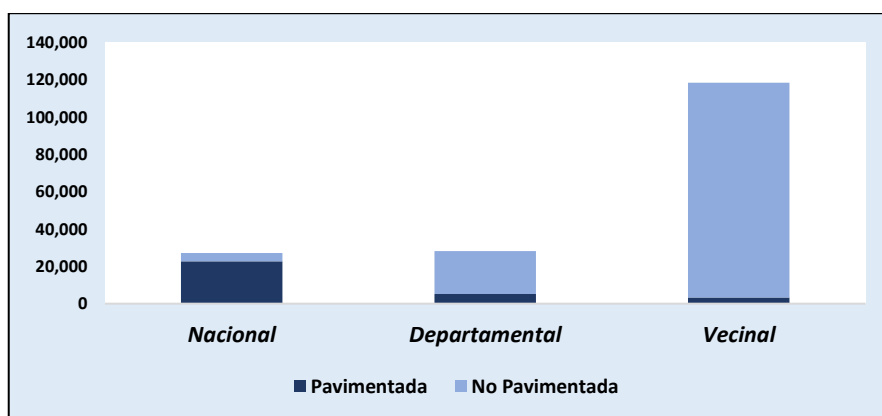
Además, los pasos de frontera juegan un papel crucial en el comercio exterior del país al facilitar la conectividad regional, permitiendo la conexión terrestre con los países vecinos como Chile, Bolivia, Brasil, Colombia (con tránsito a través del Ecuador) y Ecuador. Esta conectividad es vital para el comercio regional, ya que permite el flujo de bienes y servicios entre los países, reforzando las relaciones comerciales y económicas. Sin embargo, al cierre de 2023, los pasos fronterizos solo concentran el 3% del total del comercio exterior del país (más de US\$ 3 mil millones) evidenciando que aún persisten graves problemas como la infraestructura vial en mal estado, controles integrados aún pendientes de ser implementados en varios de ellos, falta de Centros Binacionales de Atención en Frontera (CEBAF), entre otros.

La red vial supone también un condicionante relevante para la competitividad de la logística del país y el desarrollo del comercio exterior. En este modo de transporte, existen dos vías nacionales principales del país: la carretera Panamericana y la carretera Central. Ambas vías presentan serios problemas de capacidad, y en el caso de la Carretera Central resulta más complejo puesto que no hay espacio físico para la duplicación de la calzada de la vía y adicionalmente el trazado de esta resulta muy sinuoso y con pendientes prolongadas, lo que también dificulta su transitabilidad. En esta vía se producen de manera generalizada atascos y accidentes que elevan los costos logísticos asociados al transporte. Por su parte, la Carretera Panamericana tiene una extensión total de 2 636 kilómetros, de los cuales únicamente unos 1 050 km presentan doble calzada. Este aspecto limita la capacidad de la vía generando los problemas antes expuestos.

Existe una marcada diferencia en el nivel de desarrollo de las vías en Lima y Callao, frente a las regiones del país. Las entrevistas realizadas a las empresas de agroexportación en el PNSILT 2032, se identifica que la red subnacional, que constituye el medio de transporte principal empleado en el eslabón centro de producción–centro de acopio, se encuentra en mal estado. Ello refuerza los datos publicados respecto a la superficie de rodadura que tiene el país en las carreteras, que registran que un 83,6% de las vías nacionales se encuentra pavimentada, mientras que las vías departamentales y vecinales solo están pavimentadas en un 18,2% y 2,8%, respectivamente. Esto genera que las empresas ubicadas en las regiones del interior del país se encuentren más limitadas

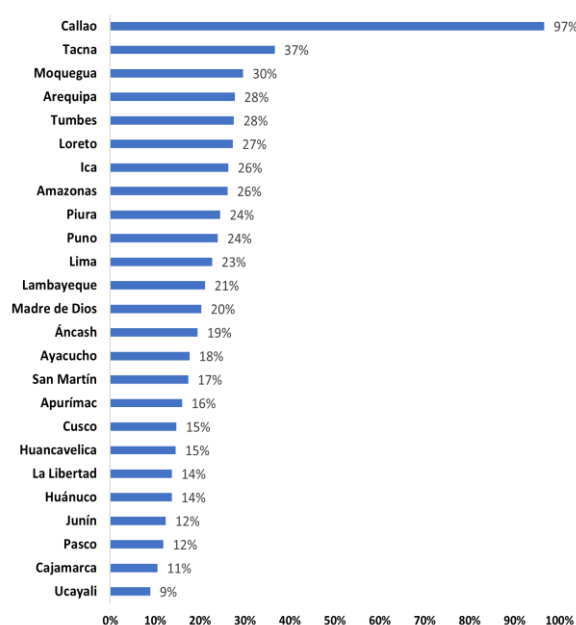
para desarrollar operaciones de comercio exterior, debido al sobre costo que tienen que asumir para trasladar sus productos hasta los puertos nacionales. Cabe destacar que costos de transporte más elevados se traducen en menores exportaciones, menor diversificación de las mismas y menor participación de las regiones en el comercio exterior (BID, 2013). Al respecto, según el BID (2013), una reducción del 1% en los costos de transporte ad valorem en el Perú generaría un incremento promedio de más del 4% en las exportaciones municipales por producto y de casi el 3% en su número de productos de exportación.

Ilustración 32. Estado de las vías peruanas por kilometro



Fuente: MTC
Elaboración: MINCETUR

Ilustración 33. Porcentaje de la red vial total asfaltada por región, 2023

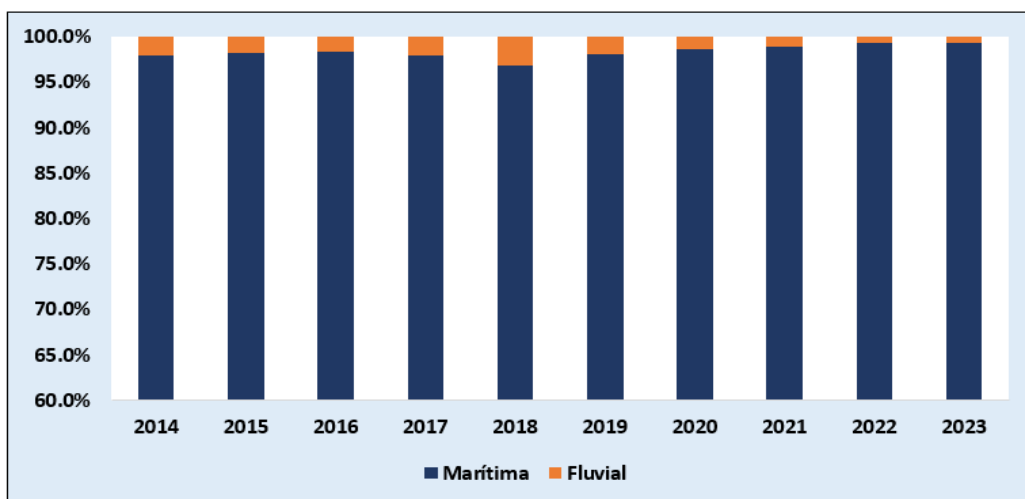


Fuente: MTC
Elaboración: MINCETUR

De igual forma, las empresas ubicadas en la selva peruana tienen una limitada infraestructura de embarcaderos, donde la utilización del sistema fluvial comercial no solo es afectada por la falta de infraestructura, por las deficiencias de los servicios o por las restricciones horarias, sino que también existen importantes factores como la disminución de la transitabilidad de las hidrovías

amazónicas en época de vaciante (MTC, 2014). Así, en el 2023 la carga movilizada por los terminales fluviales solo concentró el 0,3% del total de carga movilizada por los terminales del país.

Ilustración 34. Concentración de la carga movilizada por los terminales portuarios y fluviales



Fuente: Autoridad Portuaria Nacional
Elaboración: Propia

La carga aérea internacional viene disminuyendo significativamente desde 2015 (MTC, 2023). Esta disminución responde en gran medida al bajo nivel de conectividad y eficiencia de la infraestructura, que se ve reflejada en la puntuación obtenida en el Índice de Competitividad Global del 2019 respecto al sistema aeroportuario (WEF, 2019), donde el Perú obtuvo una puntuación de 58,2 para conectividad y 54,2 para eficiencia sobre una puntuación de 100. Esto ha impulsado que los productos peruanos utilicen aeropuertos internacionales de los países vecinos. Por ejemplo, los espárragos de Chiclayo, producto de exportación por vía aérea que estuvo creciendo significativamente hasta el año 2015, cambió su ruta y comenzó la exportación vía aérea desde el aeropuerto de Quito y no desde Lima. Además de ello, el 80% del tráfico transfronterizo de comercio electrónico en el mundo se mueve en avión y se espera que en los próximos años los aeropuertos se enfrenten a una demanda de infraestructuras especializadas orientadas a cubrir las demandas del comercio electrónico (MTC, 2023), por lo cual las infraestructuras aeroportuarias serán fundamentales en el desarrollo del comercio.

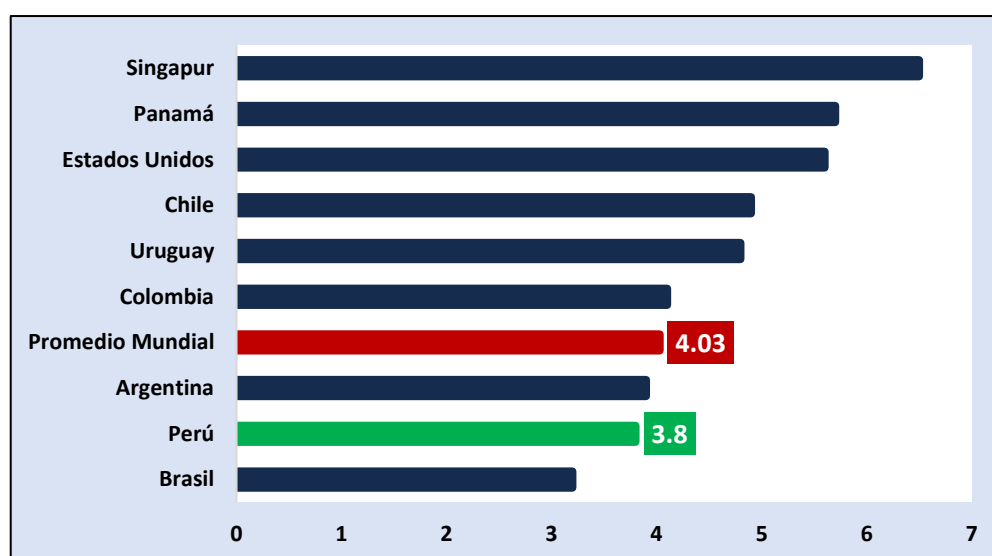
Un punto de vital importancia dentro del desarrollo del comercio exterior es la infraestructura marítima que tiene el país. Al cierre del 2023, a través de los puertos marítimos se movilizó el 80% de las exportaciones y el 85% de las importaciones del país. Por ello, es esencial que la infraestructura portuaria cuente con las condiciones favorables para realizar las operaciones de comercio exterior.

Las limitaciones en la infraestructura de acceso a puertos generan problemas reiterados de congestión y colas en el acceso al puerto del Callao y en menor medida al puerto de Paita, generando un incremento de los costos operacionales y tiempo de traslado, restando competitividad y afectando a la cadena logística en su conjunto (MTC, 2023).

Asimismo, el costo del uso portuario se ha elevado por la proliferación de puertos y la poca frecuencia establecida por las líneas navieras por causa del poco volumen encontrado en algunos terminales portuarios (MTC, 2023).

Si bien ha habido avances en el sistema portuario bajo el esquema de concesiones, aún persisten algunas dificultades que afectan el desarrollo del comercio exterior. Adicionalmente a la congestión en los accesos al puerto, se tiene una falta de espacios en los terminales portuarios. Todo ello puede verse reflejado en el indicador de calidad de la infraestructura portuaria, uno de los componentes del Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial (WEF) (WEF, 2019). Este indicador representa una evaluación de la calidad de las instalaciones portuarias en base a encuestas de opinión (1 (poco desarrollas) y 7 (extensas y eficientes según los estándares internacionales)) donde el Perú fue calificado con una puntuación de 3,8 en el 2019, mientras que el promedio mundial fue de 4,03. De esta forma, el país se ubicó en el puesto 6 entre los países de Sudamérica y en el puesto 84 a nivel mundial.

Ilustración 35. *Índice de Calidad de la Infraestructura Portuaria*



Fuente: Foro Económico Mundial
Elaboración: MINCETUR

Si bien la limitada infraestructura logística afecta la competitividad y la imagen del país en su conjunto, existen características específicas en cada región que impactan de manera más significativa a las empresas ubicadas en el centro y la selva del país. Por ejemplo, el bajo nivel de desarrollo de la red vial subnacional y vecinal en la sierra es más notorio que en la costa, mientras que en la selva se observa una baja transitabilidad en las hidrovías amazónicas (MTC, 2023).

El nivel de intensidad de la limitada infraestructura logística por región puede verse reflejado en el Índice de Competitividad Regional del Perú 2023, elaborado por la CENTRUM de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Este informe brinda una puntuación que va de 0 a 100, siendo 100 la mejor calificación. El estudio indica que, con excepción de Lima Metropolitana, todas las regiones presentan niveles extremos bajo. En su mayoría, son las regiones de la sierra las que ocupan los últimos lugares, mientras que las de la costa se encuentran en los primeros.

Ilustración 36. *Índice de Competitividad Regional del Perú 2023 – Componente de Infraestructura*

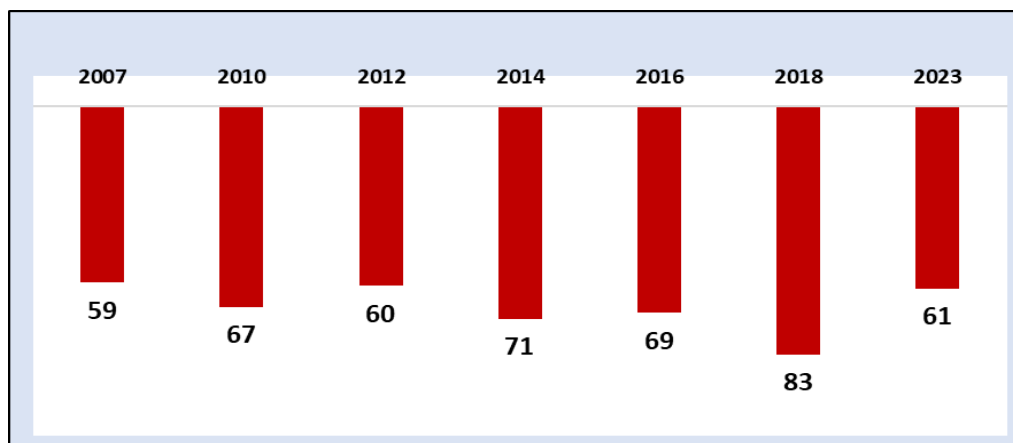
N°	Región	Puntaje	Ranking
1	Lima Metropolitana	56.6	
2	Arequipa	33.6	
3	Callao	31.5	
4	Cusco	24.8	
5	Ica	21.2	
6	Tacna	20.1	
7	Piura	20.0	
8	Áncash	20.0	
9	Moquegua	18.4	
10	Lambayeque	18.4	
11	La Libertad	18.1	
12	Lima Provincias	18.1	
13	Junín	17.0	
14	Puno	16.9	
15	Tumbes	15.2	
16	Madre de Dios	14.1	
17	San Martín	13.5	
18	Ayacucho	12.7	
19	Ucayali	12.4	
20	Loreto	12.1	
21	Cajamarca	11.8	
22	Pasco	11.3	
23	Huánuco	10.6	
24	Apurímac	9.0	
25	Huancavelica	8.7	
26	Amazonas	8.5	

Fuente: CENTRUM-PUCP.
Elaboración propia.

A nivel global, la limitada infraestructura logística que ha venido mostrando el país puede verse reflejada en las posiciones y puntuaciones del Perú en los principales indicadores internacionales que miden la eficiencia y la competitividad logística de los países. En el Índice de Competitividad Global del 2019 (WEF, 2019), el Perú ocupó el puesto 65 del ranking, retrocediendo 2 posiciones del ranking del 2018 (puesto 63 sobre un total de 141) y ubicándose por detrás de los países miembros de la Alianza del Pacífico, como Chile (33), México (48) y Colombia (57). Así también, El Banco Mundial realiza un análisis que mide el rendimiento de la cadena de suministros de un país denominado “Índice de Desempeño Logístico” (LPI, por sus siglas en inglés), que sirve como herramienta de evaluación comparativa para más de 160 países. El Perú ocupa el puesto 61 el año 2023, mostrando una mejora sustancial frente al 2018 (83), pero aún con un leve retroceso frente a la primera publicación del LPI el año 2007 (59). En ese mismo índice se evidencia que el Perú se encuentra rezagado en el componente de Infraestructura. Ello nos muestra que, a

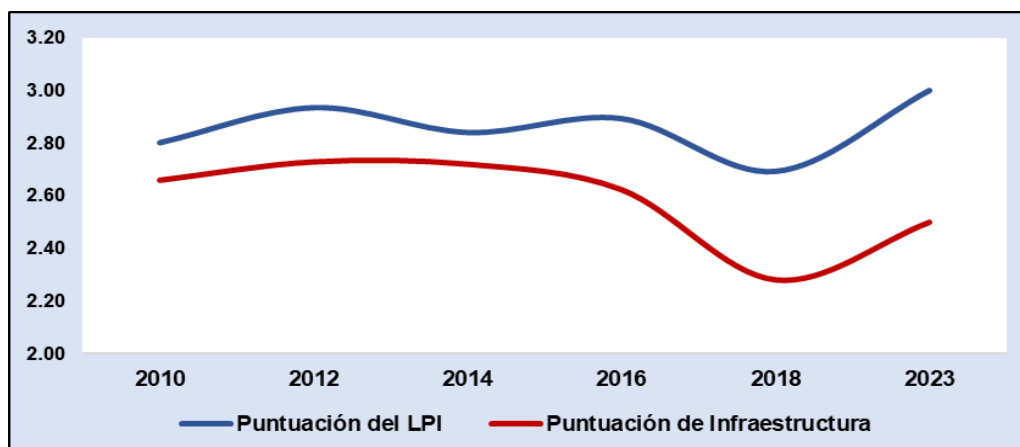
pesar de los esfuerzos en inversión que se han realizado en el país por la modernización de los puertos, mejoramiento de las carreteras, aeropuertos y carreteras, entre otros, estos no se ven reflejados en la percepción de los principales agentes del comercio exterior alrededor del mundo.

Ilustración 37. Ranking del LPI del Perú



Fuente: Banco Mundial
Elaboración: MINCETUR

Ilustración 38. Índice del LPI e Infraestructura



Fuente: Banco Mundial
Elaboración: MINCETUR

Por otro lado, la brecha en infraestructura digital en América Latina, en especial en el Perú, se evidenció en mayor medida en el año 2020 con la pandemia del COVID-19 donde se identificó que se requiere realizar una transformación digital y tener acceso a infraestructura digital para toda la población. Así, por ejemplo, CEPAL, OCDE y CAF, en su publicación “Perspectivas Económicas de América Latina 2020: Transformación digital para una mejor reconstrucción” (CEPAL et al., 2020) señalan:

(...) los países de América Latina y el Caribe deben acometer importantes inversiones y aplicar políticas ambiciosas para aprovechar al máximo la transformación digital en beneficio de toda la población. La transformación digital dependerá del grado en que previamente hayan adoptado tecnologías de Información y las Comunicaciones (TIC), como el acceso a banda ancha o el uso de internet. Para ello, (...) se requiere un trabajo serio, innovador y coordinado de diseño de políticas públicas. (p.11)

Asimismo, de acuerdo con el Observatorio de Desarrollo Digital (ODD) de la CEPAL, de una puntuación de 0 a 3 (siendo 3 la mejor puntuación), el Perú a nivel de desarrollo de políticas de digitalización en las agendas digitales (2023) tiene una puntuación de 0,25 en infraestructura digital y 0 en tecnologías emergentes (CEPAL, s. f.). Ello hace evidente la limitada infraestructura tecnológica por parte del país, lo cual requiere impulsarse para mejorar las operaciones del comercio y transporte internacional, considerando que la globalización y los cambios tecnológicos imponen retos importantes al país.

La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) contribuye a cerrar brechas en infraestructura tecnológica para el comercio exterior. La VUCE tiene por objeto optimizar procesos y simplificar trámites de comercio exterior, reducir los tiempos y los costos de transacción, brindar información sistematizada, actualizada e inteligente sobre comercio exterior y logística internacional, y fortalecer a las entidades públicas vinculadas al comercio exterior. El crecimiento del comercio exterior en el Perú, sumado a una mayor complejidad de las operaciones en términos de clasificación de productos y requerimientos comerciales, y nueva normativa en función de nuevos estándares, harán más exigentes los servicios que debe prestar la VUCE. El Proyecto VUCE 2.0, busca expandir la infraestructura de la VUCE a través de nuevos componentes: Sistema de Gestión de Riesgos, Sistema para las operaciones de las Zonas Económicas Especiales, Portal de Acceso a Mercados, Marketplace & E-Pymex 2.0, Observatorio Logístico, Módulo de e-Learning, Componente Portuario y Port Community System; así como la mejora de los componentes de Mercancías Restringidas y Origen. Es importante tener en consideración que, al tratarse de tecnologías de información, la VUCE requerirá mantenerse en constante actualización e innovación de sus productos y servicios.

La Comisión Multisectorial para la Facilitación del Comercio Exterior (COMUFAL) creada el año 2017, mediante Decreto Supremo N° 122-2017-MINCETUR, para reforzar la coordinación entre las entidades vinculadas al comercio exterior y proponer medidas para el desarrollo de la facilitación del comercio, orientadas a reducir los costos logísticos. La COMUFAL cuenta con cuatro equipos técnicos, los mismos que coordinan la implementación de medidas vinculadas a a) el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la OMC, b) logística e infraestructura, c) seguridad de la cadena logística del comercio exterior, y d) digitalización.

La aprobación del Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte al 2032, mediante Resolución Ministerial N° 362-2023-MTC/01, permitirá impulsar el comercio exterior. El PNSILT 2032 detalla las necesidades y oportunidades de desarrollo logístico del país, identificando inversiones necesarias a corto, mediano y largo plazo. El plan también busca definir un conjunto de acciones para mejorar la operatividad logística actual, potenciar la conectividad y la competitividad de las cadenas logísticas en los ámbitos regionales y de comercio exterior. Asimismo, se busca impulsar la institucionalización de la logística del país sobre la base de un modelo de gobernanza colaborativa y de trabajo conjunto entre todos los actores involucrados (El Peruano, 2023).

Causa Indirecta 2.2: Insuficiente digitalización y uso de tecnologías emergentes en los procedimientos de comercio exterior

La digitalización de los procedimientos de comercio exterior reduce los tiempos y costos de transacción para los operadores de comercio exterior. Las tecnologías digitales están cambiando la forma en que se diseñan e implementan las políticas comerciales y de inversión (Chen & Martincus, 2022). Según un estudio del BID, el uso de la internet (y el internet de las cosas) permite la simplificación, coordinación e integración de procedimientos para el comercio exterior, con una

consiguiente reducción en tiempos de procesamiento. Esto contribuye al desarrollo del comercio exterior, a través de nuevas empresas que participan en el comercio, un aumento de las exportaciones de empresas que ya comercian (nuevos productos, nuevos destinos, mayores ventas de productos existentes, o mayores ventas a mercados a los que ya venden, así como adquisición de insumos del exterior en mejores condiciones) (Chen & Martincus, 2022). Así, es importante resaltar que, desde la implementación de la VUCE hasta octubre del 2022, se logró ahorros por S/ 72,7 millones en recursos de desplazamiento y tiempo de gestión de trámites. Si bien es muy notable el desarrollo de estas tecnologías digitales, éstas no están exceptas de fallas o interrupciones o incidentes por eventos disruptivos, por lo que es muy relevante establecer planes de contingencia para las operaciones de comercio exterior que se realizan a través de la VUCE. Habiéndose previsto que, por razones de fuerza mayor o caso fortuito, como medida de contingencia, “la excepción del uso de la VUCE”, por lo que, en estos casos, se habilita la presentación física en la mesa de partes de cada entidad incorporada a su plataforma tecnológica, a partir de las 4 horas de presentado el incidente, que haya interrumpido la operación, sin que haya podido reanudarse la continuidad del servicio.

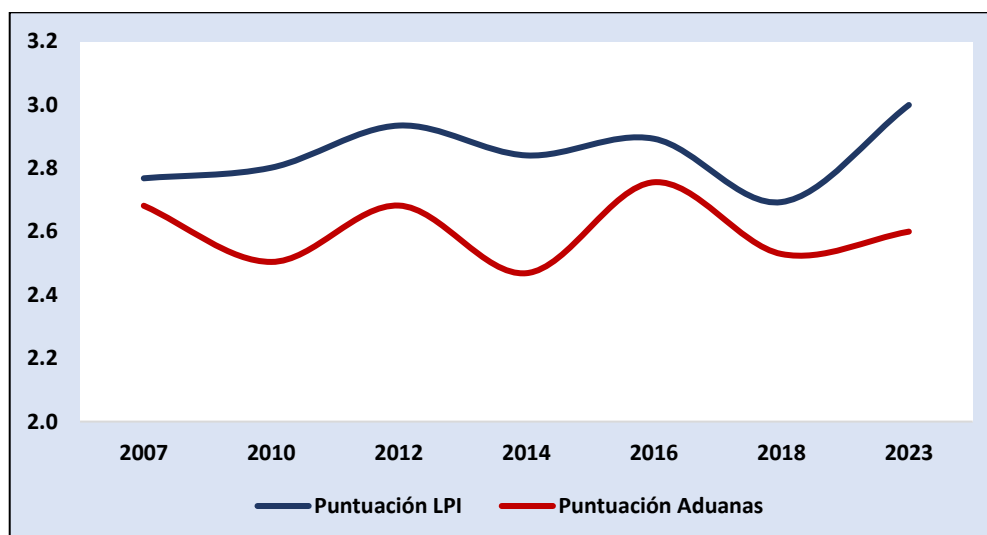
La brecha de digitalización en el país impacta en entidades públicas y privadas vinculadas al comercio exterior. Las diversas entidades públicas no se encuentran en las mismas condiciones en cuanto al desarrollo de su infraestructura digital para ofrecer los servicios públicos vinculados al comercio y transporte internacional. Ello tampoco posibilita a los usuarios de los servicios públicos (sector privado) a tener igualdad de acceso a los medios digitales que ofrecen, menguando así el desarrollo del comercio exterior.

Si bien el Perú ha avanzado en la implementación de políticas públicas de facilitación del comercio, es evidente la necesidad de fortalecer la digitalización de las operaciones de comercio exterior. La facilitación del comercio exterior comprende, entre otros aspectos, la mejora de los procedimientos comerciales, y la automatización de los procesos y procedimientos que apoyan esta actividad. Aún existen desafíos para implementar los sistemas tecnológicos, tales como la VUCE y los diversos servicios que la comprenden, lo cual implica una fuerte inversión e integración de sistemas de las entidades públicas, y del sector privado. Ello se reconoce en el artículo de la UNCTAD elaborado por Quindimil (2022) “El salto de la Ventanilla Única de Comercio Exterior a la plataforma digital de comercio internacional”, en el cual se reconoce la necesidad de la reforma del Estado, en términos de simplificación y digitalización de los procesos, que implica no solo centralizarse en los procesos aduaneros, sino que la meta debe alcanzar a toda la digitalización de la cadena logística. El entorno de facilitación del comercio del Perú es ágil en general y en él se aplican buenas prácticas reconocidas internacionalmente. Sin embargo, persisten grandes desafíos vinculados a los procedimientos aduaneros, la generación de información estadística para los operadores y el acceso fluido a ella, y el procesamiento de grandes volúmenes de paquetes de bajo valor que son característicos de las operaciones de comercio electrónico transfronterizo (UNCTAD, 2023^a).

Los procedimientos aduaneros de exportación en el Perú funcionan muy ágilmente, pero hay espacio de mejora en los procesos de importación. Las empresas destacan el trabajo de modernización que la SUNAT ha realizado en los últimos años a través del Programa de Facilitación Aduanera, Seguridad y Transparencia (FAST), que plantea facilitar, agilizar, automatizar y transparentar los procesos de entrada y salida de mercancías en las aduanas del país, así como los procesos complementarios de control de operadores, integrándolos a los procesos transversales de gestión de riesgo y seguridad. En particular, en el marco del programa FAST se implementó un nuevo modelo de envíos para empresas de servicio de entrega rápida. Sin embargo, aún quedan brechas por superar, como la modernización y la digitalización de procesos, la eficiencia del

despacho de aduanas y la gestión fronteriza, que son reflejadas en la puntuación del componente de aduanas del Índice de Desempeño Logístico del Banco Mundial que ubica al Perú para al año 2023 en el puesto 74 con una puntuación de 2,6 mientras que países como Chile y Brasil están ubicados en el puesto 47 y 56, respectivamente.

Ilustración 39. *Índice del LPI y Aduanas*



Fuente: Banco Mundial
Elaboración: MINCETUR

Además, hoy en día las empresas certificadas en el programa Operador Económico Autorizado (OEA) hacen el 50% de las declaraciones, lo que redujo en un 69% el uso del canal rojo (de mayor control) por parte de esos operadores y disminuyó el tiempo que insume hacer los procedimientos y trámites de aduana (Apoyo Consultoría, 2022). Asimismo, se viene implementando el OEA sanitario, complementando las facilidades del OEA aduanero, ello en atención al Decreto Supremo N°267-2020-EF que regula la participación de las entidades nacionales que intervienen en el control de mercancías que ingresan o salen del territorio nacional (DIGESA, DIGEMID, SANIPES, SENASA y SUCAMEC) en el programa del operador económico autorizado, a fin de establecer facilidades para los operadores que forman parte de dicho programa. Estas facilidades se podrán acoger para la tramitación de determinados procedimientos realizados a través de la VUCE, lo cual está en desarrollo.

La implementación de la VUCE del Perú es una de las más avanzadas en la región de América Latina y el Caribe. Actualmente cuenta con más de 360 procesos digitalizados y más de 16 entidades de control, y se está desarrollando la segunda etapa de la VUCE a través del Proyecto VUCE 2.0. Los avances en los procesos de la VUCE contribuyen a superar desafíos identificados en el entorno de facilitación del comercio del Perú, en particular los vinculados a la participación de las MIPYME en los procesos de ventanilla única y a la disponibilidad de información confiable sobre logística comercial.

No obstante, existe espacio de mejora en algunas áreas de la VUCE, como la implementación de procedimientos de firma electrónica y la escalabilidad de la plataforma, debido a la escasez de recursos para adquirir equipamiento de informática y a la falta de personal capacitado para atender las consultas de los usuarios. Además, si bien se ha digitalizado gran parte de la documentación que se necesita en los procedimientos, la información todavía no puede presentarse de manera electrónica, y eso genera ineficiencias que debe trabajarse con las entidades públicas integrantes

en la cadena del comercio internacional. Finalmente, la producción de estadísticas en el marco de la VUCE se encuentra rezagada y actualmente no hay procesos automatizados para generar información. Podrían introducirse herramientas de inteligencia de datos que permitieran explotar grandes volúmenes de datos y crear informes que contribuyeran a monitorear y evaluar los procedimientos. Finalmente, aún existen brechas en la digitalización y en la incorporación de procesos administrativos vinculados al comercio exterior de los Gobiernos Regionales y otras entidades, que requieren canalizarse adecuadamente para su evaluación y priorización. Además, se requiere contar con mayores recursos para su implementación, operación y mantenimiento. También es necesario mejorar los espacios de diálogo, comunicación, coordinación y articulación para atender dichas necesidades.

El Perú tiene avances importantes en la implementación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio, pero tiene espacio de mejora en el comercio transfronterizo sin papeles. Según la Encuesta Mundial de las Naciones Unidas sobre Facilitación del Comercio Digital y Sostenible, en 2021 el grado de avance del Perú en cuanto a la implementación del AFC era del 83,9%, porcentaje superior al promedio de los países de la CEPAL (72,2%), pero levemente inferior al de sus pares de la Alianza del Pacífico. El grado de implementación era menor en las siguientes áreas: cooperación y arreglos institucionales; participación de las mujeres en la facilitación del comercio, y comercio transfronterizo sin papeles. La única medida que se había implementado por completo en el área del comercio transfronterizo sin papeles era la de las leyes y regulaciones relativas a las transacciones electrónicas. En cuanto al resto, las medidas de intercambio electrónico de certificados de origen y de certificados sanitarios y fitosanitarios, y el reconocimiento de una autoridad de certificación, se encontraban parcialmente implementadas, y la recolección de pagos electrónicos a partir de cartas de crédito estaba sin implementar.

Por otro lado, la digitalización del transporte de carga y la logística ofrece oportunidades para mejorar la competitividad de las empresas al permitir una gestión más eficiente y ágil de los procesos. Además, contribuye a la sostenibilidad del transporte en términos físicos, ambientales, económicos y sociales al facilitar la optimización de recursos y la reducción de emisiones. Los avances tecnológicos en este campo promueven una mayor integración y fluidez en la movilidad entre diferentes modos de transporte, lo que resulta en un sistema global de transporte de carga más conectado. Asimismo, la digitalización impulsa la aparición de nuevos modelos de negocio en la industria, como el concepto de logística y movilidad como servicio, respaldados por innovaciones financieras como el uso de criptomonedas y el Internet de las cosas. Estos desarrollos también están impactando en la planificación del transporte y el avance de las ciudades inteligentes al proporcionar herramientas y datos para una gestión más eficiente y sostenible de la movilidad urbana. En este sentido la digitalización está transformando profundamente la forma en que se gestionan y operan los sistemas de transporte y logística, abriendo nuevas oportunidades y desafíos para las empresas y las ciudades.

Existe una brecha significativa entre las grandes empresas multinacionales y las MIPYME en la adopción de tecnologías digitales avanzadas en el contexto de las cadenas de suministro inteligentes en América Latina. Mientras que las grandes empresas están bien informadas sobre los beneficios de la innovación tecnológica y toman decisiones estratégicas al respecto, las MIPYME tienden a carecer de este conocimiento para incorporar tecnologías inteligentes en sus operaciones logísticas. Esta disparidad se refleja en el grado de adopción de tecnologías inteligentes en las cadenas de suministro, siendo las grandes empresas y sus proveedores asociados los más avanzados en esta área.

Existen barreras que obstaculizan la adopción de tecnologías en las cadenas de suministro.

Entre las barreras que obstaculizan la adopción de tecnologías en las cadenas de suministro se encuentran los bajos costos laborales que compiten con los beneficios de las nuevas tecnologías, la falta de tecnologías adaptadas a las necesidades locales, la escasa oferta de servicios de implementación y mantenimiento de las tecnologías, la falta de conocimiento y priorización por parte de la gerencia, la resistencia cultural, la escasez de talento especializado, así como las brechas existentes sobre los factores claves identificados requeridos para la transformación digital.

Causa Indirecta 2.3: Ineficiencia de los servicios logísticos y los procedimientos necesarios para el comercio exterior

Los servicios logísticos juegan un rol importante en la expansión del comercio, ya que conllevan operaciones que implican la carga y descarga de productos y mercancías, así como su almacenamiento y transporte, donde los operadores logísticos se convierten en piezas fundamentales para integrar los diferentes ejes de la cadena de valor de las empresas exportadoras, que tienen necesidades cada vez más complejas (PUCP, 2012).

En el Perú existe un ineficiente servicio logístico que repercute en el desarrollo del comercio exterior peruano. La Encuesta Nacional de Logística (MTC, 2022), identificó las mayores dificultades que se presentan en las operaciones logísticas de los Usuarios de los Servicios Logísticos (USL (exportadores)) y de los Proveedores de los Servicios Logísticos (PSL). En ella, los USL indican que son seis las barreras que enfrentan para llevar sus productos a los mercados: i) altos costos logísticos de las operaciones, ii) la falta de un proceso de gestión eficiente para la planeación de la demanda, iii) el incumplimiento en los tiempos de entrega, iv) la falta de personal capacitado, v) la falta de incorporación de tecnología y vi) la escasez de proveedores locales certificados. Por parte de los PSL, las principales barreras que impiden un proceso logístico eficiente son: i) los altos tiempos de atención de los terminales portuarios, ii) la congestión vehicular que se presenta en la ciudad y en la entrada a los puertos, iii) la informalidad de los prestadores de servicios logísticos y iv) la carencia de personal calificado para las operaciones logísticas y su alta rotación.

Las problemáticas antes mencionadas, son reflejadas en un alto nivel de incumplimiento en las entregas por problemas de infraestructura y gestión de la calidad al interior de las empresas. Los indicadores de calidad miden el cumplimiento de las empresas frente a las promesas de los servicios que han ofrecido a sus clientes. El indicador de pedido perfecto mide la calidad de la gestión integral de la entrega de producto. Este indicador se construye con un indicador de entregas a tiempo y completas o "On Time In Full" (OTIF), las entregas sin daños, y las entregas con la documentación perfecta. Los resultados del indicador reflejan que, en promedio, en el país existe un desempeño del 39,7% que se traduce en un nivel de incumplimiento en la calidad de la entrega del 60,3%.

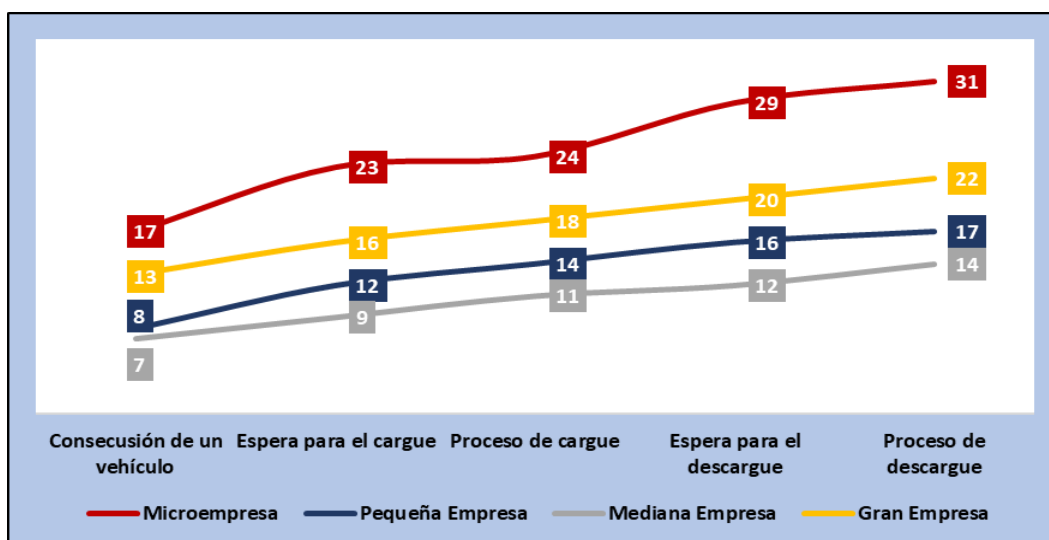
Tabla 4. Indicador de pedido perfecto

	Promedio
Pedidos sin error en documentos	79,7%
Pedidos sin daños	75,9%
Pedidos a tiempo y completos	65,5%
Pedido perfecto	39,7%

Fuente: Encuesta Nacional de Logística
Elaboración: Mincetur

Así, en el Perú uno de los principales cuellos de botella identificados para el proceso logístico son los tiempos de transporte, incluido la obtención del vehículo, la carga y descarga y el transporte en sí mismo. El tiempo es un factor determinante dentro de la estructura de las cadenas logísticas (desde que se recibe el pedido hasta que se entrega al cliente), donde los tiempos eficientes mejoran la competitividad de las empresas en el mercado internacional, lo que puede conducir a mayores ventas y mayores márgenes de ganancia. La Encuesta Nacional de Logística (MTC, 2022) calcula los tiempos de a) Espera para la obtención del vehículo, b) Espera para el cargue, c) Cargue, d) Espera para el descargue, y e) Descargue. Los resultados del estudio reflejan que estos tiempos suman en promedio un total de 22 horas y 8 minutos, siendo el tiempo para la consecución de un vehículo el más elevado de todos, con 12 horas y 13 minutos (tiempo que transcurre desde que surge la necesidad de un vehículo hasta que este se encuentra disponible en la bodega. Los tiempos de transporte (sin tener en cuenta el tiempo de tránsito) por tipología se observan en la ilustración 41. Los resultados reflejan que las microempresas duplican los tiempos al de la gran empresa, obteniéndose un tiempo medio de 31 horas y 48 minutos frente a 14 horas y 42 minutos respectivamente.

Ilustración 40. *Tiempos de transporte por tamaño de empresa en horas*



Fuente: Encuesta Nacional de Logística
Elaboración: MINCETUR

Además, el parque automotor de vehículos pesados para el transporte de mercancía presenta un alto porcentaje de unidades con una antigüedad superior a los 10 años. El 39% de estos vehículos supera los 10 años de antigüedad. Estos vehículos carecen, en mayor medida, de las características adecuadas para el desarrollo eficiente de la operatividad y conservación de la mercancía transportada. Ello se traduce en un incremento de las mermas en la carga, así como del consumo energético, lo que conlleva a un aumento de costos de transporte, y también una mayor contaminación ambiental (MTC, 2023).

A nivel regional, Lima concentra casi la totalidad de la oferta de servicios logísticos en el país. Sin embargo, estos están orientados principalmente a grandes empresas, con una oferta limitada para las MIPYME. Además, las empresas ubicadas en las distintas regiones enfrentan servicios de transporte de carga terrestre informales, con baja productividad y poca especialización. Asimismo, las demoras en la tramitación de permisos, autorizaciones de transporte y certificaciones afectan la competitividad de sus operaciones y, por ende, su desarrollo en los mercados internacionales.

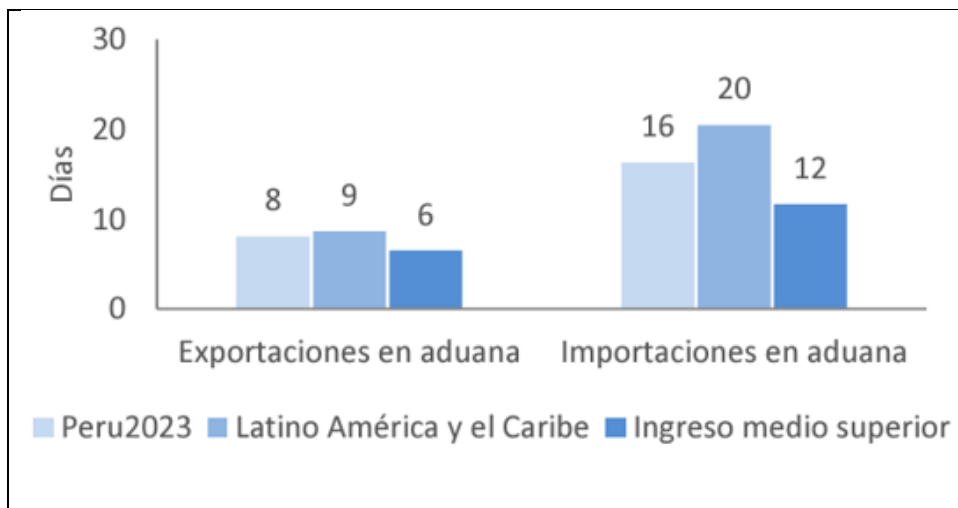
Por otro lado, las limitaciones logísticas de los nodos logísticos como los pasos fronterizos merman el desempeño de las empresas y reducen su competitividad en los mercados internacionales. Los principales problemas logísticos que se enfrentan en el país son (MTC, 2023):

- Los horarios de atención resultan muy reducidos. Se considera necesario un servicio de atención de 24 horas en los centros de atención y actualmente se ofrecen durante 12 horas.
- La misma problemática se replica en días festivos o de fin de semana, periodos en los cuales tampoco se ofrece atención.
- Los trámites dentro de los centros de atención son lentos y generan colas. Los procesos pueden durar entre 3 y 4 horas, con el consecuente sobre costo que ello conlleva.
- Se producen además problemas con la gestión documental entre los países fronterizos, lo que genera aún mayores retrasos.

Se identificó que no existe una coordinación fluida entre las autoridades de control en frontera y que no se han desarrollado procedimientos armonizados de control sanitario en frontera, a través de la iniciativa “Mejora de la eficiencia de la gestión sanitaria en el marco de la implementación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio en el Perú” con el apoyo del Programa SeCompetitivo (SECO, 2023). Esta falta de cooperación entre autoridades sanitarias (SENASA, SANIPES y DIGESA) y la aduanera (SUNAT), representa un obstáculo crítico para la implementación efectiva de un control sanitario coordinado basado en la gestión de riesgos en la importación y exportación de alimentos en Perú, afectando las operaciones de comercio exterior. El estudio propuso un nuevo modelo de gestión de riesgo sanitario inspirado en prácticas de Chile, Estados Unidos y la Unión Europea. Este modelo, ajustado a la realidad peruana, incluiría la interoperabilidad de las autoridades sanitarias con la VUCE y el sistema informático de SUNAT, estandarización de términos mediante subpartidas arancelarias, y la necesidad de coordinar inspecciones físicas basadas en el nivel de riesgo del producto. Sin embargo, la implementación exitosa de este modelo requiere de una cooperación robusta entre las entidades, procedimientos integrados y permisos en la VUCE, así como la disponibilidad de información en tiempo real y capacitación adecuada para todos los actores involucrados. Sin esta cooperación, los tiempos de espera en el control fronterizo se incrementan, afectando negativamente la facilitación del comercio y la seguridad alimentaria.

Asimismo, **los retrasos en el despacho aduanero de las exportaciones e importaciones** pueden interrumpir la producción, interferir en las ventas y ocasionar daños en los insumos o bienes de exportación e importación. En el Perú, según la Encuesta Empresarial (Enterprise Survey) del Banco Mundial (2023), las empresas encuestadas requieren en promedio de 8 días para el despacho de exportaciones y 16,3 días para el despacho de importaciones. En ambos casos, los tiempos son mejores frente a Latinoamérica y el Caribe (8,6 y 20,5 días, respectivamente), pero son mayores a los de los países de ingreso medio superior (6,5 y 11,7 días, respectivamente).

Ilustración 41. Promedio de días de despacho de importaciones y exportaciones en aduana



Fuente: Enterprise Survey, Banco Mundial

El mercado de servicios de logística para el comercio electrónico se encuentra poco desarrollado y hay oportunidades de crecimiento en el corto plazo. Los costos logísticos de última milla para el comercio electrónico son altos, los envíos hacia el interior del país son relativamente escasos y los tiempos de entrega son superiores a los estándares internacionales. Se observan capacidades empresariales poco desarrolladas y altos niveles de informalidad entre los operadores logísticos, lo que limita la incorporación de tecnología y la oferta de servicios de alto valor agregado. Por otra parte, de acuerdo con la Unión Postal Universal (UPU) el nivel de desarrollo de los servicios postales del Perú está por debajo de sus socios de la Alianza del Pacífico y lejos del promedio del grupo de países industrializados de ingreso alto. Servicios Postales del Perú S.A. (SERPOST), que es el operador designado, enfrenta desafíos para convertirse en un proveedor de servicios logísticos de mayor valor agregado para aprovechar y potenciar el crecimiento del comercio electrónico. La infraestructura logística tiene el potencial de brindar una cobertura territorial del 100% para el comercio electrónico, aunque se han detectado cuellos de botella que hacen difícil materializar ese potencial. El modo de transporte crucial para el comercio electrónico es el transporte aéreo, donde el aeropuerto Jorge Chávez concentra casi la totalidad de la carga dado que casi no existen rutas internacionales en otros aeropuertos, lo que provoca un desafío, pues la capacidad del aeropuerto Jorge Chávez está al límite y es urgente ampliar las instalaciones y la capacidad de almacén, y agilizar los procedimientos aduaneros para descongestionarlo. Asimismo, debido a la gran congestión, se observan dificultades para acceder a las instalaciones del aeropuerto y salir de ellas. En marzo de 2023 se iniciaron obras destinadas a construir un parque logístico que tenga infraestructura de almacenes dentro del aeropuerto, con una inversión estimada de US\$ 50 millones (El Comercio, 2023).

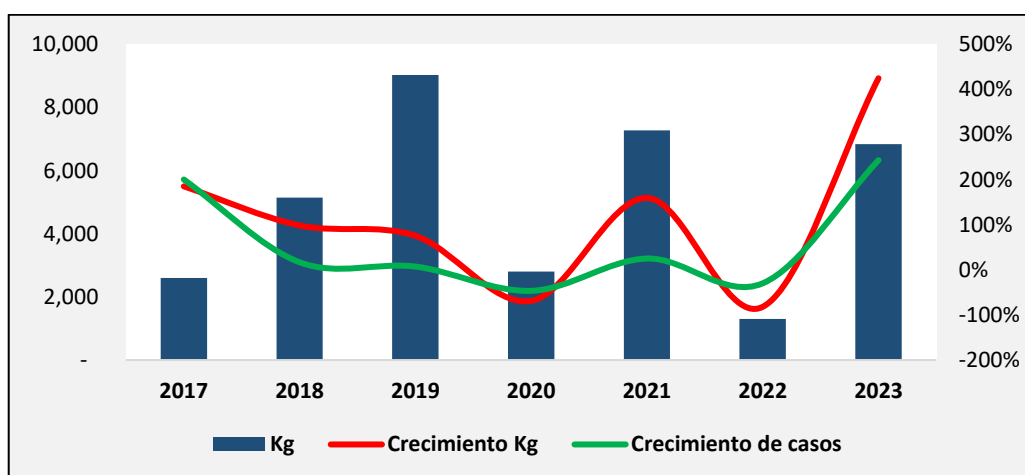
Otro aspecto importante dentro de los servicios y los procedimientos en el comercio exterior es la seguridad de la cadena logística que se ha vuelto un tema de vital importancia para el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe debido a los efectos nocivos, tanto económicos como sociales, que trae consigo la interrupción de la cadena logística por la contaminación de contenedores o por los robos que pueden darse en el traslado de la carga, reduciendo así la competitividad de las empresas exportadoras. En la región, la interrupción de una cadena logística, ya sea producto de una falla administrativa, actos delictivos o terroristas, tiene enormes repercusiones para la competitividad de la economía nacional, donde a las pérdidas

directas producidas por el siniestro, se debe agregar sus efectos de propagación en el resto de la cadena de suministro, tales como retrasos e incumplimientos con los clientes, pérdidas de contratos o aumento en los niveles de inventario necesarios para hacer frente la mayor variabilidad en los tiempos de entrega entre otros factores, que en definitiva terminan agravando los costos logísticos nacionales (CEPAL, 2011).

Según la CEPAL, solo durante el 2007, las pérdidas estimadas por actos ilícitos en la cadena logística ascendieron a alrededor del 5% del movimiento mundial de carga. La International Cargo Security Council (ICSC) estima que las pérdidas en Europa son alrededor de US\$ 15 mil millones anuales, mientras que en Estados Unidos podrían estar entre US\$ 20 mil millones y 60 mil millones anuales. Los puntos más vulnerables a los robos serían los terminales de carga, las instalaciones de transferencia y las áreas de consolidación de carga. Además, el 85% de los robos a la carga se asocian al transporte automotor (Cullen, 2006). Respecto a América Latina, se identificó que existe una carencia de estadísticas que dificultan la adopción de estrategias efectivas para la mitigación y erradicación de esta problemática. Sin embargo, la Asociación Mexicana de Empresas de Seguros reportan más de 10 mil camiones asaltados anualmente, y la Asociación Nacional de Transporte Privado (ANTP) de México estima que las compañías destinan entre el 15% y 20% de sus costos logísticos a inversiones en seguridad, evidenciando la importancia de esta materia dentro de la cadena logística.

El Perú no es ajeno a esta problemática, dado que la seguridad de la cadena logística tiene una relación directa con la competitividad de las empresas. A las pérdidas directas ocasionadas por los delitos se le debe sumar los costos relacionados a la gestión posterior como la contratación de abogados y las demoras en los cobros de seguros que encarecen los procesos de comercio exterior. De igual forma, la imagen país se ve afectada por los actos delictivos que desalientan las inversiones y las compras de los productos peruanos en los mercados internacionales. El Perú se encuentra en el puesto 120 de 141 países en el componente de seguridad del Índice de Competitividad Global del WEF (2019). Así, en el país, al cierre del 2023 se han incautado más de 6,8 mil kg de cocaína dentro de la cadena logística de comercio exterior.

Ilustración 42. Incautación de cocaína dentro de la cadena logística de comercio exterior

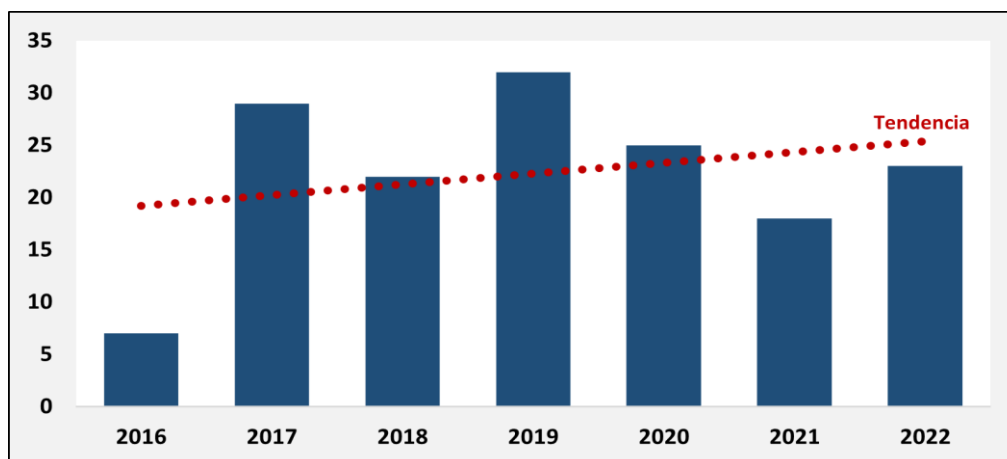


Fuente: Autoridad Portuaria Nacional.
Elaboración: MINCETUR

Además de ello, solo en el área jurídica del Callao, entre los años 2016 – 2022 han existido más de 150 robos al transporte de carga con contenedores en las vías nacionales. Esto refleja que los actos

ilícitos en las carreteras han crecido a una tasa del 22%, evidenciando un grave problema de seguridad en la red vial del país.

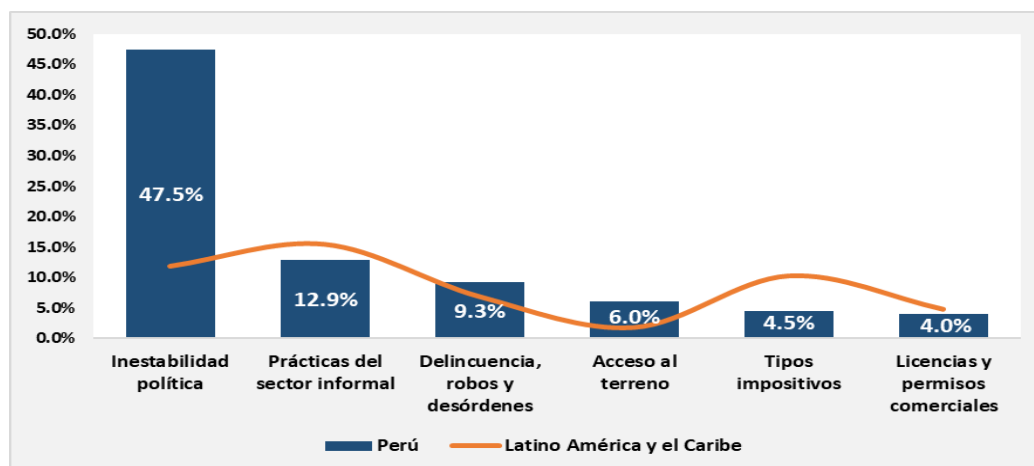
Ilustración 43. Cantidad de vehículos de transporte de carga con contenedores robados en el área jurídica del Callao



Fuente: Autoridad Portuaria Nacional.
Elaboración: MINCETUR

Estos datos pueden verse reflejados por las empresas y su puntuación en la Enterprise Surveys del Banco Mundial para el Perú en el 2023, que brinda información sobre infraestructura, comercio, finanzas, regulaciones, impuestos y licencias empresariales, corrupción, obstáculos para hacer negocios, entre otros. Donde uno de los mayores obstáculos identificados en la encuesta para el sector empresarial es la “delincuencia, robos y desórdenes” con el 9,3% (11% para las pequeñas empresas), tasa superior al de Latino América y el Caribe por 2,4 puntos porcentuales.

Ilustración 44. Principales limitaciones del entorno empresarial (porcentaje de empresas)

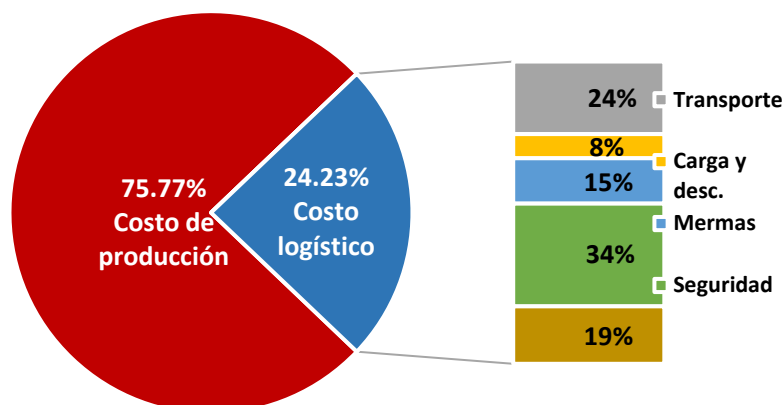


Fuente: Enterprise Surveys del Banco Mundial
Elaboración: Mincetur

Asimismo, según el Banco Mundial en el estudio del “Análisis Integral de la Logística en el Perú: 5 Cadenas de Exportación” (Guasch et al., 2019), en el Perú cadenas como el café se ven obligadas a incurrir en costos adicionales de seguridad por US\$ 4 mil por envío y el costo promedio por seguridad representa el 34% del costo logístico total. Sumado a ello, en ocasiones se realizan

inspecciones físicas con la apertura de contenedores para la detección del tráfico ilícito de drogas, lo que produce un deterioro prematuro de la carga en la cadena logística (en especial en la cadena de frío). Como resultado, los productos peruanos no llegan en condiciones óptimas a los mercados internacionales, lo que provoca que las empresas peruanas pierdan su competitividad y margen de ganancia.

Ilustración 45. Distribución porcentual de los costos logísticos del café



Fuente: Banco Mundial
Elaboración: MINCETUR

Por ello, resulta necesario seguir fortaleciendo el control no intrusivo. Si bien se ha potenciado el uso de escáneres de alta energía en los dos puertos más importantes del país (Callao y Paita), los cuales movilizan más del 90% de la carga contenedorizada (Twenty-foot Equivalent Unit (TEUS)) de todos los puertos del Perú, así como el Centro de Atención en Frontera en Tacna. Sin embargo, el país aún no cuenta con equipos no intrusivos en otros puntos de entrada y salida de carga del país: puertos, aeropuertos y pasos de frontera, a efectos de que puedan revisar las cargas, inspeccionando solo aquellas que los ameriten, reduciendo tiempo y costos. Cabe añadir que según el estudio del caso de la Administración de Aduanas de los Países Bajos (DCA) que se encuentra en el Informe de estudio de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y la OMC sobre las tecnologías disruptivas (OMC & OMA, 2022), respecto al uso de tecnologías de inspección no intrusiva, los principales desafíos que se plantean son la interpretación automatizada de señales de la tecnología existente; el diseño de una arquitectura flexible de tecnologías de inspección no intrusiva que responda adecuadamente a las necesidades de cada situación de amenaza; y el desarrollo de nuevas tecnologías de inspección no intrusiva para compensar la actual falta de capacidades.

Otro punto importante que afecta la cadena logística es el contrabando. De acuerdo al informe “Estimación del nivel del contrabando en el Perú” de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), el contrabando en Perú alcanzó aproximadamente USD 600 millones en el 2024, creciendo en 0,2% respecto al año anterior. Según cifras de SUNAT, Puno es la frontera más vulnerada del país, con 38,6% del valor de los productos de contrabando ingresados a nivel nacional, con un valor estimado de US\$ 232 millones. Estos productos tienen como destino principal las ciudades del sur del país: Arequipa, Cusco, Abancay, y finalmente Lima. La Provincia Constitucional del Callao es la segunda fuente de origen del contrabando, concentrando el 32,2% del contrabando total, con un valor estimado de US\$ 193 millones. Las principales mercancías incautadas incluyen instrumentos y aparatos médicos quirúrgicos, celulares, equipos de cómputo, calzado, piratas con contenido de oro, instrumentos y aparatos de óptica, productos químicos inorgánicos. Las rutas, identificadas por la SUNAT, incluyen el cruce por zonas no habilitadas en la

frontera con Bolivia (Puno), Chile (Tacna), Ecuador (Tumbes y Piura) y la zona de aplicación del Convenio de Cooperación Aduanera entre Perú y Colombia (PECO - Loreto, San Martín y Ucayali).

Tabla 5. *Estimación del contrabando en el Perú (US\$ millones)*

Año	2018	2019	2020	2021	2022	Var (%) 2024/2023
Frontera	306	303	286	291	293	0,8%
Puno	243	241	232	234	236	0,1%
Norte (Tumbes y Piura)	63	62	55	57	58	-3.1%
Frontera y zona geográfica con tratamiento especial	15	115	105	112	114	-1.5%
Tacna	115	115	105	112	114	-1.5%
Zona geográfica con tratamiento especial	10	8	7	8	7	-11%
PECO	10	8	7	8	7	-11%
Provincia Constitucional del Callao	166	175	167	180	180	3%
Jurisdicción Aduana Marítima	90	94	88	95	94	2.4%
Jurisdicción Aduana Aérea y Postal	76	81	78	85	86	3.7%
TOTAL	596	601	565	591	594	0.2%

Fuente: SUNAT²⁴
Elaboración: MINCETUR

Respecto a los procesos de comercio exterior, si bien existen notables mejoras en la reducción de tiempos de despacho, existen cuellos de botella por solucionar con relación a los procedimientos aduaneros. Se debe destacar que con la implementación de plataformas digitales se han reducido significativamente los tiempos de atención en importación y exportación. Conforme a los establecido en el Estudio de Tiempos de Despacho Perú 2023 (ETD) elaborado por la SUNAT (2023), el tiempo de liberación de mercancías importadas disminuyó de 94 horas en 2018 a 32 horas a setiembre de 2023. El ETD ha identificado algunos cuellos de botella que deben solucionarse a fin de seguir reduciendo aún más los tiempos de despacho:

- Desde la llegada de la mercancía hasta el levante de la misma, existen demoras en el pago de los tributos por parte de los importadores. Siendo que el pago de los tributos es un requisito para el levante, esta demora retrasa el levante.

²⁴ “Estimación del nivel del contrabando en el Perú” de los años 2022 y 2024.

- Desde el levante de la mercancía hasta el retiro de la misma, existen demoras en la liberación del documento de transporte, lo cual es requisito para que el importador pueda retirar su carga del almacén.
- Desde el levante de la mercancía hasta el retiro de la misma, también existen demoras en el retiro de las Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAM) en canal verde que requieren inspección de SENASA posterior al levante.
- Desde el levante de la mercancía hasta el retiro de la misma del puerto o depósito temporal existen demoras generales.

Para abordar la demora en la liberación de documentos de transporte, el ETD recomienda implementar un sistema unificado para agilizar la liberación de documentos de transporte y modificar el Reglamento del Decreto Legislativo N° 1492, “Decreto Legislativo que aprueba disposiciones para la reactivación, continuidad y eficiencia de las operaciones vinculadas a la cadena logística de comercio exterior”, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2021-MINCETUR, para hacer obligatorio el uso del Módulo de Intercambio de Información entre Operadores (MIO). También sugiere coordinar con el SENASA para establecer un horario extendido de atención para el retiro de las DAM que requieren inspección post-levante. Estas medidas buscan reducir los tiempos del proceso de comercio exterior, desde el levante hasta el retiro de la mercancía del proceso de comercio exterior. Asimismo, el ETD resalta la importancia de optimizar los sistemas de consulta web existentes y de involucrar al sector privado para identificar problemas recurrentes y evaluar el impacto de posibles cambios regulatorios en la cadena de comercio exterior. Por su parte, el Programa FAST ha permitido reducir el tiempo de liberación de mercancías de exportación de 12 a 0,9 horas de 2019 a marzo de 2023.

A pesar de que el Perú ha logrado un nivel de cumplimiento del 97,1% del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la OMC (OMC, s. f.-b), queda pendiente el cumplimiento de dos medidas en la categoría C, vinculadas a la notificación de controles o inspecciones reforzados y a los procedimientos de prueba. Siendo fundamental fortalecer la gestión sanitaria y aduanera de las entidades nacionales competentes para garantizar la calidad y seguridad de los productos importados y exportados, así como para cumplir con los estándares internacionales, lo cual no solo reduce los costos administrativos asociados al comercio exterior, sino que también tiene un impacto en la salud pública y en la competitividad del comercio exterior. Estos costos pueden obstaculizar la competitividad del país y dificultar el aprovechamiento de las oportunidades generadas por la apertura comercial.

En el sistema de gestión de riesgos, las autoridades sanitarias aún carecen de una nomenclatura común para definir las categorías de alimentos por riesgo y la clasificación por partidas arancelarias y mercancías restringidas. En el caso de la DIGESA, solo se realiza inspecciones físicas ante un problema notificado por la SUNAT o el SENASA y en ellas falta claridad en los criterios para definir el tipo de fiscalización a realizar, resultando necesario que se modifique el Reglamento de la Ley de inocuidad de los alimentos.

Asimismo, aún se encuentra pendiente la implementación del algoritmo de gestión de riesgos²⁵ . Su correcta implementación facilitaría la decisión de realizar solo revisiones

²⁵ Conjunto detallado de pasos basados en cálculos numéricos para asignar el mecanismo de control de inocuidad alimentaria más adecuado, representa un problema significativo en la eficiencia de los procesos de importación y exportación de alimentos en el Perú. Este algoritmo, destinado a aplicarse en DIGESA,

documentarias o revisión documentarias con inspecciones físicas que incluye análisis de laboratorio, optimizando la utilización de recursos humanos y materiales. Además, la integración de las plataformas de gestión de las autoridades sanitarias y SUNAT en la VUCE mejoraría la coordinación entre autoridades y agilizaría los trámites, promoviendo así un comercio exterior más transparente y eficiente. La ausencia de este modelo no solo retrasa los procesos, aumentando los tiempos de espera y la carga de inspecciones, sino que también impide la adecuada protección de la salud pública y la facilitación del comercio exterior.

Con relación a la notificación de controles o inspecciones reforzadas, la ausencia de un Sistema Nacional de Gestión de Notificaciones Sanitarias constituye una causa significativa de ineficiencia en el manejo de las notificaciones relacionadas con la inocuidad alimentaria en el Perú, impactando negativamente en las operaciones de comercio exterior. El diagnóstico que se realizó con la iniciativa “Mejora de la eficiencia de la gestión sanitaria en el marco de la implementación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio en el Perú” (2023), reveló la necesidad de implementar un modelo que permita un seguimiento en tiempo real de las notificaciones y asigne roles y responsabilidades claras a cada agente involucrado.

Asimismo, se implementó un proyecto para la mejora de los procedimientos de autorización relacionados a las exportaciones e importaciones de alimentos procesados a cargo de la DIGESA, con el apoyo de la Alianza Global para la Facilitación del Comercio (GATF) y la Oficina de Facilitación de Comercio de Canadá (TFO Canadá), el cual está relacionado con los Artículos 1º y 8º del AFC (DIGESA, s. f.). El proyecto tuvo como objetivo corregir retrasos en la emisión de autorizaciones para comercio de alimentos procesados de DIGESA, a través de mejora de las políticas y prácticas de transparencia y predictibilidad por medio de tres (3) componentes: i) Procesos y procedimientos, ii) Marco regulatorio y iii) Servicios de información y comunicación. Hasta la fecha, se cuenta con un directorio digital para la búsqueda de normativas de exportación e importación de alimentos, una base de los requisitos establecidos por los países de destino para la exportación de alimentos procesados y un manual práctico para la importación y exportación de alimentos transformados y un listado de preguntas frecuentes de DIGESA. Sin embargo, aún se encuentran pendientes de implementar una herramienta digital de búsqueda y visualización de criterios de evaluación y decisiones relevantes, una herramienta de ayuda para la atención de expedientes, la versión en inglés de normativas y TUPAs en el directorio digital, así como la emisión de los proyectos normativos que fueron desarrollados.

De igual forma, no se está aprovechando el mecanismo de emisión de resoluciones anticipadas en materia aduanera. Las resoluciones anticipadas en materia aduanera (clasificación arancelaria, criterios de valoración aduanera, aplicación de devoluciones, suspensiones y exenciones de derechos aduaneros, reimportación de mercancías reparadas o alteradas, etc.) son vitales para que las empresas planifiquen operaciones, reduzcan costos y cumplan con requisitos legales. En dicho contexto, resulta preocupante que hasta la fecha solo se hayan emitido resoluciones sobre clasificación arancelaria. Esto es debido a la falta de conocimiento y capacitación de las empresas sobre las resoluciones anticipadas, sumada a la limitada publicidad y promoción del mecanismo, que han contribuido significativamente a su escasa utilización. Además, el temor de los importadores al carácter vinculante de estas resoluciones, junto con el largo plazo que tiene la SUNAT para emitir una resolución anticipada, que en el caso de la valoración aduanera puede extenderse hasta 90 días desde la presentación de la solicitud, desalienta aún más a las empresas. Todo esto resulta en una baja demanda por parte de las empresas para usar las resoluciones

SENASA y SANIPES para diferentes tipos de productos alimenticios, permite evaluar criterios de riesgo como el tipo de producto, el país de origen y el historial del operador.

anticipadas, impidiendo que se beneficien de una planificación más efectiva de sus operaciones y de la reducción de costos asociados.

Causa Indirecta 2.4: Insuficiente desarrollo de los sistemas logísticos integrados e interoperables

La falta de integración y de interoperabilidad en los sistemas logísticos es un factor determinante que obstaculiza el desarrollo eficiente de la logística en su conjunto. La falta de integración y coordinación entre los diferentes componentes logísticos, tanto físicos como digitales, genera ineficiencias operativas que aumentan los costos y tiempos de transporte, afectando negativamente la competitividad del comercio exterior del país. Sin una base tecnológica sólida y una visión logística nacional, como lo señala la CEPAL (2022), la interoperabilidad entre los diversos sistemas logísticos es limitada, lo que resulta en una infraestructura logística fragmentada e ineficaz, que impide que el comercio exterior se desarrolle de manera óptima. Por ejemplo, la falta de comunicación y coordinación entre los diferentes actores de la cadena logística portuaria dificultan la interoperabilidad entre aeropuertos, vías férreas, carreteras y otros centros logísticos. Esto afecta tanto a la infraestructura como a los sistemas logísticos digitales, impactando negativamente en la eficiencia y la competitividad del comercio exterior. Según OSITRAN (2024), el puerto del Callao concentra más del 70% de la carga marítima total peruana para exportación, y la ineficiencia de los procesos portuarios, caracterizados por una gran cantidad de documentación, procesos operativos manuales y falta de coordinación, genera retrasos en el despacho de la carga, aumento de costos logísticos y una disminución en la competitividad del país. Gremios empresariales, como la Cámara de Comercio de Lima, han enfatizado la necesidad de mayor coordinación e implementación de tecnología para mejorar la eficiencia operativa, y contribuir a la modernización, seguridad y eficiencia del puerto (CCL, 2022). El Puerto del Callao continúa siendo el principal puerto del país y lidera el mayor movimiento de carga, arribo de naves y TEUs. Así, al cierre de 2023, movilizó más de 52 millones de toneladas de carga, entre sus terminales de uso público y privado. Estas cifras evidencian la importancia del puerto, donde la modernización de la infraestructura portuaria e infoestructuras²⁶ es vital para garantizar el crecimiento del comercio exterior y la competitividad del país.

El crecimiento de los movimientos de mercancías en el Puerto del Callao ha generado un aumento en los procesos administrativos asociados a la manipulación de los contenedores. Esto muestra la necesidad de minimizar los procesos administrativos, centralizando y estandarizando el flujo de información entre los integrantes de la comunidad portuaria. Actualmente, el intercambio de información se realiza principalmente en papel y por correo electrónico, lo que resulta en errores administrativos y reprocesos, siendo fundamental implementar un sistema que regule, estandarice, ordene y simplifique el flujo de información.

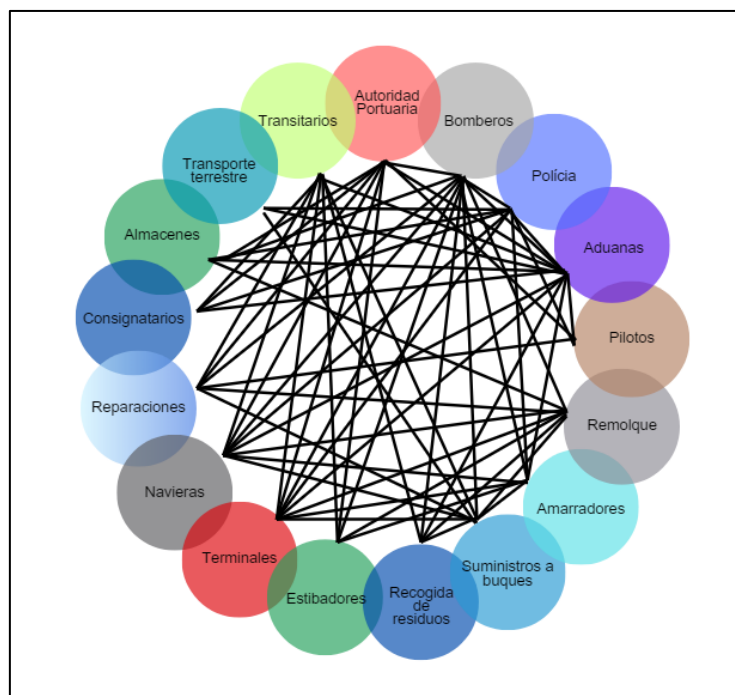
El Perú enfrenta una brecha digital que obstaculiza la interoperabilidad de los procesos logístico-portuarios. Esta brecha se manifiesta en la falta de estandarización en la comunicación de datos, inadecuada integración de sistemas tecnológicos, desconocimiento de las tecnologías disponibles y falta de una cultura de colaboración. La falta de estandarización en la comunicación de datos entre los diferentes actores genera dificultades en el intercambio de información e integración de sistemas, resultando en retrasos, aumento de costos logísticos y disminución de la competitividad.

²⁶ La infoestructura es un conjunto de recursos físicos y digitales que permiten la creación, el intercambio y el consumo de información

Los sistemas automatizados de aduanas y las ventanillas únicas de comercio exterior no cubren los intercambios de información entre empresas (B2B²⁷). Si bien estos sistemas cubren un segmento crucial del comercio exterior, es necesario que cubran el intercambio de información entre empresas para cumplir con los procedimientos logísticos que involucran a los proveedores de servicios de transporte y logística y sus intermediarios en la comunidad puerto-ciudad. Un ejemplo de avance en la integración de los sistemas logísticos es el caso de Chile, que ha apostado por la interoperabilidad a través de una plataforma digital que conecta a los distintos actores de la comunidad portuaria de Valparaíso. Esta plataforma facilita el intercambio de información y optimiza los distintos sistemas utilizados por estos actores, con la visión de mejorar la eficiencia y el desempeño del sistema logístico portuario. Si bien Chile se encuentra entre las fases iniciales de un sistema logístico integrado e interoperable más completo (SILOGPORT-Chile, 2023), dicho país muestra un avance significativo hacia la integración e interoperabilidad.

Para optimizar los procesos logísticos-portuarios del Perú, es necesario orientar los esfuerzos hacia soluciones integrales que faciliten la salida y entrada de mercancía en óptimas condiciones. Estas soluciones deben incluir una correcta coordinación, tratamiento de información y homogeneización de procesos que eliminen la duplicidad de datos en el ámbito de la comunidad portuaria, que comprende la interfaz portuaria, marítima, terrestre y toda la relación ciudad-puerto, tanto del ámbito público como privado.

Ilustración 46. *Intercomunicación entre la comunidad portuaria sin un sistema interoperable*



Fuente: Conecta Logística - Chile
Elaboración: Propia

En el Perú las comunidades portuarias se enfrentan a problemas que van más allá de la transformación digital actual del sector: la poca penetración de las tecnologías de información,

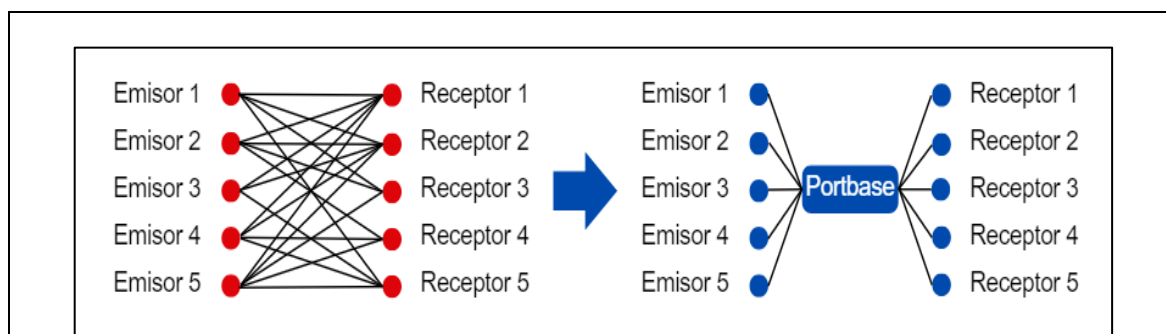
²⁷ Business to Business (B2B): También conocido como “de negocio a negocio”. Es el intercambio comercial de empresa a empresas.

especialmente en las partes de la cadena logística localizadas en el interior (lejos de los puertos); una industria fragmentada, con muchas pantallas de diferentes sistemas; una cantidad innecesaria de canales de comunicación; las dificultades para detectar posibles errores en la información; un uso intensivo de las transacciones manuales; la excesiva reintroducción de los datos; y los traslados en camión innecesarios y desaprovechados.

En cuanto a la brecha digital asociada a la facilitación del comercio, los avances en la infraestructura de transporte y comercio exterior no siempre han ido de la mano con los avances en la infraestructura o proyectos digitales que acompañan la operación y sostenibilidad de estos activos. En el ámbito marítimo, el terminal portuario del Callao está aumentando su capacidad de operación con más muelles de atraque, grúas pórticos y una reorganización de los accesos al recinto portuario. Sin embargo, la eficiencia de estas operaciones también depende de la disponibilidad de sistemas digitales que faciliten la tramitación, autorización, trazabilidad y monitoreo de las operaciones, permitiendo acceder a información de manera oportuna para una mejor toma de decisiones.

A la fecha, no se cuenta con una comunidad portuaria madura e integrada en el principal puerto del país, y los otros puertos del litoral están mucho menos organizados. El 1 de enero de 2024 entraron en vigencia las nuevas obligaciones de la Organización Marítima Internacional (OMI) para la implementación de ventanillas únicas marítimas, con un sistema de intercambio electrónico de información para garantizar la armonización e interoperabilidad entre los sistemas. Estas mejoras estarán contempladas en la nueva versión del Componente Portuario 2.0, pero muchas de estas medidas son progresivas debido a la adecuación necesaria por parte de los procedimientos del sector público. Otros países de Europa y Asia han implementado sistemas de comunidades de carga, integrando las diferentes plataformas tecnológicas públicas y privadas de comercio exterior, aduanas, portuarias, aeroportuarias y terrestres, con una visión interoperable. Por ejemplo, en el caso de Países Bajos, en el puerto de Ámsterdam, se ha implementado el sistema Port Community Systems (PCS) desde el 2002, denominado Portbase, esta es una organización independiente bajo jurisdicción privada y de propiedad pública, la cual posee un paquete de servicios básicos donde proveen de servicios a la capitanía del puerto, como notificación de llegada o partida de buque o notificación de mercancías peligrosas, entre otros; así como los servicios de entidades gubernamentales; como también los servicios proveídos a las autoridades portuarias. Además de estos servicios, el PCS provee servicios específicos para cada comunidad portuaria. Por último, permiten la simplificación, estandarización y aceleración del intercambio de información entre los participantes de la cadena logística, principalmente gracias a la aplicación del concepto de único punto de acceso, procesos de negocios de trazabilidad digital, interoperabilidad entre sistemas de información externos y soporte de una serie de documentos electrónicos internacionales soportados en estándares tales como EDIFACT, xml, entre otros.

Ilustración 47. Flujo de información antes y después de la implementación de Portbase



Fuente: Análisis interno y definición de requerimiento PCS-Callao

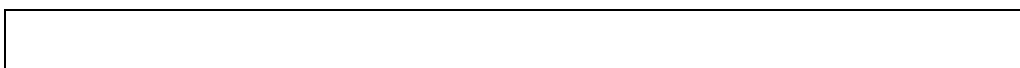
La eficacia de la coordinación y colaboración entre todas las organizaciones es esencial para el correcto funcionamiento de las cadenas logísticas. En las actividades cotidianas de un puerto participan muchos agentes que prestan servicios relacionados directa o indirectamente con el transporte de cargas. Todos estos operadores forman parte de una comunidad portuaria.

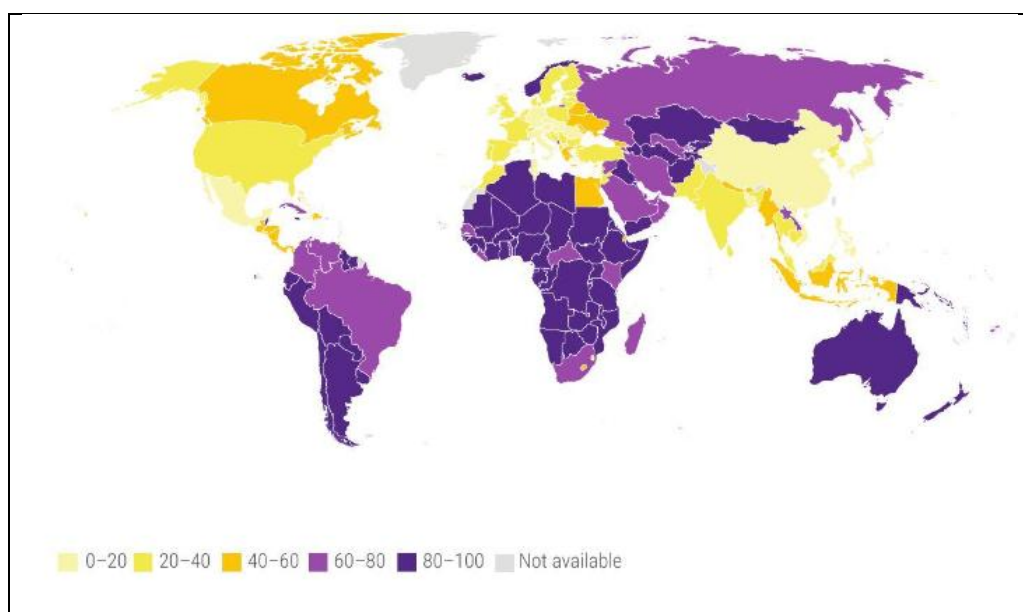
Las operaciones de comercio exterior en un puerto, es decir importaciones, exportaciones, transbordos y tránsitos internacionales, conllevan una gran cantidad de documentación, datos, pago de servicios, controles y regulaciones, muchas de los cuales ante la falta de soporte digital, excesiva manualidad y tramitación presencial, se consideran **verdaderos embudos que atentan contra la facilitación del comercio, perjudicando negativamente al comercio exterior en términos de competitividad de costos y tiempos.**

3.2.3. Causa directa 3: Limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior

Una canasta exportadora diversificada incentiva el crecimiento y genera efectos positivos sobre el ingreso per cápita a través de mejoras en la productividad, la creación de economías de escala y el control de la volatilidad de los flujos comerciales dependientes de los precios internacionales (Breton et al, 2009). Por otro lado, se observa que los países que exportan bienes con altos niveles de productividad crecen más rápido que los de baja productividad (Hausmann Hwang y Rodrik, 2007). En ese sentido, a fin de promover el desarrollo del comercio exterior, resulta necesario impulsar la diversificación de las estructuras productivas y exportadoras, considerando tanto a los productos primarios, como a las manufacturas y servicios, buscando incrementar el valor agregado. Las exportaciones peruanas mantienen una alta dependencia en materias primas. La dependencia en materias primas implica una mayor vulnerabilidad a shocks negativos que afecten los volúmenes y/o precios de las materias primas exportadas, pudiendo afectar el crecimiento y la distribución del ingreso en una economía, o generar crisis cambiarias (UNCTAD, 2023c). Según la UNCTAD, el 90,9% de las exportaciones peruanas corresponden a materias primas, clasificación que incluye a los minerales, productos agrícolas y energía.

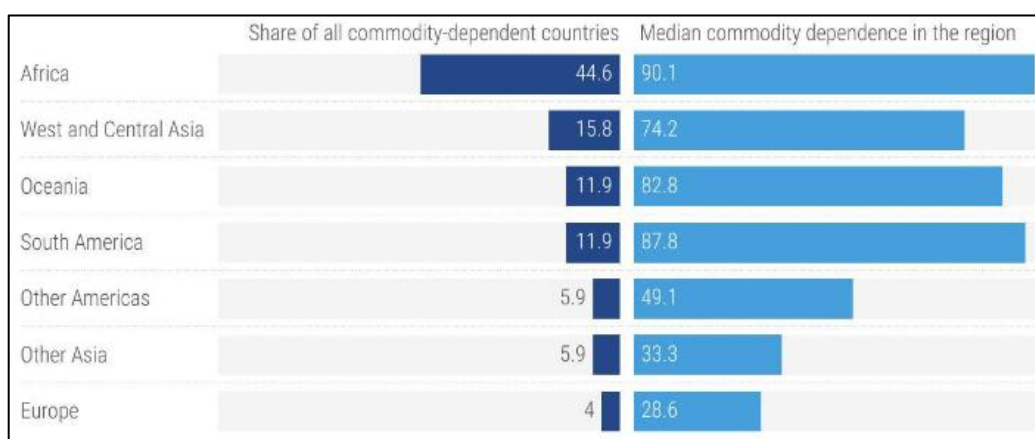
Ilustración 48. *Dependencia mundial en materias primas: dependencia en materias primas como proporción de exportación de mercancías, 2019-2021 (porcentaje)*





Fuente: UNCTAD (2023)

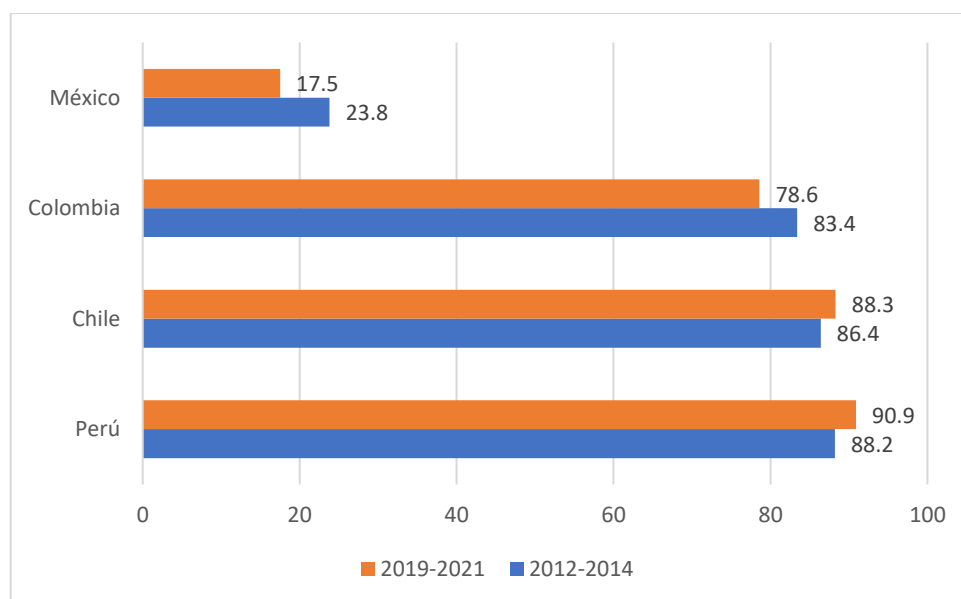
Ilustración 49. Dependencia en materias primas por región, 2009-2021 (porcentaje)



Fuente: UNCTAD (2023)

El Perú tiene un grado de dependencia en materias primas similar a la mediana de los países sudamericanos (87,8%), levemente superior a la de Chile (88,3%) y Colombia (78,6%), y muy superior a la de México (17,5%), socios de la Alianza del Pacífico.

Ilustración 50. Dependencia en exportación de materias primas en los países de la Alianza del Pacífico (porcentaje)



Fuente: UNCTAD
Elaboración: Propia

El nivel general de vulnerabilidad del país frente a la competencia con otros países es alto (ONU DI, 2023a). La especialización exportadora peruana actual hace que el país se encuentre dentro del 30% de los países más vulnerables (percentil 73 de la distribución mundial) (p. 13).

En materia de comercio de servicios, los relacionados al turismo receptivo son el principal rubro de exportación de servicios, alcanzando el 68% del total exportado en el año 2024. Esta mayor exportación, coincide con el crecimiento del número de turistas internacionales, que resultaron en aumentos de las exportaciones vinculadas al turismo receptivo (+30,2%), tanto el rubro de viajes (+32,9%) como transportes de pasajeros (+22,5%). También aumentó la exportación del rubro comunicaciones (+18%), seguros/reaseguros (+11,2%), servicios no tradicionales (+8,5%) y otros transportes (+4,7%). Por el lado de las importaciones durante el año crecieron los servicios vinculados al comercio de bienes: fletes de mercaderías (+14,4%).

Tabla 6. Perú: Exportación de Servicios por Rubros (US\$ Millones)

Part.% 2024	(Millones US\$)	2020	2021	2022	2023	2024	Var.% 24/23
100%	Exportación de Servicios	2 726	2 947	5 051	5 862	7 153	22,0%
68%	Servicios relacionados al turismo[1]	1 002	1 042	3 027	3 731	4 860	30,2%
51%	- Viajes	776	688	2 226	2 765	3 676	32,9%
17%	- Pasajeros	226	355	801	966	1 184	22,5%
16%	Servicios no tradicionales [2]	944	955	996	1 042	1 131	8,5%
11%	Otros transportes [3]	546	684	729	774	810	4,7%
2%	Comunicaciones	105	115	121	131	154	18,0%
2%	Seguros y reaseguros	94	103	122	135	150	11,2%
1%	Flete de mercancías	35	47	56	49	47	-3,4%
[1] Relacionados al turismo receptivo e incluye transporte de pasajeros + viajes. [2] Incluye servicios de gobierno, financieros (incluidos los servicios de intermediación financiera medidos indirectamente -SIFMI), de informática, regalías, alquiler de equipo y servicios empresariales, entre otros. [3] Incluye servicios de mensajería/postales, gastos portuarios naves/aeronaves, y comisiones de transportes. Fuente: BCRP/ Elaboración MINCETUR-VMCE-DGIECE-DDPI							

La exportación de servicios en el país aún tiene una alta dependencia por los servicios relacionados al turismo receptivo. Las exportaciones de servicios no tradicionales también denominadas como Servicios Basados en Conocimientos (SBC), crecieron a una tasa promedio anual de 6% en el periodo 2015 - 2024 y fue uno de los sectores más resilientes a la crisis ocasionada por el COVID-19. Adicionalmente, en el 2020 este rubro representó el 35% del total de las exportaciones del sector (frente al 16% del año 2019), acumulando un total de US\$ 944 millones. En el 2024, las exportaciones de servicios no tradicionales alcanzaron US\$ 1 131 millones (cifra récord), superando los niveles prepandemia.

Si bien este rubro representa una gran oportunidad para el país, también es un sector que está sometido a una competencia internacional fuerte, que requiere del desarrollo de servicios innovadores.

Por otro lado, la sostenibilidad de la oferta exportable peruana presenta retos importantes.

La búsqueda del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible al 2030 y la preocupación global por el cambio climático están generando cambios importantes en la demanda y oferta vinculada al comercio exterior. Cumplir los ODS implica una transformación en la producción, exportación y posicionamiento de bienes y servicios en el exterior. Sin embargo, la oferta exportable peruana enfrenta desafíos para aprovechar el potencial del comercio como motor de la sostenibilidad en el Perú, limitando el desarrollo del comercio exterior en el país.

En este escenario, son vitales las acciones orientadas a incentivar una mayor diversificación exportadora de sectores y productos. A continuación, se tiene a bien contextualizar las causas indirectas antes mencionadas.

Causa Indirecta 3.1: Limitada diversificación, sofisticación y cumplimiento de estándares de bienes y servicios

En las últimas dos décadas, las exportaciones no tradicionales se expandieron rápidamente, de US\$ 2 054 millones el año 2000 a US\$ 20 527 millones en 2024, alcanzando un nuevo récord histórico.

El crecimiento de las exportaciones no tradicionales ha venido liderado por el crecimiento de las exportaciones agrícolas, principalmente, frutas. Así, las exportaciones del sector agrario y

agroindustrial, pasaron de registrar un valor de US\$ 673 millones en el 2000, a US\$ 12 741 millones en el 2024, convirtiéndose en el segundo sector exportador más importante, después de la minería, sector que representa el 63% de las exportaciones totales peruanas.

Ilustración 51. Agroexportaciones totales, 2000- 2024



[1] Las agroexportaciones contemplan productos agrarios y de la agroindustria tradicional y no tradicional.
Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

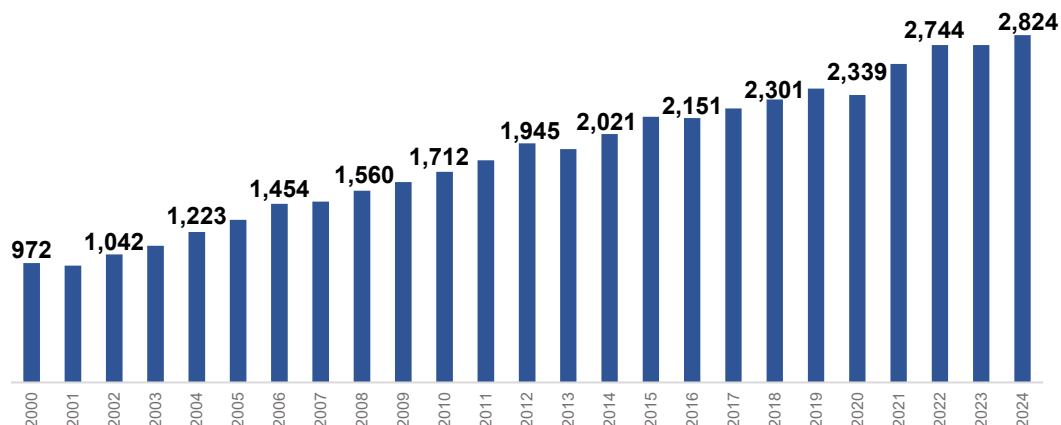
El crecimiento de la agroexportación vino acompañado de una importante diversificación de productos. En décadas pasadas, predominaba en el Perú la agricultura de producción masiva del algodón, azúcar y café, principalmente. A inicios del siglo XXI, la canasta agroexportadora del país incorporó con mucho éxito hortalizas, frutas, granos andinos, colorantes naturales, aditivos alimentarios y demás derivados de la agroindustria.

Al cierre del 2024, la canasta agroexportadora está conformada por más de 70 productos del sector agrario y/o agroindustrial que superan los US\$ 20 millones. La participación de la fruta en las exportaciones totales del sector pasó de 7% en el año 2000 al 52% en el año 2024.

El Perú se ha posicionado como uno de los principales países proveedores de agro alimentos en el mundo. Según ITC, en 2024, Perú fue el primer exportador de arándano, uva fresca, quinua en grano y espárrago; segundo exportador de palta fresca, jengibre y palmito en conserva; tercer exportador de nueces de Brasil y mango fresco; además de ubicarse entre los primeros diez exportadores de otros productos de gran relevancia socioeconómica, como es el cacao en grano, mandarina, ajo, aceituna en conserva, café y cebolla. En 2005, el Perú se encontraba en el décimo séptimo lugar como proveedor de uvas frescas, y en el octavo lugar con respecto a la palta. Sin perjuicio del éxito logrado, es importante considerar que el sector agroexportador enfrenta muchos desafíos, en particular en relación al cambio climático y la necesidad de considerar acciones para hacerles frente.

El número de empresas agroexportadoras se ha triplicado entre el 2000 y 2024, de 972 a 2 824 empresas. Más del 70% de ellas son MIPYME situadas en las regiones de Lima Región, Piura, Ica, Tacna, Junín, Arequipa, Lambayeque, La Libertad, Áncash, Cajamarca y Puno. Las 10 empresas que lideran el sector reúnen el 21% del total.

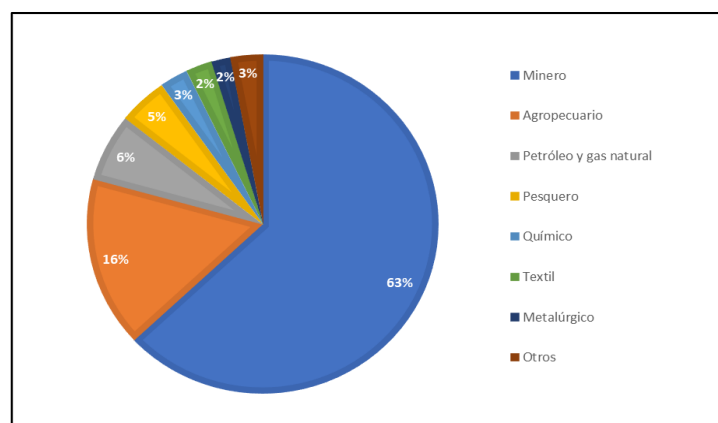
Ilustración 52. Perú: Número de Agroexportadoras 2000-2024



Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

No obstante, el éxito obtenido en el sector agroexportador, permanece el reto de la diversificación exportadora en el Perú. El Perú posee una estructura exportadora concentrada a nivel de sectores, estratos empresariales, productos y destinos; lo que está asociado a una mayor vulnerabilidad del empresariado exportador (CIEN-ADEX, 2023a). La diversificación exportadora, que se desarrolla con la exportación de nuevos productos o servicios, de productos existentes a nuevos mercados y de calidad mejorada (Banco Mundial, 2019), contribuye directamente con el desarrollo del comercio exterior, incrementando la competitividad de las empresas exportadoras (CIEN-ADEX, 2023a). Como se observa en la ilustración 54, la participación en las exportaciones totales de sectores distintos al minero, agropecuario, hidrocarburos y pesquero, es muy baja, e individualmente no superan el 3%.

Ilustración 53. Perú Exportación por sectores, 2023



Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR

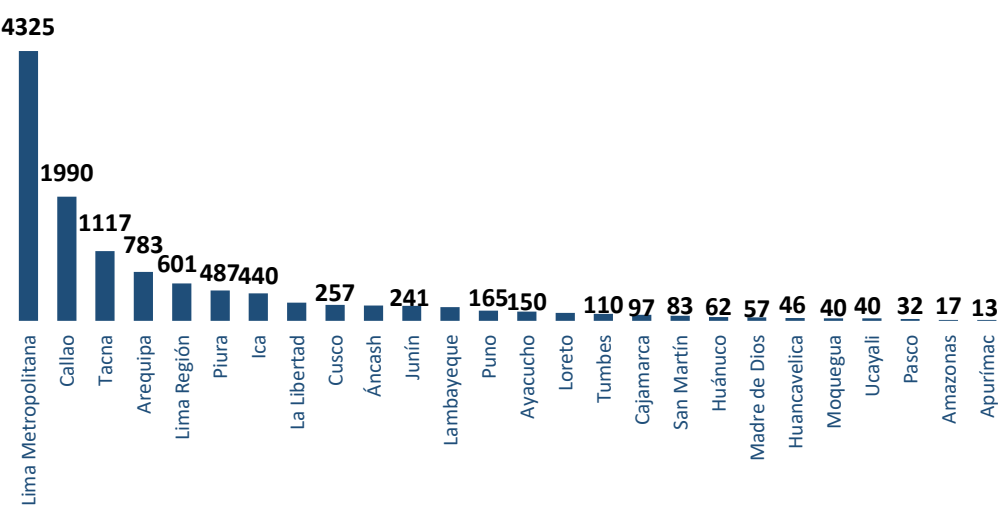
Existe también una concentración del valor exportado a nivel de estrato empresarial. Un análisis elaborado por el CIEN-ADEX (2023) encontró que, de las 8 203 empresas que exportaron el 2022, el 74,3% exportó solo desde un sector. A nivel de productos, el 45,3% de las empresas exportó un solo producto, el 42,6% exportó entre dos y nueve productos, y el 12,1% exportó más de diez productos. A nivel de mercados, el 56,8% de las empresas exportó a un solo mercado de

destino, el 37,8% lo hizo a entre dos y nueve mercados, y el 5,4% lo hizo a diez o más destinos. Por último, el 33,4% del total de empresas exportadoras exportó un único producto a un único destino, siendo la mayoría de ellas microempresas.

Se observa asimismo una escasa diversificación de la oferta exportable a nivel regional. Lima Metropolitana y el Callao concentran la mayor cantidad de subpartidas arancelarias nacionales. Si bien esto puede deberse en parte a que la mayor parte de las exportaciones se realizan a través de la capital, es notoria la diferencia en número de productos exportados entre regiones como Tacna (1 117 subpartidas arancelarias) y Arequipa (783) frente a regiones Cajamarca, San Martín, Loreto, Huánuco, Madre de Dios, Huancavelica, Moquegua, Ucayali, Pasco, Amazonas, Apurímac, que muestran exportaciones de menos de 100 subpartidas.

Ilustración 54. *Diversificación de productos por región, 2024*

Diversificación de productos por región, 2024 (número de subpartidas arancelarias nacionales).



Fuente: SUNAT, MINCETUR
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

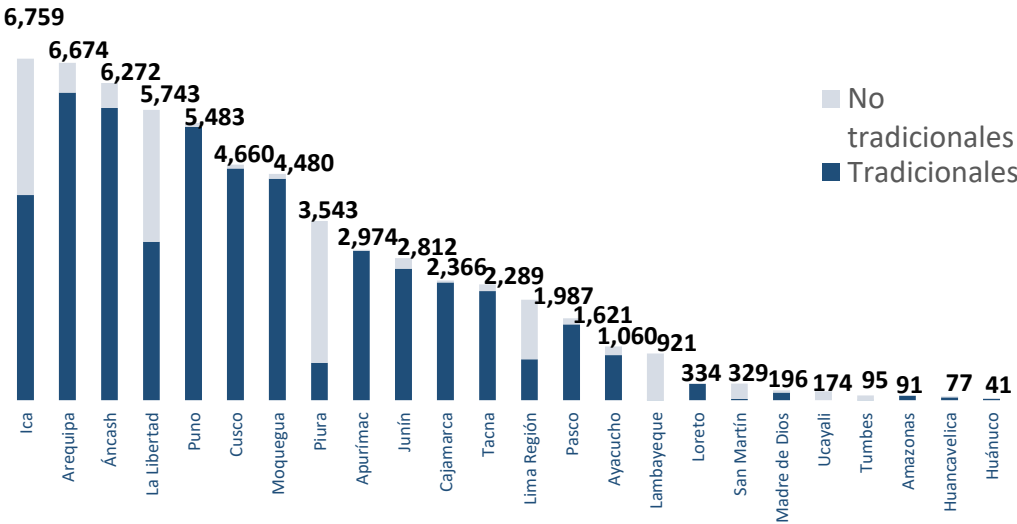
Las regiones exportadoras más grandes y medianas concentran sus exportaciones en el sector minero, mientras que algunas de estas regiones tienen el agro como un componente relevante de su canasta exportadora (Ica, La Libertad, Piura, Cajamarca y Junín), como se observa en la Tabla 9. De este grupo de regiones, únicamente Piura concentra sus exportaciones en el sector no tradicional. Entre las regiones que se consideran pequeñas exportadoras, la canasta exportadora se encuentra más diversificada; no obstante, los bajos niveles de exportación en dichas regiones son reflejo del bajo desarrollo del comercio exterior.

Tabla 7. Perú Principales indicadores regionales 2024 según tamaño exportador

%	Región	Exportación / PBI	PBI per cápita	Pobreza	Exportaciones por sector						Tipo de Producto		
		Nivel [1]	Nivel [1]	Nivel [1]	Minería	Agro	Energía	Pesca	Otros	Total	T	NT	Total
					%	%	%	%	%	%	%	%	%
100%	PERÚ				63%	17%	5%	5%	9%	100%	72%	28%	100%
54%	GRANDES	Alto	Alto	Medio	76%	14%	6%	3%	2%	100%	83%	17%	100%
9%	1 Ica	Alto	Alto	Bajo	57%	33%	1%	4%	5%	100%	60%	40%	100%
9%	2 Arequipa	Medio	Alto	Bajo	91%	3%	0%	0%	5%	100%	91%	9%	100%
8%	3 Áncash	Alto	Alto	Medio	82%	6%	0%	11%	1%	100%	92%	8%	100%
8%	4 La Libertad	Alto	Medio	Medio	54%	43%	0%	2%	0%	100%	55%	45%	100%
7%	5 Puno	Alto	Bajo	Alto	99%	1%	0%	0%	0%	100%	99%	1%	100%
6%	6 Cusco	Medio	Alto	Bajo	53%	2%	45%	0%	0%	100%	98%	2%	100%
6%	7 Moquegua	Alto	Alto	Bajo	98%	0%	0%	1%	2%	100%	98%	2%	100%
22%	MEDIANAS	Medio	Medio	Alto	75%	16%	2%	5%	2%	100%	79%	21%	100%
5%	1 Piura	Medio	Medio	Alto	20%	44%	10%	24%	2%	100%	21%	79%	100%
4%	2 Apurímac	Alto	Alto	Medio	100%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	0%	100%
4%	3 Junín	Medio	Medio	Bajo	89%	11%	0%	0%	0%	100%	92%	8%	100%
3%	4 Cajamarca	Medio	Bajo	Alto	76%	23%	0%	0%	0%	100%	98%	2%	100%
3%	5 Tacna	Alto	Alto	Medio	94%	3%	0%	1%	1%	100%	94%	6%	100%
2%	6 Pasco	Alto	Alto	Alto	92%	0%	0%	1%	6%	100%	93%	7%	100%
1%	7 Ayacucho	Medio	Medio	Alto	84%	6%	0%	0%	10%	100%	84%	16%	100%
3%	PEQUEÑAS	Bajo	Medio	Medio	10%	69%	14%	4%	0%	100%	30%	70%	100%
1%	1 Lambayeque	Bajo	Bajo	Bajo	0%	100%	0%	0%	0%	100%	1%	99%	100%
0%	2 Loreto	Bajo	Bajo	Alto	0%	2%	96%	1%	0%	100%	97%	3%	100%
0%	3 San Martín	Bajo	Bajo	Bajo	0%	99%	0%	0%	0%	100%	8%	92%	100%
0%	4 Madre de Dios	Medio	Bajo	Bajo	77%	19%	0%	0%	0%	100%	77%	23%	100%
0%	5 Ucayali	Bajo	Bajo	Medio	0%	83%	0%	0%	0%	100%	0%	100%	100%
0%	6 Tumbes	Bajo	Medio	Medio	0%	9%	0%	90%	0%	100%	0%	100%	100%
0%	7 Amazonas	Bajo	Bajo	Medio	0%	100%	0%	0%	0%	100%	96%	4%	100%
0%	8 Huancavelica	Bajo	Medio	Alto	72%	23%	0%	4%	0%	100%	72%	28%	100%
0%	9 Huánuco	Bajo	Medio	Alto	61%	37%	0%	0%	0%	100%	62%	38%	100%

[1] Clasificación según percentiles. Bajo: 0-0,33; Medio: 0,33-0,67; Alto: 0,67-1
Fuente: SUNAT, MINCETUR / Elaboración: MINCETUR - VMCE - DGIECE - DDPI

Ilustración 55. Exportaciones tradicionales y no tradicionales por región, 2024



Fuente: SUNAT, MINCETR
Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE/DDPI

El Perú ha retrocedido en su nivel de complejidad económica debido al fuerte crecimiento de la exportación de productos primarios. El Índice de Complejidad Económica (ICE) elaborado por Harvard Growth Lab (2021) mide qué tan diversificada y compleja es la canasta de bienes exportados por un país, determinado por los conocimientos y las capacidades productivas acumuladas. El Perú se ubica en el puesto 107 de 133 países evaluados en el 2021, habiendo retrocedido 19 puestos en la última década, lo cual incidiría en que la economía peruana crezca a un menor ritmo durante la próxima década. De acuerdo con dicho análisis, las mayores

Ilustración 56. *Índice de Complejidad Económica de Perú*



This treemap visualizes export data, categorized by sector and product type. The largest sector is 'Manufacturing', which accounts for 66.23% of the total. Within this sector, 'Copper ore' is the most significant product, valued at 26.63%. Other major manufacturing exports include 'Gold' (11.94%), 'Flours of fish, for animal feed' (2.89%), and 'Other fresh fruit' (2.36%). The 'Agriculture' sector follows, contributing 15.34% to the total, with 'Grapes' and 'Coffee' being notable products. The 'Services' sector accounts for 10.42%, and 'Manufactures' (likely a sub-sector or mislabeled) accounts for 7.99%. The 'Others' category represents 4.25% of the total. The treemap uses a color-coded system: purple for Manufacturing, green for Agriculture, blue for Services, and yellow for Others. Each product's value is displayed within its corresponding colored block, with larger blocks representing higher values.

Sector	Product	Value (%)
Manufacturing (66.23%)	Copper ore	26.63%
	Gold	11.94%
	Flours of fish, for animal feed	2.89%
	Other fresh fruit	2.36%
	Grapes	2.13%
	Coffee	1.10%
	Fish oils	0.80%
	Refined copper and copper alloys	3.53%
	Unwrought tin	1.27%
	Unwrought zinc	1.13%
Agriculture (15.34%)	Iron ores and concentrates	1.48%
	Petroleum oils, refined	2.42%
	Petroleum gases	2.37%
	Zinc ore	3.27%
Services (10.42%)	Precious metal ores	2.14%
	Lead ore	1.66%
	Molybdenum ore	1.46%
	Natural gas	0.53%
Manufactures (7.99%)	Avocados, pineapples, mangoes, etc.	2.58%
	Other vegetables	0.79%
	Citrus fruit	0.28%
	Other...	0.62%
Others (4.25%)	Other fresh fruit	2.36%
	Other vegetables	0.79%
	Citrus fruit	0.28%
	Other...	0.62%

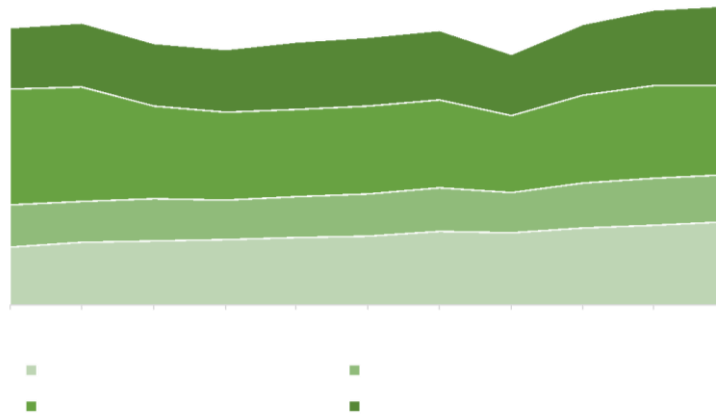
97

2. **METODOLOGÍA EMPLEADA**

- ✓ El periodo a evaluarse comprende los datos de empresas exportadoras desde 2013 hasta 2023.
- ✓ Se consideran las empresas con RUC (que comiencen con 10 o 20) que exportaron durante este periodo de 10 años.
- ✓ Cada producto registrado por las empresas es clasificado a 6 dígitos según el nivel de tecnología.
- ✓ Dado que una empresa puede exportar más de un tipo de bien, la asignación final considera el tipo de bien que mayor valor representa en todo el periodo evaluado. Por ejemplo, si una empresa exporta un 5% de bienes primarios, un 5% de bienes basados en recurso naturales, un 10% de bienes de baja tecnología y un 80% de bienes de mediana y alta tecnología, la empresa será asignada a esta última categoría.
- ✓ Finalmente, el cálculo considera a todas empresas que fueron asignadas a las categorías y exportaron como mínimo US\$ 100 en cada año entre 2013-2023.

2.1 **DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN NIVEL TECNOLÓGICO DE SUS EXPORTACIONES 2013-2023**

Ilustración 59. *Número de empresas según nivel tecnológico, 2013-2023*



Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR-DGIECE-DEE

Tabla 8. Número de empresas según nivel tecnológico, 2013-2023

Empresas según Nivel Tecnológico	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1. Bienes primarios	1622	1725	1805	1827	1877	1939	2052	2014	2151	2222	2294
2. Bienes basados en recursos naturales	1159	1176	1154	1113	1122	1146	1210	1141	1282	1346	1337
3. Bienes de baja tecnología	3264	3212	2616	2466	2486	2492	2499	2147	2455	2581	2525
4. Bienes de mediana y alta tecnología	1709	1775	1751	1751	1892	1943	1940	1715	1988	2129	2216

Empresas según Nivel Tecnológico	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1. Bienes primarios	20,9%	21,9%	24,6%	25,5%	25,4%	25,8%	26,6%	28,7%	27,3%	26,8%	27,4%
2. Bienes basados en recursos naturales	14,9%	14,9%	15,8%	15,6%	15,2%	15,2%	15,7%	16,3%	16,3%	16,3%	16,0%
3. Bienes de baja tecnología	42,1%	40,7%	35,7%	34,5%	33,7%	33,1%	32,5%	30,6%	31,2%	31,2%	30,2%
4. Bienes de mediana y alta tecnología	22,0%	22,5%	23,9%	24,5%	25,6%	25,8%	25,2%	24,4%	25,2%	25,7%	26,5%

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR-DGIECE-DEE

Como resultado, se observa que la participación en el total de exportadores de aquellos que se

especializan en el envío de bienes considerados como de mediana y alta tecnología según la clasificación de Lall se ha incrementado solamente en 4,4 puntos porcentuales entre 2013 y 2023. Por su parte, la participación en el total de exportadores de aquellos que se especializan en el envío de bienes primarios se ha incrementado en 6,5 puntos porcentuales en la última década.

Cabe resaltar que la canasta exportadora peruana es un reflejo del nivel de diversificación productiva e industrialización del país. Por tal motivo, los esfuerzos para diversificar la canasta exportadora deben realizarse de manera integral y articulada con los diferentes actores relevantes, particularmente en lo relacionado a la diversificación productiva industrial, agrícola y de servicios; asociatividad; y formalización.

En el caso de la exportación de servicios, el rubro denominado servicios “no tradicionales” o “empresariales” muestra una tendencia positiva hacia la recuperación. Este rubro abarca los servicios de mayor valor agregado o los denominados Servicios Basados en Conocimientos (SBC), incluyendo servicios de software, marketing digital, animación digital, servicios a la minería, editorial, franquicias, y centros de contactos, entre otros; y fue uno de los sectores más resilientes durante la crisis ocasionada por el COVID-19. En el 2024, Perú exportó servicios en este rubro por US\$ 1 131 millones, representando el 16% del total de exportaciones de servicios (el principal rubro de exportación de servicios es el de servicios relacionados al turismo, que representa el 68% del total). Existe una gran oportunidad de crecimiento en esta categoría, especialmente a través de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Sin embargo, los servicios bajo esta categoría presentan altos niveles de competencia en el mundo; por lo que es esencial promover estos sectores con programas que aumenten la productividad de las empresas de servicios.

Cabe indicar que aún existen limitaciones en las cifras de comercio de servicios, pues las mismas se basan en encuestas con alcance limitado. Contar con información precisa es importante para el desarrollo de políticas públicas. Por tal motivo, se vienen realizando esfuerzos a través de la OECD

y la Comunidad Andina para desarrollar capacidades para medir los cuatro modos de comercio de servicios.

Asimismo, el ecosistema de desarrollo de servicios para la exportación no se encuentra aún desarrollado, y los fondos disponibles a través de mecanismos de financiamiento para el sector son insuficientes.

Entre otras limitaciones a la diversificación y desarrollo de las exportaciones de servicios, se encuentran un insuficiente desarrollo de las políticas públicas para impulsar el sector de servicios basados en conocimiento, un débil ecosistema para el impulso de la internacionalización y exportación de los servicios, poca participación de las empresas en regiones por la carencia de una oferta especializada, una falta de conexión entre el sector educativo y las necesidades de las empresas para disponer de un recurso humano especializado, y una falta de información específica acerca de las situaciones y oportunidades en mercados internacionales.

Baja participación de las regiones en la diversificación de exportaciones. Si bien las regiones tienen una participación importante en las exportaciones totales (84,3%), esto se explica principalmente por su alta participación en las exportaciones mineras. La participación de las regiones en las exportaciones no tradicionales es significativamente menor (59%). Así, las regiones con mayores exportaciones no tradicionales el 2023 fueron Piura (US\$ 2 802), Ica (US\$ 2 704) y La Libertad (US\$ 2 609), principales regiones agroexportadoras. Las regiones de Cusco, Puno, Madre de Dios, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Apurímac, Loreto y Amazonas tuvieron exportaciones no tradicionales menores US\$ 80 millones cada una el año 2024.

Para abordar esta problemática, el MINCETUR impulsó junto a los GOREs la actualización de los Planes Regionales de Exportación (PERX) en cada una de las regiones del país durante la vigencia del PENX 2025. El PERX es un instrumento desarrollado participativamente con los actores públicos, privados y académicos regionales, que identifica cadenas productivas con potencial exportador en cada región, y en el cual se definen acciones específicas para cerrar brechas de competitividad y promover el desarrollo de una oferta exportable regional con mayor valor agregado. Las actividades específicas para las cadenas productivas-exportadoras según los PERX se implementan a través de los Comités Ejecutivos Regionales Exportadores (CERX). En el marco del CERX también se realiza un mapeo de otros espacios interinstitucionales que permitan la interacción entre dichos espacios para consensuar una hoja de ruta base en aras del desarrollo exportador regional.

Las principales dificultades para la ejecución de los PERX y operatividad de los CERX son los limitados recursos económicos o deficientes recursos invertidos destinados a comercio exterior por los gobiernos subnacionales con relación al desarrollo de la oferta exportable que contribuyan a la diversificación y sofisticación.

Adicionalmente, PROMPERÚ cuenta con oficinas regionales para el fortalecimiento de la oferta exportable y de la cadena comercial turística. Así, cuenta con seis oficinas macrorregionales y ocho antenas comerciales para el impulso de las exportaciones. Estas oficinas promueven la articulación interinstitucional con Gobiernos Regionales, Direcciones y Gerencias Regionales, Cámaras de Comercio y entidades como PRODUCE, MIDAGRI y SUNAT; e identifican oportunidades de inversión empresarial.

La limitada generación de valor agregado a la oferta exportable está vinculada al bajo nivel del uso de normas técnicas por parte de las empresas para diversificar sus productos con requisitos estandarizados ya existentes. Las normas técnicas establecen las características o el

desempeño de productos y procesos, en tal sentido reducen los costos de transacción entre las partes de negocio de diferentes países y reducen las asimetrías de información. Cuando se utilizan las mismas normas en diferentes países, éstas promueven el comercio internacional al permitir la especialización, la compatibilidad y la generación de economías de escala. Resulta fundamental entonces, para el aumento y diversificación de las exportaciones de un país, que sus empresas utilicen y apliquen las normas técnicas (MINCETUR, 2021). De acuerdo con el Diagnóstico sobre el nivel de uso de los estándares internacionales y las Normas Técnicas Peruanas por parte de las empresas peruanas, el 42% de las empresas peruanas no utiliza estándares internacionales ni normas técnicas peruanas (MINCETUR, 2021). Se encontró que los principales motivos por los que las empresas no utilizan dichas normas son porque el mercado de destino no las exige, tienen desconocimiento de la norma a aplicar y que la implementación de las mismas es muy costosa. El estudio concluye que es necesario profundizar en el conocimiento del uso de normas técnicas a lo largo de las cadenas globales de valor. Esto, dado que el comercio global hoy está cada vez más caracterizado por grupos de productores que se expande permanentemente y compite por un grupo cada vez más concentrado de compradores en países desarrollados. Así, se ofrece la oportunidad para que empresas peruanas reaccionen a la competencia de otro país, potencial suministrador de las multinacionales, adoptando una estrategia de negocios basado en la innovación y el aprendizaje dinámico, con el uso de las NTP y estándares internacionales (MINCETUR, 2021).

Los estándares internacionales juegan también un rol importante en la diversificación de la oferta. Los estándares internacionales pueden ser obligatorios si son regulaciones del gobierno del país de destino, o voluntarios cuando son solicitados por el comprador internacional. Debido a las nuevas tendencias de consumo y a una mayor preocupación de las personas respecto de la calidad, origen e impacto que generan los bienes y servicios que consumen, en el mercado internacional se demanda cada vez más certificaciones de calidad, sociales y ambientales. Asimismo, los gobiernos, en especial de las economías avanzadas, vienen estableciendo regulaciones que tienen por objeto proteger a su población, el medio ambiente. Un ejemplo de ello, es el Reglamento de la UE sobre productos libres de deforestación, el cual establece requisitos respecto de productos que se pretenden comercializar en dicho mercado, incluyendo la no deforestación y el cumplimiento de legislación del país productor en materias diversas como laboral, ambiental, aduanero, entre otros.

Lo anterior, requiere que la oferta exportable peruana se adecue a los nuevos requerimientos, para mantener su participación en los mercados. Así, a nivel de sectores, resalta la oferta exportable certificada del agro, pesca, químico, metalurgia, textil y confecciones y manufacturas diversas. Entre las principales certificaciones de calidad se encuentran el Plan HACCP estándar o internacional y las ISO 9001, BRCGS, GLOBAL GAP. En el caso de las certificaciones de sostenibilidad social y ambiental, destacan las certificaciones orgánicas según las regulaciones de los mercados de destino, certificaciones de comercio justo como Fairtrade global de Flocert, SSP de CLAC – Fairtrade de América Latina y Fairtrade de Estados Unidos, Responsible Alpaca Standard (RAS) para acreditar los estándares de responsabilidad en la cadena de fibras y derivados de alpaca, certificaciones de ámbito ambiental como Rainforest Alliance, Huellas Ambientales como la huella de carbono, huella hídrica, y de economía circular como cradle-to-cradle. Cabe precisar que estas certificaciones pueden implicar costos elevados para las empresas, sobre todo para las MIPYME, y requieren ser actualizadas o renovadas periódicamente.

Causa Indirecta 3.2: Insuficiente acceso al financiamiento para el comercio exterior

El insuficiente acceso a la financiación del comercio es uno de los principales obstáculos para la participación de los países de bajos ingresos en las cadenas globales de valor. Ello

constituye un factor crítico para las empresas exportadoras, sobre todo en un entorno en el que entre el 80% y 90% del comercio mundial depende de la financiación (créditos comerciales y seguros/garantías), en su mayor parte a corto plazo (OMC, 2016). Las limitaciones en el acceso al financiamiento dificultan a las empresas contar con recursos para mejorar su producción de bienes y servicios, hacerla más innovadora y darle mayor valor agregado, dificultando así la diversificación de la oferta exportable peruana y el desarrollo del comercio exterior.

Las conmociones sufridas durante los últimos 15 años han afectado el flujo de financiamiento del comercio, especialmente en los países más pobres, por lo que mejorar el acceso a la financiación del comercio podría impulsar el crecimiento y desarrollo de estos países (OMC, 2023). Estas conmociones incluyen la crisis financiera de 2008-2009, la pandemia de COVID-19 y la guerra en Ucrania, las cuales han evidenciado la importancia del financiamiento en las operaciones de comercio exterior.

En general, las MIPYME tienen mayores limitaciones que les impiden beneficiarse mejor del comercio internacional con relación a las grandes empresas, pues se enfrentan a mayores costos comerciales dado que no pueden aprovechar las economías de escala que reducen los costos fijos (OMC, 2016). También suele resultar más difícil para las MIPYME cumplir con los reglamentos comerciales, procedimientos aduaneros y los requisitos de documentación complejos, observar las normas de calidad y conseguir financiación del comercio (BAsD, 2021; Cusolito, Safadi y Taglioni, 2016; OMC, 2022b).

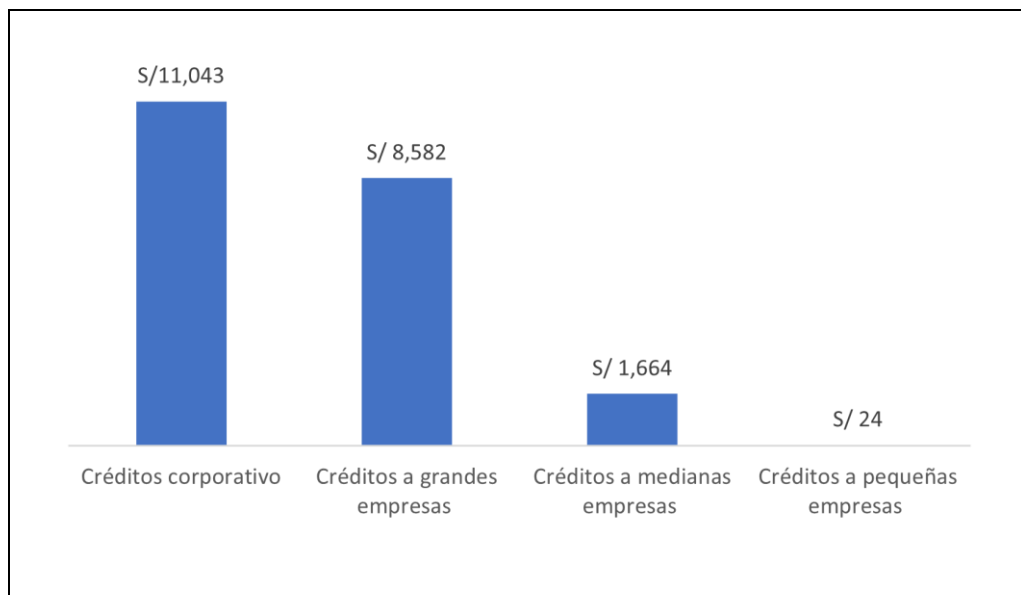
A nivel mundial, más de la mitad de las solicitudes de financiación para el comercio de las PYME son rechazadas, frente a solo el 7% de las empresas multinacionales. En ese sentido, mientras más pobre sea el país, mayores son los desafíos que enfrentan las PYMEs para acceder a la financiación del comercio. La liquidez mundial suele concentrarse en las instituciones más grandes y sus clientes (OMC, 2016). En este sentido, es de vital importancia examinar las dificultades y destacar la importancia de la colaboración entre organismos multilaterales para encontrar soluciones. Asimismo, es necesario fortalecer los programas de financiación del comercio, aumentar la capacidad comercial de los países en desarrollo y mejorar la comunicación entre todas las partes involucradas.

En el Perú, uno de los obstáculos más importantes de los emprendedores peruanos es la dificultad para acceder al financiamiento, tanto en el ámbito formal como en el informal. En el sector formal, las regulaciones limitan el acceso al crédito y las tasas de interés son elevadas debido al riesgo. En tanto, en el sector informal, aunque el acceso al financiamiento es más fácil, las tasas de interés también son altas y no permiten generar suficientes recursos para el crecimiento de un negocio (OEAP, 2018).

Las colocaciones de la banca mediante créditos de comercio exterior en las pequeñas y medianas empresas representaron solo el 8% del total, mientras que las colocaciones a las grandes empresas y al segmento corporativo concentraron el 92% del total, según datos de la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS) a febrero del 2024, evidenciando la asimetría en el acceso a mecanismos de financiamiento del comercio exterior en el empresariado peruano.

Ilustración 60. *Créditos de Comercio Exterior Banca Múltiple (S/ millones)*

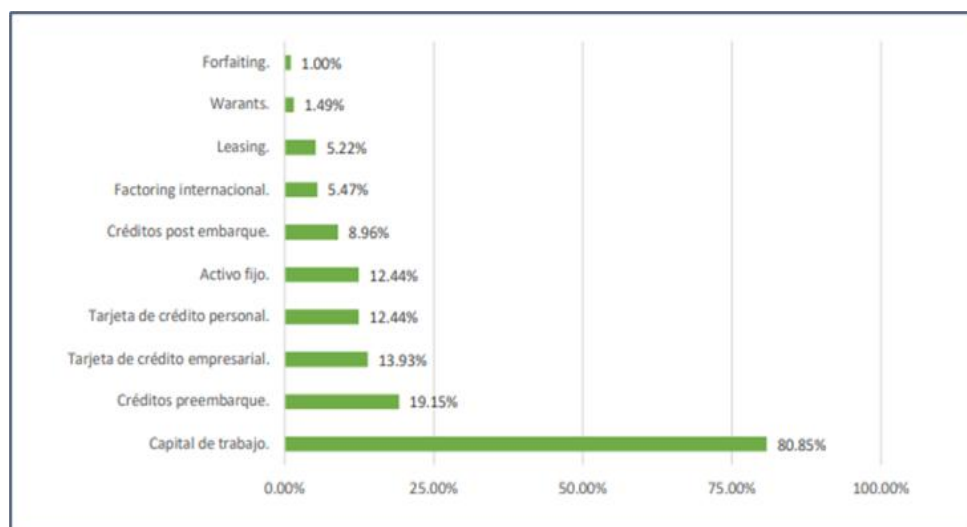




Fuente: SBS, datos a febrero de 2024

Entre las empresas exportadoras peruanas, es muy bajo el uso de mecanismos especializados de financiamiento como factoring internacional, forfaiting, leasing o warrants. Según un estudio realizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú con el apoyo de la Cooperación Canadiense en el marco del Proyecto Expert Deployment Mechanism for Trade and Development (EDM, 2023) apenas el 5,5% de los exportadores peruanos utilizaban el factoring internacional como alternativa para financiar sus operaciones de comercio exterior, un 5,2% utilizaban leasing, 1,5% warrants y un 1% utilizaban forfaiting. En contraste, entre los productos financieros más utilizados para financiar las exportaciones destacaron los créditos para capital de trabajo (80,8%) y créditos de pre embarque (19,1%).

Ilustración 61. *Productos que las empresas utilizan para financiar sus exportaciones*



Fuente: EDM, 2023

Las micro y pequeñas empresas usan principalmente tarjetas de crédito personal y empresarial para sus operaciones de comercio exterior. El 13,9% de los exportadores peruanos utilizan tarjeta de crédito empresarial, mientras un 12,4% utiliza tarjeta de crédito personal para financiar sus exportaciones, situación que es más frecuente principalmente entre las micro y pequeñas empresas (EDM, 2023). Ello evidencia la dificultad que enfrentan las empresas de menor tamaño para acceder a productos financieros adecuados para sus proyectos de internacionalización. Por otro lado, las empresas de todos los tamaños recurren a préstamos para capital de trabajo, sin hacer distinción necesariamente si se va a utilizar para financiar sus exportaciones, a diferencia de las grandes empresas que acceden con mayor facilidad a los créditos de pre y post embarque.

Según un informe del Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP), “una de las razones importantes de bajas de las empresas tiene que ver con el acceso al financiamiento en el momento de dar el salto al crecimiento, el cual es caro debido a que refleja el riesgo asociado” (p. 44). El informe realiza un análisis de los índices de discontinuidad empresarial, y encuentra también que la informalidad incide en el cierre de las empresas, dado que impide el acceso a financiamiento formal, y el acceso a fuentes no formales conlleva a mayores costos. Según este estudio, el Perú mostraba una tasa de discontinuidad empresarial de 6,1% en el 2016. Este índice, elaborado por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se define como el porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que en los últimos 12 meses ha cerrado o vendido su negocio, o a discontinuado su relación de propietario-gerente con este.

El comercio digital puede dar un fuerte impulso al crecimiento aumentando las exportaciones, siendo unas sus principales variables la importación de servicios digitales como los servicios financieros que puede aumentar la competitividad de las empresas de las economías en desarrollo en los mercados internacionales, al proporcionarles acceso a nuevas fuentes de financiación y mejorar las transacciones financieras (OMC, 2023).

Existe una brecha de conocimiento en los usuarios sobre los programas de apoyo y financiamiento disponibles para el aprovechamiento del comercio exterior. Asimismo, los usuarios tienen limitadas capacidades para presentarse a dichos mecanismos. Por tal motivo, el MINCETUR ha impulsado el desarrollo de ruedas de financiamiento²⁸, en las que participan bancos, cajas municipales, empresas de factoring, leasing y fintechs, así como entidades y programas públicos de apoyo, tales como ProCompite, Proinnovate y el fondo AgroPerú. Asimismo, desde el 2023, se llevan a cabo encuentros regionales de facilitación del comercio, donde se recoge la problemática vinculada al financiamiento para el comercio exterior.

Se ha realizado esfuerzos importantes en reducir brechas. El Programa de Seguros de Crédito a la Exportación para la Pequeña y Mediana Empresa (Sepymex) fue constituido en 2002 con el objetivo de asegurar los créditos otorgados por las instituciones financieras a las pequeñas y medianas empresas exportadoras con ventas anuales de hasta US\$ 30 millones, a través de coberturas concedidas por el Fondo de Respaldo para la Pequeña y Mediana Empresa. Estas coberturas se otorgaban para créditos de pre y post embarque, hasta el 75 de las operaciones crediticias. Desde inicios del Programa Sepymex hasta septiembre del 2017, se garantizaron 38 810 operaciones de crédito de exportación, por un monto total de US\$ 2 815 millones. Posteriormente, este Fondo fue absorbido por el Fondo Crecer. Actualmente, el Fondo Crecer ofrece garantías para créditos de exportación, en operaciones de pre y post embarque con coberturas de hasta 75%. Por otro lado, el Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI) fue lanzado el año 2017, recibiendo desde entonces recursos por S/ 45 millones del Fondo MIPYME Emprendedor, con los cuales ha

²⁸ Se llevaron a cabo en ocho regiones, incluyendo Lima, el año 2023

logrado beneficiar a más de 330 empresas, cofinanciando proyectos de internacionalización dirigidos a 34 países de los cinco continentes, contribuyendo así al sostenimiento de más de 28.000 empleos directos e indirectos en 17 regiones del Perú. Cabe señalar que, según los resultados de su primera etapa, por cada sol que se invierte en el PAI, se obtiene un retorno de S/ 6,5 en exportaciones. Adicionalmente, el MINCETUR, en colaboración con la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC), diseñó un producto financiero de comercio exterior dirigido a las CMAC con la finalidad de atender a las MIPYME exportadoras con créditos de pre y post embarque. Fue lanzado a fines de marzo del 2019, logrando adherir a cinco CMACs²⁹. Se realizaron 6 operaciones con créditos para exportación con un monto total de S/ 360 mil. Pero, con la pandemia este proyecto se paralizó debido a que las Cajas se enfocaron en atender a las empresas con los diversos programas que impulsó el Gobierno (Reactiva, FAE-Mype, entre otros).

Causa Indirecta 3.3: Insuficiente desarrollo de la innovación e inversión tecnológica para el comercio exterior

Según el Banco Mundial (2020), en el Perú se puede observar una baja asignación de fondos para investigación y desarrollo (I+D) para el comercio exterior. Esto se ve reflejado en presupuestos limitados destinados a proyectos de innovación tecnológica y a la mejora de la infraestructura relacionada con el comercio internacional peruano. Asimismo, se puede observar la existencia de una brecha entre el gasto en tecnología de las empresas nacionales en comparación a sus competidoras en el mercado global. Estas circunstancias dificultan el desarrollo de una oferta exportable más sofisticada que pueda elevar el nivel de ingresos de los exportadores y productores peruanos, generar más conocimiento y dinamizar el entorno de negocios peruano al crear mayores oportunidades de crecimiento a través del comercio exterior.

Las tecnologías digitales en el comercio internacional, además de reducir los costos comerciales, afectan los patrones de consumo: aumentan el comercio de servicios, fomentan el comercio de cierto tipo de bienes (bienes urgentes, intensivos en certificaciones y en contratos), afectan la complejidad y la longitud de las cadenas globales de valor, y cambian los patrones de ventaja comparativa al aumentar la importancia de factores como la calidad de la infraestructura digital y el tamaño del mercado. Por tanto, el cierre de la brecha digital para un país, en términos de acceso y uso efectivo de las tecnologías digitales, resulta importante para una participación cada vez mayor en el comercio mundial (OMC, 2018a).

Una menor inversión en tecnología conduce a una falta de competitividad en términos de eficiencia operativa, calidad de productos y servicios, así como en la capacidad para adaptarse a las demandas cambiantes del mercado internacional. La inversión en I+D en comparación al PBI nacional, y la productividad laboral, muestran resultados inferiores en comparación con los socios comerciales de Perú, como con sus competidores en el extranjero. Esto indica un rezago en la adopción de nuevas tecnologías, así como en la generación de conocimientos que impulsan la competitividad en el comercio exterior peruano. Según la OMPI (2023), la inversión en I+D en el Perú fue equivalente al 0,172% del PBI en el 2020, ubicándolo en el puesto 92 de 132 economías analizadas.

Específicamente, el impacto de la innovación digital y de las tecnologías digitales en el comercio internacional depende del acceso a la infraestructura digital y de una fuerza laboral con habilidades digitales adecuadas, así como de la disponibilidad de servicios de infraestructura digital eficientes y de bajo costo. Al respecto, los gobiernos pueden invertir o fomentar la inversión en infraestructura

²⁹ Caja Huancayo, Caja Arequipa, Caja Ica, Caja Paita y Caja Sullana.

digital y habilidades digitales, y pueden contribuir al desarrollo de servicios de infraestructura digital (OMC, 2018a).

La reducida colaboración entre los diferentes actores del ecosistema de ciencia, tecnología e innovación nacional puede obstaculizar el desarrollo de innovaciones tecnológicas adaptadas a las necesidades del empresariado nacional para hacer frente al comercio internacional (IPE, 2020). La colaboración entre empresas, instituciones educativas, centros de investigación y el gobierno es crucial para identificar áreas de oportunidad y desarrollar soluciones innovadoras. Adicionalmente a ello, la ausencia de políticas gubernamentales que fomenten la innovación y la inversión tecnológica, así como la presencia de regulaciones que obstaculizan la adopción de tecnologías avanzadas en el comercio exterior, pueden contribuir al estancamiento en este ámbito (Alianza del Pacífico, 2021). En este sentido, la insuficiente innovación e inversión tecnológica para el comercio exterior se refleja en la baja inversión en adopción tecnológica, indicadores deficientes de innovación y productividad, la escasa colaboración entre sectores y la falta de políticas de apoyo y marcos regulatorios adecuados. Estos factores en conjunto pueden limitar la capacidad de las empresas peruanas y la economía nacional en su conjunto para competir eficazmente en el mercado global.

El comercio internacional impacta en el crecimiento endógeno de la innovación, agrupados en cuatro mecanismos clave: (i) tamaño del mercado; (ii) competencia; (iii) ventaja comparativa; (iv) derrame de conocimientos. Cada mecanismo ofrece una fuente potencial de ganancias de bienestar dinámicas y las ganancias de bienestar estáticas derivadas del comercio según la teoría del comercio convencional (Melitz & Redding, 2021).

Por su parte, la Industria 4.0 afecta a los modelos de negocio e identifica las innovaciones en los modelos de negocio derivadas de ella (Ibarra et al., 2018). Se sugiere tres enfoques diferentes para acercar a las empresas al fenómeno de la Industria 4.0, como la orientación al servicio, los ecosistemas en red y la orientación al cliente.

El Perú se encuentra en el puesto 76 del ranking del Índice Mundial de Innovación 2023, desarrollado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (2023), de un total de 132 economías analizadas. Asimismo, el Perú se ubica en el puesto 21 de 33 entre las economías de ingresos medios altos. En la región iberoamericana, Perú no destaca como uno de los países más innovadores: Brasil 49°, Chile 52°, México 58°, Colombia 66°, Uruguay 63°, Argentina 73°, y Perú 76°.

El insuficiente desarrollo de la innovación e inversión tecnológica para el comercio exterior en Perú puede atribuirse a varios factores. Entre los principales, se tiene:

- **Limitaciones en infraestructura tecnológica y digitalización:** De acuerdo con Izvorski et al. (2020), el Perú aún enfrenta desafíos significativos en términos de infraestructura digital y tecnológica, lo que obstaculiza su capacidad para participar plenamente en el comercio electrónico y aprovechar las oportunidades de exportación.
- **Falta de incentivos y políticas gubernamentales:** De acuerdo con la OECD (2019), el Perú carece de políticas sólidas que fomenten la innovación y la inversión tecnológica, lo que desalienta a las empresas a invertir en tecnología para mejorar su competitividad en el comercio exterior.

- **Escasez de capital humano capacitado:** De acuerdo con el BID (BID, 2018), la falta de mano de obra capacitada en tecnología en Perú es uno de los principales obstáculos para el desarrollo de la innovación y la inversión tecnológica en el comercio exterior.
- **Falta de acceso a financiamiento para la innovación:** De acuerdo con el Banco Central de Reserva del Perú (2020), las PYME enfrentan dificultades para acceder a financiamiento para actividades de innovación y desarrollo tecnológico, lo que limita su capacidad para competir en el comercio exterior.
- **Dependencia de sectores tradicionales con baja inversión en tecnología:** De acuerdo con el INEI, (2018), la economía del país sigue siendo altamente dependiente de sectores tradicionales como la minería y la agricultura, los cuales históricamente han invertido poco en tecnología e innovación, lo que limita el impulso tecnológico en el comercio exterior.
- **Incertidumbre política y económica:** De acuerdo con el Banco Mundial (2021a) se sugiere que la incertidumbre política y económica en Perú puede desalentar la inversión en tecnología e innovación, ya que las empresas pueden ser reacias a comprometer recursos en un entorno inestable.
- **Baja inversión en investigación y desarrollo (I+D):** De acuerdo con CEPAL (2020), en el Perú se invierte una proporción baja de su PBI en investigación y desarrollo en comparación con otros países de la región, lo que limita su capacidad para generar innovación y tecnología aplicada al comercio exterior.
- **Falta de una cultura empresarial innovadora:** Un estudio del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (2018) señala que en Perú aún prevalece una cultura empresarial orientada hacia la eficiencia operativa en lugar de la innovación, lo que puede resultar en una menor inversión en tecnología para el comercio exterior.
- **Desafíos en la protección de la propiedad intelectual:** Según la OMPI (2020), el Perú enfrenta desafíos significativos en términos de protección de la propiedad intelectual, lo que puede disuadir a las empresas de invertir en innovación y tecnología para el comercio exterior.
- **Brechas en la educación y formación técnica:** De acuerdo con el BID (2019b), las brechas en la educación y la formación técnica en Perú como un obstáculo importante para el desarrollo de la innovación y la inversión tecnológica en el comercio exterior.
- **Falta de colaboración entre el sector público y privado:** De acuerdo con el estudio del Instituto Peruano de Economía (IPE, 2020), la falta de colaboración efectiva entre el sector público y privado en Perú ha obstaculizado los esfuerzos para fomentar la innovación y la inversión tecnológica para el comercio exterior.
- **Falta de políticas de promoción de exportaciones tecnológicas:** De acuerdo con el Centro de Comercio Internacional (ITC, 2020), la falta de políticas específicas de promoción de exportaciones tecnológicas en Perú podría limitar la capacidad del país para aprovechar su potencial en sectores de alta tecnología en el comercio exterior.
- **Falta de acceso a información y capacitación sobre tecnología:** De acuerdo con INEI (2018), la falta de acceso a información y capacitación sobre tecnología como un

desafío importante para las empresas peruanas, especialmente las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), lo que puede limitar su capacidad para adoptar innovaciones tecnológicas para el comercio exterior.

- **Limitaciones regulatorias a emprendimientos de alto impacto:** De acuerdo con un estudio desarrollado por la Alianza del Pacífico (2021), se encuentran limitaciones en la regulación de herramientas de financiamiento para emprendimientos de alto impacto, especialmente en rondas posteriores a las de capital semilla, etapa donde los emprendimientos buscan financiamiento para internacionalizarse; asimismo, se pudieron identificar obstáculos en los límites a las contrataciones de personas extranjeras, régimen tributario, permisos para operar comercialmente, propiedad intelectual y comercialización de dispositivos médicos; las principales limitaciones encuentran su base en la exigencia de requisitos de alto costo y de difícil obtención los cuales son exigidos tanto a grandes empresas como a emprendimientos, del mismo modo ocurre con la imposición de multas que en algunos casos pueden ser muy elevadas.
- **Ecosistema CTI desarticulado:** De acuerdo con el estudio de gobernanza para desarrollar un plan estratégico de crecimiento para los ecosistemas de emprendimiento basados en innovación de la Alianza del Pacífico, desarrollado por el MIT/Global Ecosystem Dynamics, el Perú no cuenta con un ecosistema articulado entre sus componentes, lo cual dificulta el impulso al desarrollo del mismo.

Se viene coordinando el desarrollo de diversas acciones para articular el Ecosistema de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Alianza del Pacífico (ECTIAP). En el marco de su rol de coordinación del Grupo Técnico Ciencia, Tecnología e Innovación de la Alianza del Pacífico, el MINCETUR, con asistencia del BID, coordina estas acciones como medio de interacción con los sistemas propios de cada país para aumentar los resultados individuales y en conjunto de los países en lo relacionado a innovación empresarial y emprendimiento innovador, siendo su objetivo principal el desarrollar estrategias, programas e instrumentos que aceleren y potencien la innovación en los países miembros. Bajo el paraguas del ECTIAP, se ha venido conformando redes temáticas y redes sectoriales de actores relevantes: Red AcelerAP, constituida por aceleradoras de negocios privadas; Red InversionistasAP, constituida por entidades privadas de fondos de capital; Red InnovAP, constituida por las agencias públicas de innovación; Red TransferenciaAP, constituida por la academia y las agencias de públicas y privadas de investigación; Red Biofuturos, constituida por entidades públicas y privadas que investigan/desarrollan tecnologías para la bioeconomía, encontrándose en proceso el desarrollo de otras redes adicionales. Así mismo, bajo el marco del ECTIAP, se han venido trabajando planes de trabajo conjuntos e individuales por las redes conformantes del ecosistema dando como resultados diversas herramientas y entregables³⁰.

³⁰ Tales como:

- Estudio de limitaciones regulatorias para emprendimientos de alto impacto en los países de Alianza del Pacífico.
- Reto COVID-19: la Alianza del Pacífico lanzó, con el apoyo de BID y de la Red de TransferenciAP, el Reto COVID-19 para innovadores, emprendedores e investigadores provenientes de los 4 países, los que presentaron 396 iniciativas con soluciones innovadoras para paliar la pandemia.
- Programa de formación en emprendimiento y transferencia tecnológica para 36 miembros del ecosistema de emprendimiento y entidades públicas relacionadas.
- Estudio de línea base y diagnóstico de la Industria en la Alianza del Pacífico y su potencial para la implantación de las tecnologías 4.0.
- Estudio de gobernanza para desarrollar un plan estratégico de crecimiento para los ecosistemas de emprendimiento basados en innovación de la Alianza del Pacífico, con apoyo del BID y del MIT/Global Ecosystem Dynamics.

Causa Indirecta 3.4: Insuficiente desarrollo de modelos de negocios sostenibles para el comercio exterior

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) buscan poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas disfruten de paz y prosperidad hacia el año 2030 (PNUD, s. f.), y reconocen que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad social, económica y ambiental. El comercio exterior impacta en al menos la mitad de los 17 ODS, entre ellos, el fin de la pobreza (1), hambre cero (2), energía asequible no contaminante (7), trabajo decente y crecimiento económico (8), industria, innovación e infraestructura (9), y producción y consumo responsables (12), entre otros.

Existen complejas interrelaciones entre el comercio internacional y el cambio climático, y tanto el comercio como la política comercial pueden contribuir a hacerle frente al cambio climático. Tal como resalta la OMC en su Informe sobre el comercio mundial 2022 - Cambio climático y comercio internacional (OMC, 2022):

“¿Qué función desempeñará el comercio en la transición a una economía mundial con bajas emisiones de carbono? En el pasado, el comercio ha formado parte del problema, contribuyendo al cambio climático directamente, al generar un aumento de las emisiones causadas por el transporte (marítimo, aéreo, por carretera y por ferrocarril), e indirectamente, favoreciendo un crecimiento mundial con abundantes emisiones de carbono. Pero, en el futuro, si se aplican las políticas adecuadas, el comercio puede ser una parte importante de la solución.

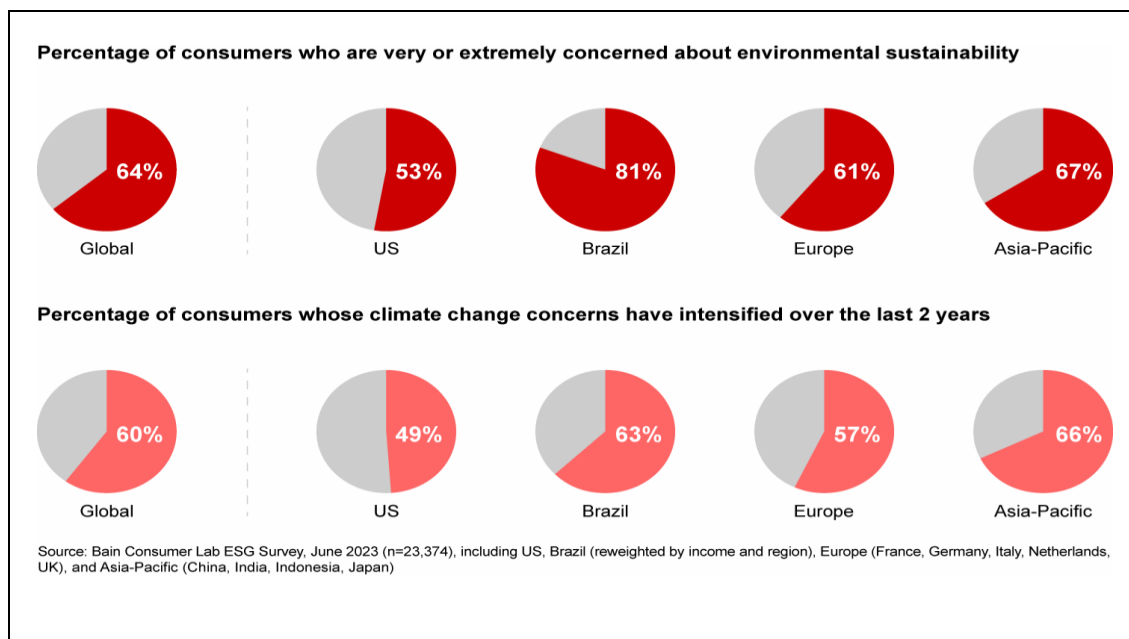
El comercio puede mejorar el acceso de los países a productos, servicios y bienes de equipo con bajas emisiones de carbono y ayudar a difundir tecnologías y conocimientos técnicos esenciales. Asimismo, puede reducir los costos de los productos ambientales fomentando la eficiencia, las economías de escala y el aprendizaje práctico. Y lo que tal vez es más importante, puede impulsar la innovación creando nuevas oportunidades de mercado para las exportaciones e inversiones con bajas emisiones de carbono e incentivando a los empresarios y las industrias a competir para aprovechar esas oportunidades.” (p. 23)

Los consumidores no son ajenos a la preocupación por el medio ambiente, y generan una demanda por bienes y servicios sostenibles que crea oportunidades para el comercio exterior peruano. Una encuesta realizada a más 23 mil consumidores en 11 países (Bain & Company, 2023) mostró que el 64% de consumidores a nivel global reportaba altos niveles de preocupación por la

-
- Implementación del certificado BID-PRODEM de desarrolladores de Ecosistemas de Emprendimiento e Innovación (DEEI)
 - Proyecto Industria 4.0; de manera conjunta con el Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico, se viene trabajando un plan de acción para promover el uso de las tecnologías asociadas a la industria 4.0.
 - Primera Hackathon PYMES Mujeres Exportadoras de la Alianza del Pacífico, evento donde se formularon soluciones innovadoras, con un enfoque en la tecnología, que contribuyan al fortalecimiento de las empresas lideradas por mujeres.
 - Plataforma KuikMatch; plataforma del ecosistema de CTI, donde se promocionan las herramientas y eventos del ecosistema, así como las nuevas tecnologías en la alianza del Pacífico (640 a la fecha): <https://transferenciap.kuikmatch.com/>
 - Retos de innovación de negocios y tecnologías verdes a través del emprendimiento científico tecnológico y la transferencia de tecnología hacia la industria, para la reactivación económica y social; con apoyo y asistencia técnica del BID y del TEC de Monterrey se realizaron concursos de innovación abierta con foco en Manufactura y Agricultura sostenible con la participación de grandes empresas del rubro de manufacturas (Perú) y alimentos (Chile) que recibieron propuestas de startups de los 4 países miembros.

sostenibilidad. Asimismo, la mayoría indicó que su nivel de preocupación se había intensificado a lo largo de los últimos dos años, y que se había activado por los eventos de clima extremos. Cabe resaltar que no son solo los consumidores en los países más desarrollados los que manifiestan esta preocupación, sino también – y en mayor medida – en países en vías de desarrollo.

Ilustración 62. Preocupación de consumidores por la sostenibilidad ambiental



La OECD, en su evaluación de desempeño ambiental del Perú, resalta que el sector exportador peruano debe adaptarse a las exigencias de los mercados globales, las mismas que se reflejan en las regulaciones de los países a los que vende y en una mayor concientización entre los consumidores, quienes tienen exigencias cada vez mayores en cuanto a la sostenibilidad en los procesos productivos (OECD & CEPAL, 2017).

Sin embargo, un insuficiente desarrollo de modelos de negocios sostenibles para el comercio exterior incide en el escaso desarrollo de una oferta exportable sostenible en el Perú. Se requiere la implementación de prácticas sostenibles como son las certificaciones, huellas ambientales, normas relacionadas con los aspectos sociales y ambientales, y otros que son requeridos por los mercados internacionales en los bienes y/o servicios de exportación, los cuales son considerados como instrumentos clave para el desarrollo sostenible. Al respecto, es importante señalar que, si bien grandes exportadoras peruanas de los sectores agrícola y textil, entre otros, vienen implementando buenas prácticas y certificaciones internacionales en cumplimiento con los estándares exigidos por sus mercados de destino, y ha habido un desarrollo importante en la exportación de productos orgánicos y/o con certificaciones internacionales (como en el caso del café, cacao, banano, madera, aceite de palma, entre otros), existe una brecha importante por cerrar en el país en materias como economía circular, desarrollo de biocomercio y bionegocios, gobernanza corporativa, y aprovechamiento de oportunidades por parte de las regiones.

El Perú es un país megadiverso (MINAM, 2019), con amplias extensiones de bosque e importantes necesidades para generar oportunidades de desarrollo para su población. El Perú es considerado megadiverso por su diversidad de especies (gran variedad de flora y fauna), diversidad de ecosistemas, genética y cultural. En ese contexto, resulta importante fomentar un

comercio sostenible que permita resguardar el medio ambiente y generar una oferta exportable sostenible en todos los sectores productivos y exportadores.

Un análisis realizado por PROMPERÚ con información de 2 025 empresas muestra un bajo nivel de gestión de la sostenibilidad en las mismas. El análisis comprende a empresas exportadoras y potenciales exportadoras que completaron el Test del Exportador en los últimos dos años, provenientes de los sectores de agronegocios (43%), industria de la vestimenta (27%), manufacturas (24%), pesca (3%) y servicios (3%). En función a las respuestas a las preguntas listadas en la Tabla 11, se observa que, en todos los casos, salvo la pregunta 7, más de la mitad de las empresas encuestadas no cuenta con una gestión sostenible, evidenciando que las empresas aún no han interiorizado la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial como un elemento clave para su internacionalización.

Tabla 9. PROMPERÚ: Evaluación de gestión de la sostenibilidad en empresas

Pregunta	No de empresas que no cuentan con una gestión sostenible	% del total
P1.-¿Utiliza alguna herramientas para conocer la trayectoria de sus insumos y sus producto comercializados?	1381	68.19%
P2.-¿La empresa evalúa los impactos ambientales de un producto, proceso o actividades comerciales?	1347	66.52%
P3.- ¿La empresa mide y disminuye constantemente sus emisiones de los Gases de Efecto Invernadero (GEI)?	1522	75.16%
P4.-¿La empresa realiza actualmente una gestión eficiente y responsable el recurso hídrico?	1220	60.25%
P5.-¿La empresa realiza acciones para mejorar su desempeño ambiental y la conservación de la biodiversidad?	1243	61.38%
P6.- ¿La empresa utiliza mecanismos para transparentar su gestión y en sus relaciones comerciales?	1217	60.09%
P7.-¿La empresa gestiona ambientes seguros, equilibrados y sanos para sus miembros y para la sociedad?	1003	49.53%
P8.-¿La empresa se gestiona eficientemente y promueve la superación económica de sus proveedores?	1104	54.51%

Fuente: PROMPERU

Elaboración: Propia

Existe un importante nivel de desconocimiento por parte de las empresas acerca de lo que implica la gestión de la sostenibilidad, en materia de certificaciones, economía circular, huella de carbono, y producción y consumo sostenible y responsable. Esto se evidencia también en el autodiagnóstico que las empresas hacen sobre su gestión de la sostenibilidad en el Test del Exportador, en el cual el 74% de las empresas que realizaron el Test del Exportador en el 2023, manifestaron haber implementado buenas prácticas de sostenibilidad, mientras que a través de entrevistas y visitas se observa que la implementación de dichas prácticas es baja. Se ha observado que muchas empresas no conocen acerca de las regulaciones en materia ambiental que pueden afectar el comercio de sus productos (por ejemplo, la regulación europea sobre productos libres de deforestación), y en muchos casos no tienen la posibilidad o voluntad de invertir recursos para cumplir requisitos de sostenibilidad. A efectos de contar con mayor información sobre esta

problemática, PROMPERÚ viene desarrollando un test de sostenibilidad en cultura y política de empresa, en asuntos ambientales, sociales y de gestión de proveedores.

Reducido aprovechamiento del potencial exportador de la biodiversidad nativa peruana. En este rubro se encuentran productos tales como aguaymanto deshidratado, jugos y concentrados de maracuyá, aceite de sachá inchi, derivados de quinua, castaña amazónica en polvo, chocolate y subproductos del cacao, aceite esencial de aguaje, snacks de maíz gigante blanco del Cusco, y harina de maca, camu camu y lúcuma, entre otros. Los productos nativos de la biodiversidad peruana contienen principios activos con alto aporte nutricional, convirtiéndolos en superalimentos saludables. Por sus características, estos productos se dirigen a nichos de mercado en el exterior. El número de productos exportados superan las 20 subpartidas, destacando la quinua, tara, maracuyá, castaña amazónica y maca. Si bien diversos productos de la biodiversidad nativa vienen siendo procesados, estos enfrentan una serie de desafíos que hacen incierta su continuidad exportadora. Primero, existen sobre costos desde la producción hasta la comercialización, los cuales restan competitividad exportadora a estos productos. Cabe precisar que la biodiversidad se concentra en la Amazonía y las zonas altoandinas del país. Asimismo, existen limitantes para que se beneficien las comunidades nativas indígenas y amazónicas, dado que muchas de ellas se encuentran en zonas rurales alejadas de las áreas urbanas. Por ejemplo, el acopio de café, cacao, quinua y maca, entre otros productos, requiere de mayores costos de manipuleo por la inaccesibilidad de vehículos de transporte de carga o unidades con mayor capacidad de peso tara. Existen zonas cafetaleras donde usan animales de carga para el traslado. Asimismo, en ocasiones por la falta de capacidad productiva a nivel de cantidad y calidad, no se pueden atender los pedidos, ya sea por temas de frecuencia y/o volúmenes elevados.

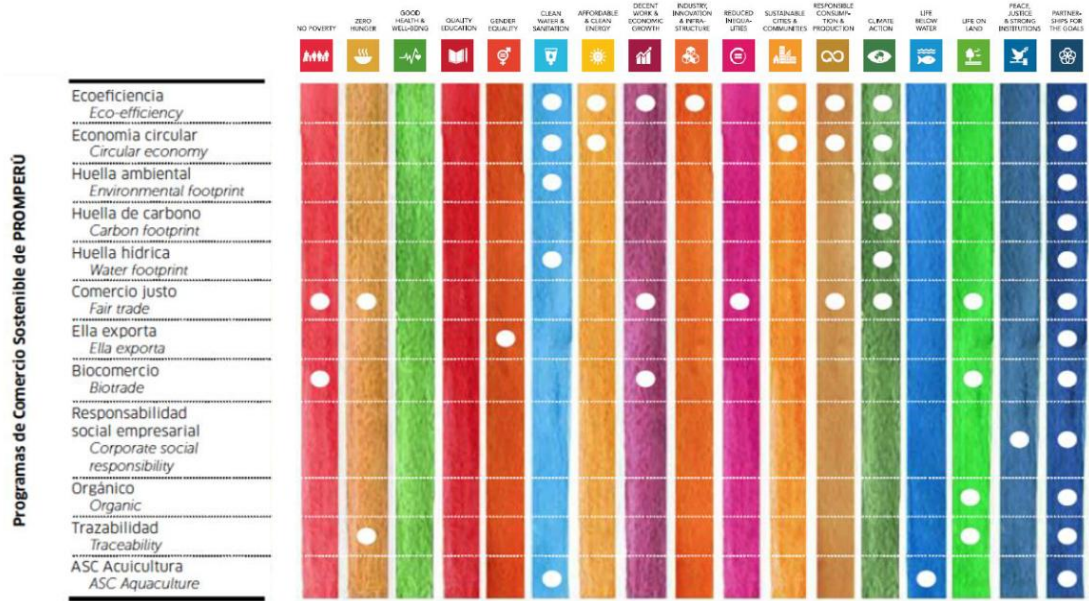
No obstante, hay algunos avances destacables en el desarrollo de una oferta exportable sostenible. Desde 2016, el Perú viene apostando por la transición hacia una economía circular, inicialmente incorporada en la legislación ambiental como un principio de gestión integral de los residuos sólidos y, posteriormente, como una estrategia clave para el desarrollo sostenible. Esto ha permitido transversalizar este modelo económico en las políticas e instrumentos de los sectores productivos y de servicios. A la fecha, se ha desarrollado hojas de ruta de economía circular en los sectores de manufactura, pesca y acuicultura, agua potable y saneamiento, y agro.

En agosto de 2023, se suscribió el Pacto Peruano por la Economía Circular, estableciendo la necesidad de un espacio de diálogo y coordinación para impulsar el cumplimiento de sus compromisos. Al respecto, y conforme a la Medida de Política 9.2 del Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2024-2030, aprobado por Decreto Supremo N° 203-2024-EF, dicho espacio será implementado a través de la Coalición Nacional de Economía Circular “Perú País Circular”. A su vez, dicha Coalición forma parte de la Gobernanza de la Hoja de Ruta Nacional de Economía Circular al 2030 (HRNEC), aprobada mediante Decreto Supremo N° 003-2025-MINAM. La HRNEC orienta y ordena -a nivel estratégico- las políticas, normas y prácticas de las actividades económicas a nivel sectorial y territorial para asegurar una transición -justa, efectiva, coherente y coordinada- del Perú hacia una Economía Circular. En este contexto, las exportaciones peruanas han venido aprovechando cada vez más los beneficios de la producción orgánica y la adopción de certificaciones vinculadas a la sostenibilidad.

Las diferentes iniciativas vinculadas a la sostenibilidad de las exportaciones peruanas se agrupan bajo la estrategia “Cultura Sostenible”. En línea con la dinámica de consumo en los mercados globales, PROMPERÚ creó en el año 2013 el Departamento de Comercio Sostenible, el cual busca promover e implementar criterios de sostenibilidad en las empresas exportadoras como elementos diferenciadores en la oferta exportable y contribuir a incrementar su competitividad para alcanzar los mercados internacionales; así como a contribuir a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La estrategia “Cultura Sostenible” agrupa diversas iniciativas de sostenibilidad

empresarial exportadora para poner en valor las acciones de sostenibilidad que realizan las empresas exportadoras peruanas. Bajo el enfoque de que la sostenibilidad es un elemento clave para la internacionalización de las empresas, PROMPERÚ ha venido implementando una serie de Programas de Comercio Sostenible, identificando su contribución al logro de los ODS. Asimismo, cabe destacar que en el marco de la Ruta Productiva Exportadora (RPE), se ha acompañado también a empresas, asociaciones y cooperativas de café, cacao y banano orgánico en materia ambiental.

Ilustración 63. Programas de Comercio Sostenible de PROMPERÚ y su impacto en los ODS



Fuente: PROMPERÚ

Tabla 10. Promperú: Programas de Sostenibilidad Empresarial Exportadora, regiones y beneficiarios

Programa	Regiones	Beneficiarios
Buenas Prácticas de Ecoeficiencia	8	71 asociaciones
Economía Circular	5	24 asociaciones
Huella Ambiental	4	12 asociaciones, 35 cooperativas
Huella de Carbono	3	11 asociaciones, 10 cooperativas
Huella Hídrica	2	6 asociaciones
Buenas Prácticas de Comercio Justo	6	79 asociaciones, 15 empresas, 30 cooperativas
Mujeres Empresarias Líderes “Ella Exporta”	5	99 asociaciones
Biocomercio	10	56 asociaciones
Responsabilidad Social Empresarial	11	104 asociaciones
Gestión de la Certificación Orgánica	6	8 asociaciones, 26 empresas
Trazabilidad en Productos Orgánicos	12	59 asociaciones, 4 empresas
Buenas Prácticas de Acuicultura	1	7 asociaciones

Fuente: PROMPERÚ

Complementariamente a estos esfuerzos, se ha desarrollado herramientas relevantes, tales como guías para la implementación de la trazabilidad en alimentos orgánicos para el banano, mango, quinua y kiwicha, castaña, café, y cacao; y una guía para la implementación de la

certificación orgánica; así como el software denominado Calcafé, herramienta de cálculo de impactos ambientales del café, usando herramientas del Análisis de Ciclo de Vida (ACV), y se ha realizado estudios vinculados a la gestión de la huella de carbono (cacao en San Martín) y a la huella ambiental de la alpaca. Asimismo, se ha incorporado módulos sobre biocomercio, sostenibilidad y economía circular en el aula virtual de PROMPERÚ.

No obstante, el alcance de la atención a empresas es aún limitado. De un total de 7 399 empresas atendidas en la Ruta Exportadora de PROMPERÚ (2021-2024), se ha atendido a 1 450 en los programas de sostenibilidad, lo cual representa el 19,60%. De estas 1 450 empresas, 569 son exportadoras.

Existe una limitada intervención para la igualdad de género en la oferta exportable peruana:

Las mujeres enfrentan importantes niveles de desigualdad de género, especialmente en regiones menos desarrolladas, lo que se refleja en las disparidades en su participación en la economía y los beneficios del comercio en roles como consumidoras, empresarias y trabajadoras. De acuerdo con el estudio “Participación de las mujeres empresarias en el comercio exterior de la Alianza del Pacífico”, a pesar de que las mujeres representan el 49,5% de la población a nivel global, solo contribuyen al 37% del PBI mundial (Banco Mundial, 2019). Lo anterior se debe, entre muchos otros factores, a su baja participación en el comercio internacional. Algunos estudios evidencian que solo una de cada tres empresas es liderada por mujeres, que, a su vez, tienden a establecerse en negocios más pequeños en términos de número de empleados, si se compara con empresas propiedad de hombres. En el caso de aquellas que logran insertarse en mercados internacionales, participan con una proporción más baja, donde solo una de cada cinco empresas que exporta es liderada y/o propiedad de mujeres (ITC, 2015; Banco Mundial, 2019). Según (Frohmann, 2019), una de las herramientas de política comercial que contribuyen a la igualdad de género es la promoción del emprendimiento exportador de las mujeres. En dicho contexto, PROMPERÚ ha desarrollado el programa de Mujeres Empresarias Líderes “Ella Exporta”, programa de fortalecimiento de gestión empresarial dirigido a mujeres exportadoras. El programa permite el incremento de la productividad y la mejora de las condiciones laborales de las mujeres emprendedoras, así como fomentar su cultura exportadora, contribuyendo así al empoderamiento de la mujer y su inclusión en las organizaciones. No obstante, para una intervención más profunda y focalizada, se requiere contar con datos e información especializada sobre comercio y género, la cual aún no ha sido desarrollada en el Perú.

Para lograr un mayor impacto, es necesario dedicar recursos y desarrollar sinergias con otros sectores en iniciativas que favorezcan el desarrollo sostenible de las exportaciones, tales como el desarrollo de bionegocios, cadenas libres de deforestación, trazabilidad, huella de carbono y economía circular, entre otros, con entidades como el MINAM, MIDAGRI, PRODUCE, y sus organismos adscritos. Asimismo, resulta relevante fortalecer la articulación con organismos de la cooperación internacional y con iniciativas público-privadas y privadas que permitan identificar y apoyar a empresas y cadenas de exportación en su transformación hacia la sostenibilidad.

Finalmente, existe una brecha de información acerca de diversos indicadores de sostenibilidad en las cadenas de exportación, que permita tomar mejores decisiones de política, posicionar la oferta exportable sostenible peruana en el exterior, y responder a desinformación y/o cuestionamientos relacionados a la sostenibilidad de las exportaciones peruanas. Esta preocupación aplica a diversos aspectos de la sostenibilidad, no solo la ambiental, sino también en aspectos laborales, de género y de interculturalidad.

3.2.4. Causa directa 4: Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales para su participación en el comercio exterior

Las Zonas Económicas Especiales (ZEE) son áreas geográficamente delimitadas donde se facilita la actividad industrial y de servicios, a través de incentivos tributarios y regulatorios, así como soporte en infraestructura (UNCTAD, 2019c). En estos espacios, empresas inversionistas se instalan, atraídas por las condiciones especiales que se otorgan, para desarrollar actividades productivas y de servicios, dinamizando el comercio exterior y generando encadenamientos con las empresas locales. Es por ello que las ZEE son empleadas como medidas de política para contribuir al crecimiento de las economías, a través de la atracción de inversiones y el impulso de las exportaciones, fomentando la participación en las cadenas globales de valor.

Adicionalmente, las ZEE son empleadas como laboratorios para pilotear reformas de políticas (UNCTAD, 2019c). En Asia, por ejemplo, las ZEE son empleadas para probar nuevas medidas de política económica, como la liberalización de las restricciones a la propiedad extranjera, para luego ser introducidas en todo el país. En ese sentido, al contar con una regulación diferente al resto del territorio nacional, estas pueden ser utilizadas para ensayar soluciones a medida con potencial para convertirse en reformas estructurales a nivel nacional. Por ello, el diseño estratégico de políticas para el desarrollo de ZEE debe formularse en consistencia con la política comercial, de inversión y tributaria.

En ese contexto, las políticas de ZEE tienen como objetivo estimular las exportaciones, incluidas las regionales (Banco Mundial, 2017). Consecuentemente, las exportaciones desde las ZEE poseen una participación significativa en las exportaciones nacionales en diversas economías alrededor del mundo. En América Latina, la historia de las ZEE data del año 1923, cuando Uruguay estableció el régimen más antiguo de la región. Actualmente, la mayoría de los países latinoamericanos cuentan con este instrumento y sus legislaciones se actualizan constantemente para garantizar su competitividad en un entorno global cambiante. Es así que, en economías como Nicaragua y Honduras, el 49% y 52% de sus exportaciones nacionales es explicado por las ZEE, lo que evidencia su rol en el fomento de la industria y el comercio en sus respectivas economías, siendo consideradas ecosistemas de competitividad (AZFA, 2024).

Asimismo, se ha demostrado que las ZEE tienen un papel protagónico para facilitar el comercio exterior e internacionalización de las empresas. En China, por ejemplo, se demostró que los startups localizados dentro de una ZEE logran mayores volúmenes de exportaciones, alcanzan un mayor número de mercados, obtienen mejores resultados en mediciones de calidad y tienen más probabilidades de exportar a países de altos ingresos (Schminke y Van Biesebroeck, 2013).

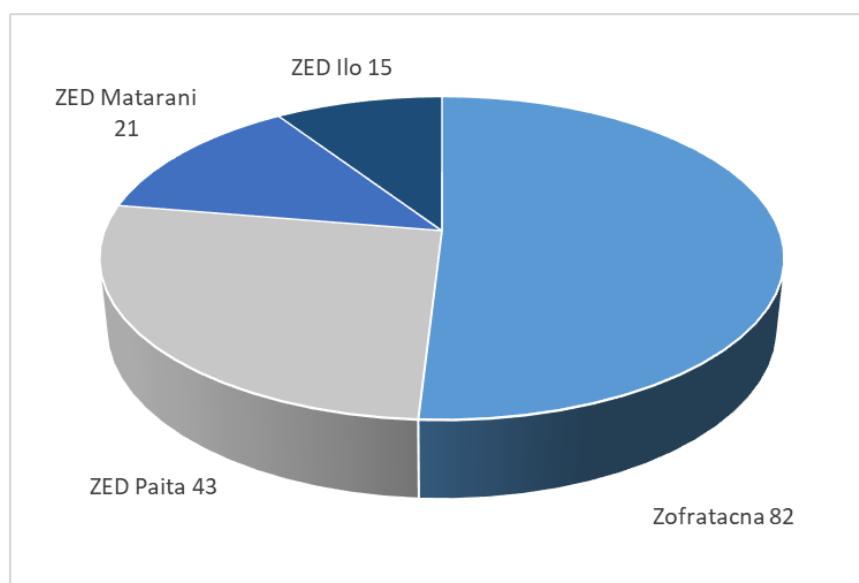
La implementación de ZEE puede atender la necesidad de atracción de inversiones y el desarrollo de tecnologías sofisticadas, al proporcionar un conjunto de instrumentos complementarios a los incentivos fiscales, tales como: infraestructura, capacidades productivas y personal calificado, que permiten reducir los riesgos vinculados a las inversiones (CEPAL, 2023b). Es por ello que las ZEE son ampliamente utilizadas en la mayoría de las economías en desarrollo y muchas economías desarrolladas (UNCTAD, 2019c), dado que permiten potenciar el comercio exterior, a través de la generación de valor agregado y la inserción en nuevos mercados, así como también generar externalidades positivas, como crecimientos en la productividad empresarial y efectos de spillovers sobre las empresas aledañas (Institute of Labor Economics, 2022).

La evidencia internacional demuestra la contribución económica que las ZEE aportan al desarrollo de sus respectivos países. Por ejemplo, en el caso uruguayo, de acuerdo con el Centro

de Estudios de la Realidad Económica y Social (CERES, 2022), entre los efectos directos que generan las zonas francas, se encuentra el aporte a las exportaciones, que en 2021 representó más de un tercio del total del país. Ese mismo año, la actividad económica de las empresas en el régimen de zonas francas representó el 5% del PBI. En cuanto a la generación de puestos de trabajo, las empresas de zonas francas emplearon directa y dependientemente a más de 20,000 personas. Adicionalmente, las zonas francas en Uruguay generan otros efectos que repercuten positivamente sobre el bienestar de la población. Por ejemplo, se ha comprobado que la remuneración promedio de un trabajador dentro de zona franca es casi el doble respecto de los trabajadores en el resto de la economía. Asimismo, se evidencia que las zonas francas en dicho país favorecen una composición laboral más joven y calificada que en el resto de la economía, evidenciando que más del 56% de población ocupada en zona franca tenían formación terciaria, lo que representa más de 5 veces a la población ocupada con el mismo grado educativo fuera del régimen.

En el Perú, las ZEE se crearon a partir de 1989 y actualmente operan cuatro ZEE: la Zona Franca de Tacna (Zofratacna) y las Zonas Especiales de Desarrollo Paíta (ZED Paíta), Ilo (ZED Ilo) y Matarani (ZED Matarani), las cuales albergaron, al 2024, a 161 empresas dedicadas a actividades logísticas (47%), industriales (41%), servicios de tecnologías de la información y comunicaciones (10%), entre otros. La ilustración 64 muestra la distribución de empresas instaladas por ZEE en 2024.

Ilustración 64. *Distribución de usuarios del sistema ZEE, 2024*



Fuente: Administraciones de las Zonas Económicas Especiales (2024).
Elaboración: Propia

El sistema de ZEE peruano ha tenido limitados resultados en la atracción de empresas, generación de empleo y la participación en las exportaciones nacionales frente a otras economías de la región. Es así que, en el año 2022, economías como Costa Rica y República Dominicana generaron más del 50% de sus exportaciones nacionales en ZEE, mientras las ZEE del Perú contribuyeron con el 0,15% de las exportaciones nacionales. Asimismo, Uruguay, que cuenta con un sistema de ZEE alineado con las políticas nacionales de desarrollo e industria, alberga a más de 1 900 empresas en dichos recintos, frente a las 167 empresas ubicadas en las ZEE peruanas en el 2022 (Tabla 11).

Tabla 11. Impacto de las ZEE en economías de la región, 2022

Economías	Empresas instaladas	Inversión acumulada	Exportaciones (US\$ millones)	Participación en exportación del país	Empleo directo
Costa Rica	436	1 093	10 547	59,9%	184 035
República Dominicana	774	7 160,9	7 832,8	56,9%	192 461
Uruguay	1 094	1 617	4 268	32%	20 980
Perú	167	186,1	93,9	0,15%	2 342

Fuente: Uruguay XXI, Portal Estadístico de Comercio Exterior - PROCOMER, Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación de República Dominicana y Administraciones de las ZEE. Los datos de Inversión Acumulada y Empleo directo de Uruguay están actualizados al 2021.
Elaboración: Propia

Si bien se ha priorizado a las ZEE en diversos instrumentos de política en el Perú, su estrategia de desarrollo presenta fracturas estructurales que requieren ser atendidas mediante otras acciones, cuya ejecución depende de diversos actores. El sistema de ZEE se ha incluido en diversos instrumentos de política, como el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2025), el Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2019 – 2030 (PNCP) y la Política Nacional de Desarrollo Industrial. Particularmente, en el PENX 2025, uno de sus cuatro pilares se ha enfocado en programas relacionados al fortalecimiento del marco normativo y promoción de las ZEE; medidas que resultan insuficientes para garantizar el óptimo funcionamiento de las ZEE. Resulta necesario, conforme lo señala CEPAL, una articulación integral de los esfuerzos bajo las políticas y agendas de desarrollo productivo.

Cabe resaltar que, en septiembre de 2025 se aprobó la Ley N° 32449, Ley que crea el tratamiento especial tributario y aduanero para las Zonas Económicas Especiales Privadas, un marco normativo que permite la creación y desarrollo de ZEE operadas bajo una administración privada, con el objeto de coadyuvar a la promoción de las inversiones, contribuir al desarrollo socioeconómico sostenible y promover la competitividad e innovación en el país.

Causa Indirecta 4.1: Bajo nivel de incentivos no tributarios para el desarrollo empresarial en las ZEE

El Perú creó las ZEE para fomentar el crecimiento socioeconómico mediante el desarrollo industrial y el comercio de bienes y servicios³¹, tratando de proporcionar condiciones favorables, principalmente en materia tributaria y aduanera, para promover la instalación de empresas y la conformación de clústeres industriales. Según el marco normativo existente para las ZEE públicas en el Perú, estos recintos ofrecen a las empresas instaladas, en materia de incentivos tributarios: la exoneración total del Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas (IGV) e Impuesto de Promoción Municipal (IPM), así como de todo tributo creado o por crearse, tanto del gobierno central, regional y municipal, con excepción de las aportaciones a ESSALUD y las tasas³². Del mismo modo, entre los beneficios aduaneros se encuentran: el ingreso de mercancía del exterior exenta del pago de impuestos a la importación, así como la maquinaria y equipo que será empleado para el desarrollo de las actividades permitidas; permanencia indefinida de mercancías hasta la vigencia de la ZEE; exportación de productos manufacturados que puede acogerse a preferencias arancelarias;

³¹Ley N° 25100, Promulgan la Ley de Bases de Zonas Francas y Zonas de Tratamiento Especial.

³² Se entiende por “tasas”, de acuerdo al Código tributario, a todos los tributos cuya obligación tienen como hecho generador la prestación efectiva por el Estado de un servicio público individualizado en el contribuyente (arbitrios, derechos y licencias).

facilitación para el ingreso y salida de mercancías mediante Solicitud de Traslado³³; descarga directa de mercancías; el ingreso de mercancías y prestación de servicios desde el resto del territorio nacional a las ZEE se considera una exportación, por lo que goza de sus incentivos; las mercancías producidas en las ZEE se nacionalizan pagando la tasa arancelaria más baja negociada en los acuerdos comerciales internacionales (0%); los productos manufacturados en las ZEE pueden ser exportados directamente, sin necesidad de someterse previamente a un régimen aduanero de nacionalización; y las operaciones efectuadas entre los usuarios dentro de los complejos de las ZEE están exoneradas de IGV e IPM, siempre que se refieran a sus actividades autorizadas.

Asimismo, las ZEE privadas ofrecen un tratamiento especial tributario y aduanero amparado en la Ley N° 32449, con una reducción escalonada del Impuesto a la Renta y un régimen aduanero especial, aplicable con la próxima publicación del reglamento de ley.

En ese sentido, el Perú cuenta con uno de los sistemas de incentivos tributarios para las ZEE más atractivos de la región. La Tabla 12 presenta un comparativo de incentivos en economías iberoamericanas.

Tabla 12. Comparativo de incentivos tributarios en las Zonas Económicas Especiales de Iberoamérica

Economía	Impuesto sobre la renta		Impuesto al valor agregado		Dividendos	
	En ZEE	Fuera de ZEE	En ZEE	Fuera de ZEE	En ZEE	Fuera de ZEE
Argentina	35%	35%	0%	21%	-	-
Brasil	11,25%	15%	1,7%	13,6%	-	-
Chile	0%	27%	0%	19%	-	-
Colombia	20%	35%	0%	19%	0%	10%
Costa Rica	0%*	15%	0%	13%	0%	15%
Cuba	0%*	35%	0%*	10%	-	-
Curazao	2%	22%	0%	6%	0%	0%
Ecuador	23,75%	25%	0%	12%	0%	10%
El Salvador	0%*	30%	0%	13%	0%*	25%
España	25%**	25%	0%	21%	0%	23%
Guatemala	0%*	25%	0%	12%	0%	5%
Haití	0%*	30%	0%	10%	0%	15%
Honduras	0%*	25%	0%	15%	0%	10%
Nicaragua	0%*	30%	0%	15%	0%	15%
Panamá	0%	25%	0%	7%	5%*	10%
Paraguay	0,5%	15%	10%	10%	0%	15%
Perú	0%***	29,5%	0%	18%	4,1%	5%
Puerto Rico	21%	21%	-	-	-	-
República Dominicana	0%	27%	0%	18%	0%	10%
Uruguay	0%	25%	0%	22%	0%	7%

Nota: * El impuesto a la renta tiene incrementos graduales a través del tiempo.

** Con excepción de la Zona Especial Canaria, donde el impuesto a la renta es de 4%.

³³ Documento aduanero mediante el cual se solicita ante la Intendencia de Aduana de la jurisdicción, la autorización para el traslado de las mercancías hacia o desde las Zonas Económicas Especiales.

***El impuesto a la renta tiene incrementos graduales en el tiempo en las ZEEP.
Fuente: Asociación de Zonas Francas de las Américas
Elaboración: Propia

No obstante, las ZEE peruanas han presentado un desempeño limitado en su labor de atracción de empresas y consolidación de la actividad exportadora, debido a la existencia de deficiencias estructurales, como su inadecuada localización geográfica, escaso desarrollo de infraestructura, y limitado acceso a mano de obra calificada y a una red de proveedores. Así, al cierre de 2024, la inversión histórica acumulada superó US\$ 200 millones y sus empresas usuarias efectuaron exportaciones por US\$ 88 millones, lo que representó una participación de 0,12% sobre las exportaciones nacionales. Es preciso señalar que las ZEE peruanas compiten en el mercado internacional por la atracción de nuevas inversiones con sistemas mejor consolidados que ofrecen una propuesta de valor que combina un sistema de incentivos calibrados con un entorno de negocios eficiente y previsible. Ejemplos de ello, son los sistemas de zonas francas de Uruguay, Costa Rica y República Dominicana, cuyas inversiones superan los mil millones de dólares y son generadoras de más del 30% de las exportaciones nacionales.

El estudio “Hoja de ruta para la implementación de estrategias de atracción de inversión extranjera directa para las Zonas Económicas Especiales en el Perú” identificó el nivel de satisfacción de las empresas usuarias de las ZEE en el Perú respecto a los cinco beneficios tributarios ofrecidos por el sistema (Tabla 13), a través de la ejecución de entrevistas (Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Corea, 2023). Más del 70% de los usuarios se encontraron satisfechos con los cinco beneficios tributarios, siendo la exoneración del Arancel Ad Valorem el beneficio más valorado (86,3%) y la exoneración del Impuesto de Promoción Municipal el menos valorado (70,4%).

Tabla 13. Satisfacción sobre los beneficios tributarios

Impuesto	Muy satisfecho	Satisfecho	Neutral	Insatisfecho	Muy insatisfecho	No aplica
Exoneración del Impuesto a la Renta	43,2	38,6	13,6	2,3	2,3	0,0
Exoneración del Impuesto General a las Ventas	40,9	40,9	11,4	4,5	2,3	0,0
Exoneración del Impuesto de Promoción Municipal	29,5	40,9	20,5	6,8	2,3	0,0
Exoneración del Impuesto Selectivo al Consumo	36,4	38,6	11,4	11,4	2,3	0,0
Exoneración del Arancel Ad Valorem	47,7	38,6	9,1	2,3	2,3	0,0

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Corea (2023). Estudio “Hoja de Ruta para la implementación de estrategias de atracción de Inversión Extranjera Directa a las Zonas Económicas Especiales del Perú”.
Elaboración: Propia

En términos generales, el nivel de satisfacción sobre los beneficios aduaneros es menor respecto a los beneficios tributarios. Excluyendo la categoría “No aplica”, la “Importación de productos conforme a los acuerdos comerciales internacionales” es el beneficio aduanero más valorado (71,1%) y la “Exportación directa sin pasar a régimen aduanero” fue el menos valorado, con un 51,5% (Tabla 14).

Tabla 14. Satisfacción sobre los beneficios aduaneros

Impuesto	Muy satisfecho	Satisfecho	Neutral	Insatisfecho	Muy insatisfecho	No aplica
Pago diferido de derechos e impuestos aduaneros al importar materias primas y equipos del extranjero	25,0	27,3	31,8	0,0	2,3	13,6
Permanencia indefinida de mercancías dentro de las ZEE	31,8	25,0	27,3	2,3	0,0	13,6
Exportación directa sin pasar a régimen aduanero	20,5	18,2	34,1	2,3	0,0	25,0
Importación de productos conforme a los acuerdos comerciales internacionales	34,1	27,3	22,7	2,3	0,0	13,6
Descarga directa sin almacenaje previo	40,9	18,2	25,0	2,3	0,0	13,6

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Corea (2023). Estudio "Hoja de Ruta para la implementación de estrategias de atracción de Inversión Extranjera Directa a las Zonas Económicas Especiales del Perú".

Elaboración: Propia

Además de los incentivos tributarios y aduaneros, las empresas de las ZEE peruanas consideran otros factores determinantes al evaluar la decisión de ingreso. Destacan la ubicación geográfica, el acceso a mercados vecinos y la distancia a carreteras y puertos.

En dicho estudio, se identificaron tres grandes problemáticas en las ZEE del Perú: falta de infraestructura, carencia de incentivos no tributarios y servicios administrativos insuficientes. Primero, la disponibilidad de infraestructura como electricidad, agua y telecomunicaciones es inadecuada en las ZEE del Perú. Por ejemplo, en el caso de ZED Ilo, la oferta de electricidad es insuficiente para atender la demanda de energía de las empresas y el acceso por carretera es deficiente. Adicionalmente, otras falencias identificadas en el estudio se dan en torno a los servicios de comunicación, dada la falta de internet de alta velocidad, y la logística portuaria, contando con un número insuficiente de naves y contenedores en puerto. Segundo, las empresas usuarias de ZEE demandan incentivos adicionales a los beneficios tributarios que el sistema de ZEE ofrece actualmente. Por ejemplo, se evidenció interés por medidas especiales para la contratación y gestión de personal, así como mecanismos para el financiamiento de la compra de maquinaria. Asimismo, estas empresas precisaron que se requiere contar con una oferta amplia de mano de obra especializada en las regiones donde se ubican. Tercero, los servicios administrativos son considerados por las empresas usuarias como insuficientes, haciendo especial énfasis en los tiempos de espera de los procedimientos administrativos para las autorizaciones y el limitado número de oficiales de aduanas disponibles al momento de realizar operaciones.

Existen incentivos adicionales de carácter no tributario relevantes para el establecimiento de empresas en ZEE y que actualmente no son ofrecidos por el sistema de ZEE peruano, tal como se muestra en la Tabla 15.

Tabla 15. *Incentivos adicionales*

Impuesto	Muy necesario	Necesario	Neutral	Innecesario	Muy innecesario	No aplica

Permiso para usar terrenos, edificios, etc.	29,5	50,0	13,6	4,5	0,0	2,3
Reducción de alquiler	11,4	31,8	34,1	18,2	2,3	2,3
Apoyo en los costos de construcción de oficinas	13,6	47,7	34,1	4,5	0,0	0,0
Apoyo en los costos de compra de equipos	11,4	40,9	40,9	6,8	0,0	0,0
Compra de equipos sin pago de intereses	4,5	29,5	56,8	2,3	2,3	4,5
Provisión de vivienda	6,8	25,0	43,2	22,7	0,0	2,3
Prestación de servicios de idiomas extranjeros	18,2	36,4	40,9	4,5	0,0	0,0
Funcionamiento de instituciones educativas extranjeras	9,1	43,2	36,4	6,8	0,0	4,5
Servicios de guardería para niños extranjeros	2,3	20,5	56,8	13,6	2,3	4,5
Establecimiento de un centro médico extranjero	0,0	29,5	54,5	6,8	4,5	4,5
Permiso para negocio de casinos solo para extranjeros	0,0	6,8	50,0	22,7	11,4	9,1
Transmisiones en idiomas extranjeros	0,0	20,5	59,1	6,8	4,5	9,1
Subsidio de empleo	4,5	34,1	29,5	22,7	2,3	6,8
Apoyo con los gastos de capacitación	20,5	38,6	34,1	4,5	0,0	2,3
Suministro de energía renovable	43,2	40,9	11,4	2,3	0,0	2,3
Construcción de carreteras, vías férreas, etc.	61,4	34,1	2,3	0,0	0,0	2,3

Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Corea (2023). Estudio “Hoja de Ruta para la implementación de estrategias de atracción de Inversión Extranjera Directa a las Zonas Económicas Especiales del Perú”.

Elaboración: Propia

Se evidencia que la tarea más urgente es la expansión de infraestructura. La “Construcción de carreteras y vías férreas” presentó la tasa más alta, con un 97,7%, seguido del “Suministro de energía renovable”, con un 86%. Asimismo, los incentivos para el uso del suelo son altamente valorados, siendo que la demanda de “Permisos para usar terrenos y edificios” fue del 81,4% y el “Apoyo en los costos de construcción de oficinas” fue del 61,4%. Es así que, cuando una empresa se encuentra evaluando su instalación en una ZEE, además de la ventaja geográfica, considera la infraestructura que ofrece el recinto para el desarrollo de sus actividades. Posteriormente, evalúa los incentivos ofrecidos, no solo en materia tributaria y aduanera, sino también incentivos denominados “activos”, como mejores condiciones para la relocalización de extranjeros y acceso a instalaciones auxiliares.

Causa Indirecta 4.2: Inadecuado marco regulatorio que ofrezca seguridad jurídica a las empresas de las ZEE

En el mundo, los programas de ZEE han tomado como un elemento esencial, el contar con un marco jurídico y normativo predecible, transparente y racionalizado que garantice protección y seguridad para los inversores, así como claridad en las funciones y responsabilidades de las distintas partes implicadas. Esta característica permite que las ZEE se constituyan en herramientas que atraigan inversiones adecuadas y se implementen en estándares pertinentes (Zeng, 2021).

Así, por ejemplo, las mejores prácticas internacionales prefieren un marco normativo unificado de ZEE, en vez de uno múltiple, salvo que existan propósitos claramente distintos entre

las tipologías. Por ello, una ley de ZEE unificada trae consigo beneficios que son difíciles de obtener con múltiples leyes, tales como: mayor claridad para los inversionistas, menor complejidad para ejecutar la ley, facilidad para la coordinación intergubernamental y garantiza la ubicación de ZEE en función de criterios técnicos y no políticos. Estos atributos benefician tanto al Estado como a los usuarios de las ZEE (Banco Mundial, 2016).

A nivel regional, Estados Unidos, México y Uruguay son ejemplos de economías con marcos normativos unificados en materia de ZEE. El primero cuenta con las llamadas Zonas de Comercio Exterior, las cuales son implementadas a nivel federal bajo una sola ley y son administradas por una sola entidad autónoma. El segundo cuenta con la Ley Federal de Zonas Económicas Especiales, que otorga un marco general para la operación de estas. El tercero, cuenta con la Ley N° 15.921- Ley de Zonas Francas, que busca dar un marco normativo general para las zonas de su país.

En el Perú existen múltiples programas de ZEE: Zonas Especiales de Desarrollo (ZED) Matarani, Paita, Ilo, Tumbes y Loreto, Zona Económica Especial (ZEE) de Puno y Zonas Francas (ZF) de Tacna y Cajamarca. Todas estas tipologías coinciden con el objetivo de mejorar el desarrollo socio-económico en las regiones en las que se ubican, a través del crecimiento de negocios en sectores específicos, incluyendo la manufactura, agroindustria, maquila y ensamblaje, y los servicios relacionados con la logística. Asimismo, todos estos programas tienen o prevén estructuras administrativas similares y usan incentivos similares para cumplir su objetivo de creación, tales como exoneraciones tributarias (Banco Mundial, 2016). A estos programas se suma la futura puesta en marcha de las Zonas Económicas Especiales Privadas.

La diversidad de programas y sus respectivos marcos normativos, sumado a las constantes modificaciones, pueden generar incertidumbre y complejidades legales para los usuarios y potenciales inversores. Esto señala la necesidad de una armonización y simplificación de las normativas para fortalecer la seguridad jurídica y promover un ambiente de negocios más confiable y atractivo.

En ese sentido, la seguridad jurídica, como un componente que se produce a raíz de un marco regulatorio adecuado, se erige como un concepto clave que se relaciona con la confianza requerida por los inversores respecto al marco legal que ofrece un país, de modo que se garantice consistencia y predictibilidad a lo largo del tiempo. Este principio es fundamental para fomentar la atracción de empresas al interior de las ZEE, ya que estas buscan minimizar los riesgos relacionados con cambios abruptos en las leyes y sobre regulaciones que afecten sus inversiones.

Para que las ZEE en el Perú puedan cumplir efectivamente su objetivo de atraer empresas para promover el desarrollo económico, es crucial que el marco normativo recoja elementos para dotarlas de mayor seguridad jurídica y que pondere el desarrollo de actividades generadoras de valor agregado. Esto implica la necesidad de establecer un conjunto de reglas claras y sólidas a largo plazo, que ofrezcan confianza y aseguren un modelo acorde con las mejores prácticas internacionales, tales como: administración privada, exigencias mínimas de inversión, desvinculación del comercio minorista y procedimientos simplificados. Sin estas garantías, las ZEE corren el riesgo de no alcanzar su pleno potencial, limitando el crecimiento económico y la generación de empleo en las regiones donde se encuentran ubicadas.

Causa Indirecta 4.3: Ineficiente identificación y promoción de sectores estratégicos en las ZEE

Desde la perspectiva del Banco Mundial (2021), existen lineamientos determinantes al diseñar y desarrollar las ZEE, a fin de aumentar la probabilidad de éxito. Estas consideraciones incluyen la elección de una ubicación adecuada, fomentar un entorno empresarial propicio, aumentar la competitividad del mercado mediante una rigurosa evaluación de su demanda y la participación del

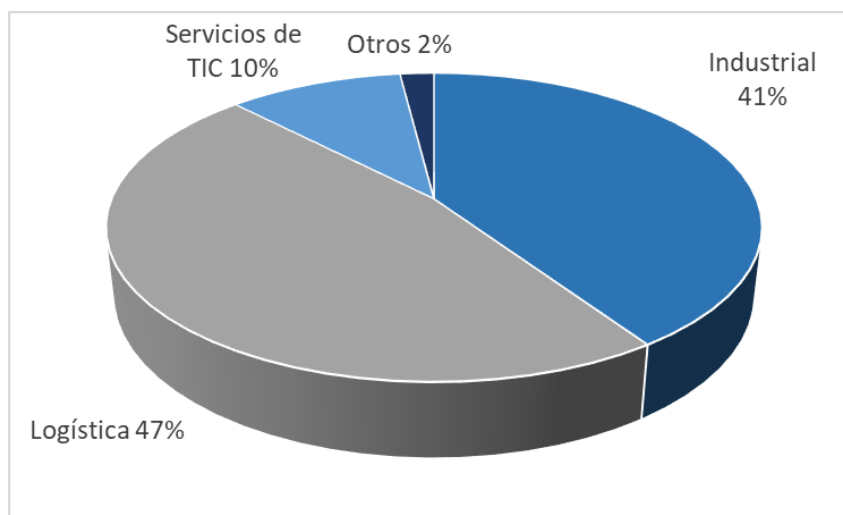
sector privado, y maximizar los “spillovers” (efecto derrame) positivos mediante un enfoque inclusivo y sostenible.

Para maximizar los “spillovers”, los gobiernos y la gestión de las ZEE necesitan considerar las ventajas comparativas locales para la determinación de los sectores prioritarios para una atracción estratégica de empresas a las ZEE, que dinamice el comercio exterior en el país. Las ZEE son medios que ayudan a complementar las fuerzas del mercado y a lidiar con ciertas fallas del mercado a través de políticas industriales asignadas a sectores competitivos o que fomentan la competencia en un sector, aumentando el crecimiento de la productividad (Zeng, 2021). Adicionalmente, la UNCTAD (2019) resalta que el diseño estratégico del marco de políticas y del programa de desarrollo de las ZEE es crucial. Las políticas de ZEE deben formularse considerando su contexto político más amplio, incluyendo las políticas de inversión, comercio y fiscales. Asimismo, los tipos de zonas y su especialización deben basarse en las ventajas competitivas y capacidades existentes. Es así como, de acuerdo con el “SEZ development ladder” elaborado por UNCTAD, las economías de ingresos medios, ingresos medios-altos y altos, optan por desarrollar zonas que albergan sectores especializados, dirigidas a industrias de alto valor agregado o segmentos clave de las cadenas de valor.

Para dinamizar las ZEE es necesaria la conformación de clústeres donde se puedan desarrollar industrias vinculadas con las cadenas regionales de valor (Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Corea, 2023). Asimismo, es crucial establecer una estrategia de exportación mediante la identificación de productos en los que el Perú tenga ventaja competitiva frente a economías vecinas. Actualmente el Perú produce principalmente productos industriales primarios, pero requiere del desarrollo y aplicación de tecnología para fomentar industrias de alto valor agregado, en instancias como las ZEE, vinculándolas con las cadenas regionales de valor.

A la fecha, las ZEE albergan empresas principalmente orientadas a la actividad logística y en menor medida a la actividad industrial y de servicios, tal como muestra la ilustración 65.

Ilustración 65. Distribución de empresas por sector en las ZEE, 2024



Nota: La categoría “Otros” incluye las actividades de maquila, reparación o reacondicionamiento y actividades de investigación y desarrollo científico y tecnológico.

Fuente: Administraciones de las ZEE

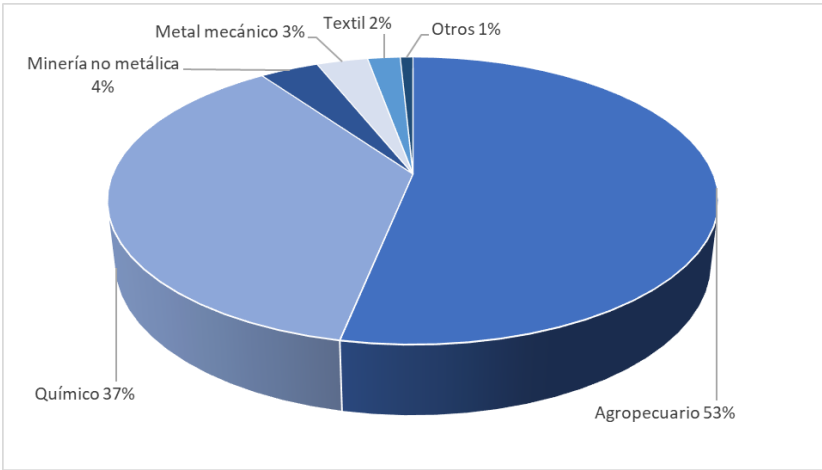
Elaboración: Propia

Las exportaciones desde las ZEE están compuestas mayoritariamente por mercancías de los sectores agropecuario (53%) y químico (37%), seguido de los sectores de minería no metálica

(4%), metal-mecánico (3%), textil (2%), minero (2%), y otros³⁴ (Ilustración 66). Es preciso señalar que la concentración en el sector agropecuario, compuesto en 98% por las exportaciones desde ZED Paita, responde a la vocación productiva de la región Piura, donde el 44% de sus exportaciones estuvo constituido por el sector agro y sus derivados en 2024.

³⁴ Incluye sectores de minería no metálica y sidero-metalúrgico.

Ilustración 66. Sectores de exportación en las ZEE, 2024



Fuente: Administraciones de las ZEE
Elaboración: Propia

Las mercancías que se producen y exportan desde las ZEE corresponden en su mayoría a **manufactura primaria, asociadas** con el sector agroindustrial. Por otro lado, la manufactura no primaria se encuentra liderada por un pequeño grupo de empresas dedicadas a la elaboración de productos químicos para la agricultura y minería, productos farmacéuticos y de la industria alimentaria.

Lo antes expuesto pone en evidencia que las ZEE no han contado con un plan de desarrollo que haya priorizado sectores estratégicos basados en las ventajas competitivas locales, presentando a la fecha un desarrollo productivo acotado y con un bajo impacto en la generación de empleo, tal como demuestra la Tabla 16.

Tabla 16. Impacto del empleo generado en ZEE en las regiones, 2023 (Miles de personas)

Región	PEA ocupada	Empleo ZEE	Impacto ZEE
Piura	1 124,4	1,51	0,13%
Tacna	201,1	1,11	0,55%
Arequipa	722,4	0,20	0,03%
Moquegua	98,7	0,13	0,13%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática y Administraciones de las ZEE
Elaboración: DZEE

3.2.5. Causa directa 5: Insuficientes capacidades de los actores del comercio exterior

El PENX 2025 definió la generación de capacidades como las reglas y normas efectivas de conducta profesional y empresarial para enfrentar la globalización (MINCETUR, 2015).

Asimismo, resaltó como los principales retos en dicho ámbito la necesidad de fortalecer competencias acordes a las necesidades del mercado, la importancia de contar con una red de apoyo al comercio, la relevancia de generar capacidades en el empresariado para adquirir competencias que contribuyan a su productividad.

Para aprovechar las oportunidades comerciales y contribuir al desarrollo del comercio exterior, es crítico contar con capacidades adecuadas por parte de todos los actores relevantes. El comercio exterior es altamente competitivo, con competidores y consumidores de todo el mundo, con distintos niveles de desarrollo y exigencias, respectivamente. Por tal motivo, las capacidades son críticas para mejorar la supervivencia de las empresas exportadoras y para que mantengan su presencia en los diferentes mercados que les ofrecen oportunidades comerciales³⁵.

De acuerdo con el modelo conceptual de desarrollo de comercio exterior, el nivel de capacidades de los actores del comercio exterior tiene implicancias transversales en todos los componentes del modelo. Dichas capacidades de los actores redundan en su posibilidad de aprovechar los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales (Causa Directa 1), en los conocimientos y manejo de la facilitación del comercio para mejorar la logística del comercio exterior (Causa Directa 2), en su capacidad de diversificar e introducir elementos de sostenibilidad en su oferta exportable (Causa Directa 3) y de participar en Zonas Económicas Especiales (Causa Directa 4).

No se requiere de capacidades fortalecidas únicamente en el caso de las empresas sino también de otros actores institucionales para el comercio exterior, especialmente en el ámbito regional. Diversas entidades juegan un rol importante de soporte a las empresas vinculadas al comercio exterior, las entidades públicas a nivel central, los gobiernos regionales y municipales, los gremios empresariales y asociaciones de productores, y el sector académico.

Las insuficientes capacidades de los actores del comercio exterior en el Perú están vinculadas a un escaso uso de tecnologías digitales para el comercio exterior, un insuficiente desarrollo del capital humano para el comercio exterior, limitadas capacidades de gestión para el comercio exterior³⁶ y brechas de optimización de la gobernanza en el comercio exterior, estas conclusiones surgen de los talleres participativos realizados con representantes de entidades miembros de la Comisión Multisectorial Mixta Permanente del PENX. A continuación, se tiene a bien contextualizar las causas indirectas antes mencionadas:

Causa Indirecta 5.1: Escaso uso de tecnologías digitales para el comercio exterior

La tecnología juega un rol cada vez más importante en el desarrollo del comercio internacional. En un mundo globalizado, la acelerada expansión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tiene un fuerte impacto en la forma de realizar operaciones de comercio exterior. El uso de las TIC es aplicable a cada etapa de la cadena de valor de bienes y servicios, incluyendo en aspectos como la producción, trazabilidad, trámites y autorizaciones, distribución y comercialización, entre otros. El uso de herramientas digitales como blockchain, big data y la inteligencia artificial generan oportunidades que deben ser aprovechadas por las empresas, autoridades y otros actores del comercio exterior. En general, la digitalización es cada vez más importante en el comercio internacional, al generar una mayor eficiencia en los procesos, contribuir

³⁵ Elaboración propia a partir de: *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025*.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf?v=1581634885

³⁶ Malca (2015) Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú.

al desarrollo de nuevos productos (bienes y servicios), y generar nuevos canales de comercialización, como es el caso del comercio electrónico.

El comercio electrónico tiene una creciente importancia en el Perú. Según la UNCTAD (2023), si bien su desarrollo es aún incipiente, el Perú es uno de los principales mercados de comercio electrónico de América Latina y el Caribe. Según la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE, 2024), el tamaño del mercado online del Perú superó los US\$ 12 mil millones el 2023, con la participación de 330 mil empresas y más de 15 millones de consumidores. Para aprovechar estas oportunidades, es importante tener en consideración que la adopción y el uso del comercio electrónico no son automáticos: requieren capacidades empresariales y un entorno político propicio para su desarrollo (Suominen, 2019, p. 8). En la región, el Perú se encuentra en el sexto lugar en la participación en las ventas totales de comercio electrónico de América Latina y el Caribe, con una participación de 6,2%. Los principales países son Brasil (30%), México (29%), Argentina (7%), Colombia (7%) y Chile (6,3%) (Statista, 2022).

El comercio digital acelera el proceso de transformación económica a través del aumento de la productividad, competitividad, emprendimiento y oportunidades laborales. En particular, el internet, como herramienta imprescindible para el desarrollo del comercio digital, facilita las transacciones comerciales, reduce los costos de comunicación entre importadores y exportadores e influencia la diversificación (Gnangon, 2020). Asimismo, reduce las barreras de entrada a la exportación.

Las empresas que no aprovechen el uso de tecnologías digitales pierden competitividad. El sector de comercio exterior es altamente competitivo a nivel mundial, por lo que es necesario que las empresas manejen sus costos, procesos y tiempos de manera eficiente. Adicionalmente, se requiere del uso de tecnología para acceder a múltiples recursos para el comercio exterior, incluyendo información sobre mercados existentes y potenciales. El rol de la tecnología es particularmente relevante para el desarrollo del comercio de servicios.

En el Perú, el uso de tecnologías digitales para el comercio exterior es aún incipiente. Según datos de PRODUCE (citado en UNCTAD, 2023), el 89% de las MIPYME peruanas tiene un nivel inicial o menor de digitalización. Pocas empresas invierten en capacitación en el uso de las TIC y muchas se encuentran restringidas por la falta de recursos. El “Test del Exportador”, herramienta de diagnóstico exportador de PROMPERÚ, realizado a más de 3 500 empresas exportadoras y potenciales exportadoras hasta la fecha, identifica a la gestión digital – la utilización y adopción de nuevas tecnologías y herramientas digitales como parte de una estrategia internacional para mejorar la competitividad y la apertura de nuevos mercados – como una debilidad en la gestión de las empresas. Así, en el año 2023, solo el 58,3% de las empresas que tomaron el test manifestaron haber implementado la gestión digital.

Causa Indirecta 5.2: Insuficiente desarrollo del capital humano para el comercio exterior

El escenario internacional requiere que los profesionales demuestren competencias para hacer negocios con otros países. De acuerdo con A. Pérez (2019), “los profesionales requieren contar con información de los consumidores, intermediarios, canales de comercialización, hábitos y costumbres de los consumidores; estrategias de servicio al cliente; estrategias de promoción o publicidad en el mercado internacional a través de ferias y misiones comerciales y otras estrategias, apoyado de la tecnología, los consumidores cada vez más informados y exigentes que buscan satisfacer sus expectativas con proveedores de todo el mundo; quienes pugnan por la competitividad”.

Muchos países pierden los beneficios del comercio internacional debido a la escasez del capital humano necesario para absorber los flujos de conocimiento que provienen de él. Según Isaksson (2002), un análisis de regresión respalda la idea de que el capital humano es un elemento importante en el vínculo entre el comercio y el crecimiento. Asimismo, según Rodríguez-Martínez (2013), las empresas que logran ser líderes de los mercados internacionales combinan factores relacionados a habilidades, conocimiento, información aplicada y también la capacidad de capitalizar las oportunidades presentadas en el mercado doméstico o internacional.

La falta de conocimientos no codificables, como la capacidad de gestión, es una limitación común para las MIPYME, especialmente en las economías en desarrollo (Sok et al., 2020; Bloom et al., 2012). Estas empresas enfrentan limitaciones en sus recursos gerenciales debido a limitaciones de tiempo, de información y, lo más importante, escasez de profesionales especializados (Manaresi et al., 2022).

Las insuficientes capacidades de los actores del sector comercio en Perú limitan su crecimiento, competitividad y sostenibilidad, a través de una productividad laboral reducida, baja calidad de productos y servicios, innovación limitada, dificultad para cumplir con las regulaciones y normativas internacionales vigentes, falta de adaptación a cambios tecnológicos, y una gestión comercial ineficiente; todo lo cual genera dificultades para afrontar un proceso de internacionalización adecuado (BID, 2019a). Esto ha derivado en que la mayor parte de las empresas exportadoras peruanas sean exportadoras esporádicas, empresas que exportan y luego abandonan la comercialización internacional de sus productos o servicios (Malca Guaylupo & Rubio Donet, 2013). En tal sentido, dada la heterogeneidad de las empresas peruanas, resulta muy importante identificar las necesidades reales de capacidades de exportación de las empresas usuarias de los programas de promoción de exportaciones (Malca & Bolaños, 2018).

En el caso peruano, la falta de experiencia y conocimiento relacionados a la gestión de la comercialización internacional se configura como barrera a la exportación para las empresas. Malca & Rubio (2015) identifican, adicionalmente, la falta de personal dedicado al planeamiento exportador como una debilidad estructural, resaltando la necesidad de especializar recursos humanos en el ámbito de las exportaciones y de la internacionalización de la empresa. Los investigadores destacan también la importancia, para la supervivencia de las MIPYME exportadoras y con potencial exportador en el Perú, de que los primeros despachos realizados sean libres de errores en los procedimientos y/o trámites de comercio exterior, a fin de evitar sobrecostos o sobretiempos. Asimismo, los investigadores destacan la necesidad de contar con competencias idiomáticas y un buen manejo de la diversidad cultural. Al respecto, el CIEN-ADEX (2023) resalta también la importancia de priorizar la enseñanza del idioma inglés para formar a los próximos líderes comerciales.

Asimismo, las actividades productivas vinculadas al comercio exterior requieren de una mano de obra técnica especializada, demanda que en la actualidad no viene siendo suficientemente atendida por la oferta educativa / formativa en el Perú. De acuerdo con Smeck et al. (2019), la educación dual puede ser una herramienta poderosa para cerrar la brecha de habilidades, haciendo que la educación sea más relevante para las necesidades del mercado, fomentando una colaboración público-privada más estrecha y proporcionando a los jóvenes habilidades concretas y experiencia laboral.

Recuadro 2

Test del Exportador

PROMPERU cuenta con una herramienta de diagnóstico exportador denominado “Test del Exportador”, con la cual evalúa el potencial exportador de las empresas que postulan a los

servicios de la institución. Entre el 2021 e inicios del 2024, se evaluó a más de 3 500 empresas exportadoras (nuevas, esporádicas y continuas) e interesados en exportar.

El Test del Exportador permite realizar un diagnóstico inicial sobre las capacidades de gestión de las empresas, cuyos resultados se observan en la Tabla 19. La evolución en diferentes áreas de gestión dentro de las empresas peruanas puede ser explicada por el desarrollo de las empresas y la complejidad del mercado internacional.

Tabla 17. Nivel de implementación de gestión de las empresas según resultados del Test Exportador

	2021	2022	2023	2024
Gestión Digital	58,3%	54,8%	57,1%	54,1%
Gestión Financiera	60,0%	55,4%	59,8%	55,6%
Gestión de la Innovación	70,0%	64,9%	69,5%	66,7%
Gestión de la internacionalización	67,4%	61,7%	66,3%	61,9%
Gestión de Mercados	68,0%	62,2%	66,9%	61,4%
Gestión Logística	69,3%	64,3%	67,8%	64,0%
Gestión Productiva	82,6%	79,8%	84,2%	82,9%
Gestión de la Sostenibilidad	75,2%	69,8%	74,0%	71,9%

Fuente: PROMPERU

Las principales debilidades encontradas son:

- Gestión financiera: falta de recursos para áreas claves como la elaboración de estrategias de precios, análisis de riesgos financieros, administración de la deuda y gestión de cobros internacionales.
- Gestión digital: implica la utilización y adopción de nuevas tecnologías y herramientas digitales como parte de una estrategia internacional para mejorar la competitividad y la apertura de nuevos mercados.
- Gestión de la internacionalización: falta de interés en la penetración o desarrollo de nuevos mercados, la adaptación a diferentes culturas comerciales y la gestión de las relaciones internacionales.
- Gestión de mercado: falta de experiencia o interés en la apertura de nuevos mercados, los mismo que se dan por falta de personal o acceso a información que permita a las empresas priorizarla.

Los hallazgos del Test del Exportador guardan consistencia con el recojo de información realizado a través del diagnóstico de servicios para la RPE y las brechas identificadas por actores regionales y locales en el marco de los PERX.

Las limitaciones en la gestión del comercio exterior y los diversos factores que impactan las exportaciones son desafíos que las empresas deben enfrentar para alcanzar su competitividad en el mercado global. La optimización de recursos, la priorización de mercados internacionales, el desarrollo de estrategias y la búsqueda de apoyo son clave para superar estas dificultades.

Las capacidades de las empresas y personas varían de manera importante entre las regiones del país. Si bien no se cuenta con una medición de las capacidades específicamente para el comercio exterior en las regiones, el Índice de Competitividad Regional del Perú (ICRP) (CENTRUM,

2023), cuya puntuación máxima es 100, da luces de las capacidades regionales, a través de sus pilares de 1) Personas, que considera indicadores sobre la productividad, ambiente de negocios, habilidades gerenciales, innovación, y generación de empleo; y 2) Empresas, que considera indicadores sobre educación escolar, educación superior, formación laboral, logros educativos, y salud.

Tabla 18. *Índice de Competitividad Regional del Perú - ICRP 2023*

a) Pilar Personas		b) Pilar Empresas	
Región	Puntaje	Región	Puntaje
-		-	
-		-	
(1) Lima Metropolitana	67.1	(1) Loreto	67.4
(2) Moquegua	65.4	(2) Moquegua	63.4
(3) Arequipa	61.6	(3) Callao	61.4
(4) Tacna	55.4	(4) Ica	48.5
(5) La Libertad	53.1	(5) Lima Metropolitana	47.9
(6) Ica	47.7	(6) La Libertad	44.5
(7) Lima Provincias	46.2	(7) Áncash	42.8
(8) Callao	45.8	(8) Cajamarca	41.7
(9) Lambayeque	43.1	(9) Cusco	40.6
(10) Junín	39.2	(10) San Martín	40.2
(11) Áncash	39.2	(11) Arequipa	39.9
(12) Puno	38.5	(12) Tacna	39.2
(13) Tumbes	38.3	(13) Lima Provincias	38.4
(14) Pasco	37.3	(14) Amazonas	38.1
(15) Cusco	35.7	(15) Ayacucho	37.8
(16) Madre de Dios	34.4	(16) Pasco	37.6
(17) Piura	33.6	(17) Tumbes	37.0
(18) Apurímac	33.3	(18) Huánuco	36.0
(19) Ayacucho	31.0	(19) Junín	35.7
(20) Huancavelica	27.4	(20) Lambayeque	35.4
(21) Ucayali	25.8	(21) Apurímac	33.7
(22) San Martín	25.6	(22) Ucayali	33.5
(23) Amazonas	25.4	(23) Piura	32.5
(24) Cajamarca	24.0	(24) Puno	27.4
(25) Loreto	23.6	(25) Madre de Dios	26.2
(26) Huánuco	20.2	(26) Huancavelica	18.0

Fuente: CENTRUM-PUCP

Como se puede observar, en ambos casos, no existen regiones con altos niveles de competitividad. En el caso del pilar de Personas, se observa mayores capacidades en Lima

Metropolitana y Moquegua, mientras que las regiones de la selva peruana, así como Piura, Apurímac, Ayacucho, Huancavelica, Cajamarca y Huánuco, cuentan con niveles muy bajos de competitividad. En el caso del pilar de Empresas, Loreto lidera el ránking, mientras que las regiones de Apurímac, Ucayali, Piura, Puno, Madre de Dios y Huancavelica presentan niveles muy bajos de competitividad. Esto evidencia la necesidad de desarrollar políticas de fortalecimiento de capacidades en materia de comercio exterior con enfoque territorial, adaptándolas a las necesidades de cada región.

Las necesidades de desarrollo de capital humano para el comercio exterior pueden dividirse en dos grupos. El primero tiene que ver con la necesidad de promover una **cultura exportadora** en el sector empresarial peruano, lo cual involucra un fortalecimiento de capacidades del empresariado en general para que incorporen una visión de comercio exterior en sus operaciones y cuenten con conocimientos sobre asuntos vinculados a políticas y regulaciones vinculadas al comercio, y mecanismos de facilitación del comercio, entre otros. En particular, contando el Perú con una amplia red de acuerdos comerciales que lo vinculan con las principales economías mundiales, es necesario que la población conozca de los beneficios que estos traen y cuenten con un entendimiento general acerca de su funcionamiento. En este rubro se encuentran también las necesidades de capacitación en temas organizacionales, tales como el fortalecimiento de la asociatividad. Por su naturaleza, estas necesidades requieren de la participación y aportes de múltiples actores y sectores. El segundo grupo de necesidades comprende la **generación de capacidades para la exportación** en el sector empresarial, que son necesidades de conocimientos más especializados, y que requieren de un acompañamiento más cercano a las empresas y un seguimiento para determinar que se hayan logrado los cambios deseados. Este rubro incluye las necesidades de asistencia técnica para el logro de certificaciones, generación de imagen corporativa, entre otros mecanismos que permitan a las empresas diferenciar su oferta para la exportación.

Con relación a la cultura exportadora, se ha identificado que los programas, herramientas y/o medidas que el Estado desarrolla no llegan oportunamente a las empresas, por falta de una estrategia de difusión y/o mecanismos de flujo de información, un limitado acceso a la información por parte de las empresas, falta de tecnología, entre otros. Por tal motivo, es importante generar una estrategia de difusión y aplicación de dichos programas de manera exitosa y progresiva, que la información se despliegue hacia las regiones del Perú y que cada programa cumpla el objetivo general; beneficiar y fortalecer a la empresa peruana en materia de comercio exterior. La OMC y OECD (2017), por ejemplo, menciona que la asimetría informativa sobre servicios logísticos de comercio exterior ocasiona altos sobrecostos en las operaciones de exportación e importación. En ese sentido, el acceso y transparencia de la información, permite que los agentes que intervienen en este tipo de operaciones puedan tomar decisiones más informadas al momento de contratar servicios logísticos para el desarrollo de sus operaciones. Así, el intercambio de información entre los distintos agentes y organismos que participan en la cadena logística de comercio exterior contribuye a reducir costos de coordinación y transacción desde la fase de producción hasta la de consumo. De manera similar, cuando se pone en vigencia un nuevo acuerdo preferencial cabe preguntarse si se capacita en profundidad a los despachantes o agentes de aduaneros y a las entidades certificadoras sobre las implicancias de los artículos del capítulo origen. Ambos operadores constituyen el eslabón entre las aduanas y los productores/exportadores, razón por la cual, debería ser prioritario que se realicen cursos de capacitación que permitan generar una masa crítica de expertos en materia de origen. Es imprescindible actualizarlos con la finalidad de fomentar capacitadores. El rol de ellos se potencia al momento de entrar en vigencia un acuerdo, pues son el medio para asesorar sobre un tema nuevo a los usuarios del acuerdo (Cornejo, 2022).

En los PERX se identificó brechas en materia de cultura exportadora de empresas, estudiantes y público en general. Entre las brechas identificadas por los actores regionales destacan las capacidades para cumplir los requerimientos de certificaciones de inocuidad y calidad para la exportación, la generación y gestión de capacidades empresariales, conocimiento sobre normas técnicas, gestión productiva, herramientas para el comercio exterior. A tal efecto, se identificaron acciones y capacitaciones específicas a realizar en el marco de la implementación de los PERX para abordar estas brechas (MINCETUR, s. f.).

Con relación a la generación de capacidades para la exportación, se necesita una oferta laboral acorde a las necesidades de la estructura productiva, comercial y logística nacional. Diferentes eslabones de las cadenas de valor del comercio exterior requieren de conocimientos especializados, y es necesario que las entidades de formación desarrollen capital humano técnico y profesional que pueda satisfacer dichas necesidades.

A través de los PERX, los actores regionales identificaron sus necesidades en materia de capacitación especializada, resaltando la necesidad de contar con asistencia técnica en gestión de cosecha y post-cosecha, desarrollo de planes de negocios, asociatividad, manejo de plagas, gestión de calidad, trazabilidad, postulación a fondos concursables, gestión para la exportación, certificaciones y buenas prácticas, entre otros. Por su parte, el Test Productivo-Exportador de la RPE, que durante el 2023 atendió a empresas de 14 regiones, evalúa el nivel de las capacidades de las organizaciones (empresas, asociaciones y cooperativas) admitidas según tres aspectos: desarrollo productivo, gestión empresarial y comercio exterior. De la muestra de 159 empresas que completaron el test durante la primera convocatoria de la RPE el año 2023, el 97% identificó la necesidad de contar con servicios vinculados al comercio exterior, el 74% con servicios relacionados al desarrollo productivo, y el 86% de servicios de gestión empresarial.

En los últimos años se ha desplegado esfuerzos importantes en el fortalecimiento de capacidades de los actores del comercio exterior. Diversas iniciativas apuntan al fortalecimiento de capacidades de las empresas para el comercio exterior, con un enfoque especial en las MIPYME. Se consolidó un Programa de Fortalecimiento de Capacidades para MIPYME exportadoras y con potencial exportador, en base a un catálogo de servicios del MINCETUR, atendiendo a más de 7 mil participantes en 24 regiones. Se impulsó la Ruta Exportadora de PROMPERÚ, con el desarrollo de 5 rutas exportadoras especializadas, y se brinda capacitación permanente en materias vinculadas a reglas de origen, zonas económicas especiales, medidas sanitarias y fitosanitarias, entre otros. Asimismo, se ha implementado la realización de ruedas financieras, cuyo objetivo es articular a entidades que brindan financiamiento y empresarios exportadores con necesidades de recursos para sus proyectos de internacionalización. A través de la Ruta Productiva Exportadora - RPE, se brinda asistencia técnica especializada según las necesidades identificadas para cada empresa, cooperativa o asociación beneficiada. Es importante resaltar también el trabajo que realizan los gremios en la capacitación, intercambio de experiencias y transferencia de conocimientos a sus asociados y el público en general. Asimismo, se potenció el Curso de Negociaciones Comerciales Internacionales para la formación de capital humano especializado en tópicos de negociaciones comerciales.

Si bien se ha implementado un enfoque territorial en el fortalecimiento de capacidades en comercio exterior, es tarea pendiente transversalizar el enfoque de género y de interculturalidad. Si bien estos enfoques guardan relevancia en todos los aspectos de la política comercial, son de especial importancia en el fortalecimiento de capacidades. Si bien se cuenta con información limitada acerca del impacto del comercio y de la política comercial en la igualdad de género en el Perú, es importante que el diseño de medidas de fortalecimiento de capacidades en

comercio exterior tome en consideración mejores prácticas implementadas en otros países u otros sectores para que dichas medidas sean más inclusivas y contribuyan al empoderamiento económico de la mujer peruana. De igual manera, se debe considerar aspectos como la inclusión de pueblos indígenas y minorías étnicas, así como la diversidad cultural y lingüística existente en el país, a efectos de diseñar estrategias adecuadas según el público objetivo.

Causa Indirecta 5.3: Insuficientes capacidades de los actores que brindan servicios de apoyo al comercio exterior

No solo las empresas requieren de capacidades fortalecidas, sino también los actores públicos y privados que brindan servicios de apoyo al comercio exterior, especialmente en las regiones. Tal como se ha identificado en el trabajo participativo público-privado de desarrollo e implementación de los PERX y otros instrumentos vinculados al sector, se requiere de capacidades fortalecidas también en las instituciones de apoyo al comercio exterior, particularmente de los funcionarios de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) y otras instancias regionales y locales que brindan soporte a las empresas vinculadas al comercio exterior; de las organizaciones (gremios, asociaciones, cámaras regionales) que prestan servicios y representan a empresas del comercio exterior; y funcionarios públicos o *policymakers* vinculados al comercio exterior.

El desarrollo de capacidades a nivel de los gobiernos regionales y locales es un desafío clave para lograr la implementación adecuada de la política de desarrollo de comercio exterior. En el marco del proceso de descentralización, el MINCETUR inició en el año 2004 la transferencia de funciones de su competencia: comercio exterior, turismo y artesanía, a los gobiernos regionales, proceso que concluyó el año 2006. El MINCETUR ha asumido la labor de apoyar a los Gobiernos Regionales en el desempeño de las funciones transferidas, a través de capacitaciones y asistencias técnicas, teniéndose un programa anual de adiestramiento en capacidades de comercio exterior, donde se capacitan a los funcionarios miembros de las direcciones o gerencias de comercio exterior regionales, lo que se complementa con capacitaciones periódicas puntuales dependiendo de la singularidad de cada materia así como de las necesidades y potencialidades de cada Región. Así, se ha desarrollado nuevas herramientas para el Programa de Fortalecimiento de Competencias para funcionarios públicos, destacando sesiones de inducción para funcionarios de los GOREs y GOLOs, uso de herramientas de comercio exterior y cursos especializados a través del aula virtual. Se establecieron los “martes de tópicos de comercio exterior” (reglas de origen, herramientas de inteligencia comercial, entre otros) para funcionarios regionales desde el año 2023.

Sin embargo, la alta rotación de funcionarios en los GOREs limita las capacidades de dichas instituciones de promover el desarrollo del comercio exterior. Los gobiernos regionales tienen una alta rotación de funcionarios, y/o los funcionarios encargados no cuentan con las capacidades profesionales para el desempeño de sus funciones (GIZ, 2013). Esto genera una necesidad permanente de capacitación, y limita sus frutos en el tiempo.

Las necesidades de fortalecimiento de capacidades en comercio exterior van más allá de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), sino que, dada la naturaleza multisectorial del comercio exterior y a efectos de atender adecuadamente las necesidades de las diferentes cadenas productivas-exportadoras, es necesario que otros actores nacionales y regionales estén capacitados en comercio exterior. Esto incluye a funcionarios del sector agricultura, producción, entre otras, pues se ha identificado que los mismos cuentan con limitadas capacidades en comercio exterior, lo que limita su capacidad de priorizar cadenas productivas con potencial exportador, o tener criterios comerciales para la elección de proyectos a

financiar bajo sus iniciativas y programas de apoyo. Adicionalmente, es necesario contar con capacidades fortalecidas en los gobiernos locales. Dadas las limitaciones de distancia y recursos para llegar a ellos, se ha desarrollado un Aula Virtual para la capacitación de promotores de comercio de forma asincrónica, el mismo que se viene expandiendo con nuevos cursos.

Desde el MINCETUR, se ofrecen servicios de fortalecimiento de capacidades en materia de comercio exterior a funcionarios del sector público. Por ejemplo, desde el 2020 se brindan capacitaciones a las autoridades sanitarias y los reguladores con respecto a los compromisos internacionales que tiene el Perú bajo los Acuerdos MSF y OTC en aras de mejorar el entendimiento de los mismos. Estas capacitaciones permiten una mejor comprensión por parte de las autoridades acerca de las implicancias que pueden tener las medidas OTC y MSF que establezcan a fin de evitar barreras innecesarias al comercio internacional.

Por otro lado, resulta estratégico contar con actores privados capacitados. A través de los Comités Ejecutivos Regionales Exportadores (CERX), se congrega a los principales actores públicos y privados vinculados al comercio en cada región, incluyendo gremios, organizaciones no gubernamentales, y representantes del sector académico. El MINCETUR promueve el fortalecimiento de los CERX para impulsar su rol como promotores del comercio exterior.

Causa Indirecta 5.4: Brechas de optimización de la gobernanza en el comercio exterior

La naturaleza transversal del comercio exterior hace necesaria una estrecha articulación multisectorial y entre el sector público y privado a fin de impulsar su desarrollo. Teniendo a la empresa como actor central en el comercio exterior, la política comercial debe construirse teniendo como objetivo el desarrollo de un entorno propicio para esta actividad, identificando necesidades, barreras y retos que enfrentan las unidades de negocios. Por tal motivo, una estrecha articulación con gremios y asociaciones de productores y de comercio exterior es necesaria. A nivel público, las políticas para el desarrollo, competitividad y facilitación del comercio requieren de la articulación de medidas con sectores relevantes, entre ellos, el MEF, PRODUCE, MIDAGRI, MTC, RREE, MINAM, MINSA, PCM, así como sus órganos adscritos, destacando el SENASA, DIGESA, DIGEMID, SANIPES, INDECOPI, CNCF y SERFOR, entre otros; los representantes de gremios y asociaciones del sector privado vinculado al comercio exterior; y Gobiernos Regionales y Locales.

Dado la multiplicidad de actores públicos y privados relacionados al comercio exterior, resulta fundamental el fortalecimiento de una gobernanza que permita establecer mecanismos claros y efectivos de coordinación y articulación interinstitucional entre dichos actores, para el diseño y concreción de la política en comercio exterior, en atención problemática relacionada al sector.

Al respecto, según Devlin & Moguillansky (2010a):

“Las estrategias e intervenciones más exitosas del Estado surgen de un proceso social de estrecha alianza entre el sector público y el sector privado. Esto obedece a que en el mundo cambiante y competitivo de la globalización cada parte tiene (o podría crear), en cierta medida, la información necesaria para identificar las restricciones de mercado, institucionales y de aptitudes que deban superarse a través de estrategias de apoyo, pero ello involucra necesariamente una comprensión menos completa que la que puede lograrse uniendo esfuerzos y llevando a cabo una labor coordinada. Además, la gobernanza de la alianza debe estar al servicio del bienestar público, lo que significa que, si bien el Estado debe colaborar estrechamente con el sector privado, debe

someterse a procedimientos y mecanismos que eviten su captura por intereses especiales.”

El sector comercio exterior ha liderado y articulado diversas iniciativas con diferentes actores. Desde el desarrollo del PENX 2003-2013, el MINCETUR ha impulsado la coordinación interinstitucional, estableciendo la Comisión Multisectorial del PENX en el primer esfuerzo de planeamiento estratégico multisectorial de dicha dimensión en el Perú. Asimismo, en la agenda de negociaciones comerciales internacionales que lidera el MINCETUR, se coordina las posiciones nacionales con los sectores competentes, recogiendo también información de parte del sector privado, e informando permanentemente a actores relevantes sobre el avance en dichos procesos de negociación. El sector ha impulsado la creación de espacios de articulación multisectorial como: los Comités Regionales de Exportación (CERX), la COMUFAL, del Comité Multisectorial de Desarrollo del Comercio de Servicios, el Comité Multisectorial de Mercados Internacionales, la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, entre otros.

No obstante, aún es necesario fortalecer la articulación multisectorial y, sobre todo, generar y aprovechar sinergias en la coordinación, cooperación y colaboración para aprovechar las capacidades conjuntas y lograr atender las líneas de desarrollo dispuestas para atender las causas directas e indirectas identificadas en la presente Política. Se debe implementar una mirada por procesos, evitando que las entidades públicas operen como compartimentos estancos. La Ruta Productiva Exportadora (RPE) es una iniciativa de prestación de servicios articulados por 11 entidades públicas a lo largo de la cadena productora-exportadora. Otros ejemplos exitosos son el Convenio de colaboración interinstitucional entre el MIDAGRI, MINSA y SENASA (Convenio N° 004-2016-MINAGRI-DM), que ha permitido la homologación de 25 modelos de certificados sanitarios para el comercio de alimentos de origen animal (15 para la importación y 10 para la exportación) y el desarrollo de protocolos sanitarios y fitosanitarios, que han facilitado el ingreso a más de 24 mercados a través de 74 protocolos para mercancías pecuarias y 85 protocolos para productos vegetales. Las iniciativas de esta naturaleza deben ser fortalecidas, afianzadas y escaladas para mejorar la competitividad de las empresas, cooperativas y asociaciones productoras peruanas, mejorar la eficiencia de los servicios públicos, generar sinergias en el sector público y acelerar el aprovechamiento de las oportunidades comerciales.

Se debe buscar también sinergias con el sector privado. Los gremios y asociaciones de productores y de comercio exterior, así como las cámaras de comercio regionales, son actores relevantes que tienen un importante alcance con las empresas, en especial las MIPYME, en diferentes zonas del país. Dichas organizaciones tienen iniciativas importantes de, entre otras, fortalecimiento de capacidades para actores del comercio exterior, por lo que resulta importante apalancar esfuerzos y buscar sinergias con dichas organizaciones a efectos de generar un mayor impacto de las políticas de desarrollo del comercio exterior. De igual manera, resulta necesario articular con el sector académico para nutrir las políticas públicas en comercio exterior.

3.3. Situación futura deseada

Para el año 2040, se ha logrado un significativo desarrollo del comercio exterior peruano, reflejado en un incremento de la participación del Perú en el comercio mundial de 0,23% a 0,3%³⁷. Este desarrollo es reflejo de los avances para superar

³⁷ Definido como la suma de las exportaciones e importaciones peruanas de bienes y servicios, dividido sobre la suma de la exportación e importación mundial de bienes y servicios (según datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT y la Organización Mundial del Comercio - OMC).

las barreras y limitaciones en el comercio exterior del país, que impedían la plena integración y aprovechamiento de oportunidades comerciales en la economía internacional. Como resultado de ello, el comercio exterior ha favorecido un crecimiento económico descentralizado, inclusivo y sostenible, generando un impacto positivo en el desarrollo y bienestar del país.

Al 2040, se ha transformado el panorama del comercio exterior en Perú. Las exportaciones e importaciones peruanas han mantenido una senda de crecimiento sostenido, y con ello, se amplía el nivel de apertura comercial y la participación del Perú en el comercio mundial; y la mejora de la eficiencia de la cadena logística del comercio exterior permite que el Perú afiance su participación en las cadenas regionales y globales de valor.

El Perú, gracias a su amplia red de acuerdos comerciales, continúa siendo un referente en materia de apertura comercial y de predictibilidad y respeto a las reglas del comercio e inversión, tanto en la región como en el mundo. La optimización y actualización de acuerdos comerciales existentes, así como la apertura a nuevos mercados a través de la negociación de nuevos acuerdos, permite al Perú adaptarse a escenarios cambiantes en comercio internacional y genera mayores oportunidades de negocios para las empresas peruanas³⁸, permitiéndoles incrementar sus operaciones de comercio exterior y conectarse con mercados de diferentes niveles de desarrollo e ingresos así como con diferentes estructuras productivas y de consumo, a través de su participación en cadenas de valor regionales y globales; contribuyendo a un mayor crecimiento y bienestar de la población. Es así, que para el 2040, se espera contar con acuerdos comerciales vigentes con más de 65 socios alrededor del mundo.

El aprovechamiento de estas oportunidades se facilita a través de una mayor difusión de los beneficios de los acuerdos comerciales entre las empresas vinculadas al comercio exterior y la población en general; así como de una mayor y mejor disponibilidad de recursos de inteligencia y vigilancia de mercados internacionales, que permite a las empresas contar con información especializada y estratégica sobre las tendencias de mercado, productos, oportunidades y potenciales barreras para el comercio, para una adecuada toma de decisiones. Así, se busca lograr que el 95% del comercio peruano se realice con países con los que el Perú tenga un acuerdo comercial.

Los mecanismos de especializados de promoción comercial permiten conectar a las empresas peruanas con compradores internacionales interesados en la oferta exportable peruana de bienes y servicios, ampliando las oportunidades de negocios internacionales, y fortalecen el posicionamiento de dicha oferta en el exterior; coadyuvando a la diversificación de la oferta exportable y de los mercados de destino de las exportaciones peruanas, así como a la internacionalización de las empresas, en especial de las MIPYME. Además, las capacidades desarrolladas en materia de gestión exportadora en las empresas exportadoras y con potencial exportador, permiten que para el 2040, se aumente en más de 15% el número de empresas exportadoras consolidadas³⁹, es decir, aquellas que registran exportaciones al menos 5 años consecutivos.

³⁸ Incluidas organizaciones de productores con potencial exportador.

³⁹ Con respecto al año 2024.

Asimismo, el trabajo técnico y desarrollo de información por parte de las autoridades competentes, sumado a la armonización de normas y participación activa del Perú en mecanismos bilaterales, regionales y multilaterales de comercio exterior, facilita la superación de barreras comerciales y la capacidad de adecuación y respuesta de las empresas peruanas para dar cumplimiento a las medidas no arancelarias establecidas en el exterior. Este trabajo favorece no solo el acceso de las exportaciones peruanas a los mercados internacionales, sino también el desarrollo de las importaciones del país, beneficiando a las empresas peruanas con un mejor acceso a insumos de calidad, tecnología, bienes de capital y servicios importados, así como a los consumidores peruanos con el acceso a bienes de calidad a precios competitivos.

El desarrollo de infraestructura productiva y logística, y sus servicios a nivel nacional y regional dinamiza las economías regionales, facilitando el desarrollo de diversas cadenas productivo – exportadoras; no solo de productos agrícolas y mineros, sino de nuevos productos con valor agregado provenientes de distintos puntos del país. Sumado a ello, se amplía el número de empresas exportadoras regionales y se promueve su internacionalización a través de programas de fortalecimiento de capacidades articulados a lo largo de la cadena productivo-exportadora, así como de los actores que brindan servicios de apoyo al comercio exterior en las regiones. Así, las regiones mejoran su capacidad de aprovechar las oportunidades que genera el comercio exterior, logran un mayor dinamismo económico y aumentan su participación en las exportaciones peruanas. Una mayor inversión en infraestructura logística en puertos, aeropuertos y plataformas logísticas permite el desarrollo de infraestructura clave para las operaciones relacionadas al comercio exterior; esperando lograr al 2040, una reducción de la brecha logística en al menos S/ 45 mil millones, que permita una reducción de los costos logísticos, en favor de la competitividad y de un mayor aprovechamiento del comercio internacional por parte de las empresas peruanas.

Asimismo, la facilitación del comercio exterior genera avances significativos en áreas clave tales como el comercio transfronterizo sin papeles, gracias a la progresiva digitalización de los procedimientos de comercio exterior a través de la VUCE, y los avances en la interoperabilidad no solo interna sino con otras plataformas internacionales, y la optimización de procedimientos vinculados al comercio exterior a nivel nacional e internacional; generando ahorros, reduciendo ineficiencias, y brindando mayor competitividad en las operaciones de comercio exterior para las empresas peruanas. Se mantienen los riesgos de interrupción en la cadena logística a raíz de eventos climatológicos, conflictos sociales, crisis sanitarias o desastres de origen natural, pero sus efectos pueden ser mitigados gracias a planes de contingencia y una adecuada planificación e inversión en infraestructura resiliente tanto por las empresas como por entidades públicas; así como con el fortalecimiento de las entidades vinculadas al comercio exterior que han mejorado la articulación en la prestación de sus servicios.

En este contexto, los procedimientos mejorados y la interconexión de los pasos fronterizos fortalecen el comercio intrarregional, reduciendo también el contrabando, a través de una mejor fiscalización y actividades de promoción de formalización del comercio. Asimismo, se mitiga el riesgo que supone la inseguridad y los consecuentes costos enfrentados por las empresas, a través de una efectiva intervención articulada por las entidades competentes.

Lo anterior, sumado a la exitosa inserción del Perú en los mercados internacionales a través de su extensa red de acuerdos comerciales preferenciales y mayor dinamismo en las iniciativas de integración regional, permiten que el Perú se posicione como un hub para el comercio exterior en el Pacífico Sur.

La economía se ha fortalecido con la atracción de inversiones empresariales, al superarse progresivamente los desincentivos y obstáculos identificados para ello y haberse implementado una

agresiva agenda de promoción. Estas inversiones permiten fortalecer y ampliar la oferta exportable de bienes y servicios; sin embargo, se aún requiere mejorar el ambiente de negocios a fin de impulsar inversiones en sectores estratégicos basados en innovación y tecnología, que contribuyan a una efectiva inserción de Perú en las cadenas globales de valor.

Perú logra desarrollar una oferta exportable de bienes y servicios competitiva, diversificada, e innovadora y con mayor valor agregado; gracias a una mayor diversificación productiva en sectores con potencial como: agroindustria, manufacturas, pesca y acuicultura, servicios basados en conocimiento; y una mejorada capacidad de las empresas peruanas para cumplir con los requisitos exigidos por los mercados de destinos además de las normas técnicas y estándares internacionales, alcanzada a través de la implementación de políticas y programas multisectoriales de desarrollo productivo y comercial, así como un mejor acceso al financiamiento para el comercio exterior. El desarrollo de una oferta exportable con mayor valor agregado reduce la dependencia del Perú en los *commodities*, y el riesgo para la economía peruana de una abrupta caída de los precios internacionales de los mismos, haciéndola más resiliente.

El Perú se posiciona a nivel internacional como un proveedor competitivo de productos sostenibles y de alta calidad. Las empresas en la cadena de valor exportadora implementan progresivamente modelos de negocio sostenibles, incluyendo mecanismos de medición y reducción de sus impactos ambientales, economía circular, y otras buenas prácticas ambientales y sociales en sus procesos productivos y de comercio exterior. No obstante, se mantiene la necesidad de continuar acelerando la transición a modelos sostenibles, en línea con las mayores exigencias y regulaciones de los mercados de destino y las tendencias de consumo.

El desarrollo de una oferta exportable sostenible y su posicionamiento a nivel internacional, a través de una estrategia integral de desarrollo del comercio sostenible, beneficia especialmente a productores pequeños, comunidades nativas, mujeres y trabajadores, quienes se encuentran más integrados a las cadenas de valor de la exportación y mejoran sus ingresos. Aunado a la diversificación y sostenibilidad de la canasta exportadora, la misma se torna más resiliente gracias a la implementación de medidas de mitigación y adaptación al cambio climático, así como planes de contingencia frente a eventos climatológicos severos, especialmente en sectores más vulnerables, como el agrario.

El comercio de servicios, en particular la exportación de servicios basados en conocimiento, consolida su despegue, superando los US\$ 1700 millones de dólares, y el Perú logra posicionarse como uno de principales exportadores de servicios de la región de Latino América, aunque aún se encuentra rezagado frente a otros países en Asia o Europa. Las empresas de servicios pueden ampliar su capacidad de internacionalización e incrementar su competitividad en base al capital humano con competencias mejoradas, infraestructura digital y de telecomunicaciones de calidad, un marco regulatorio facilitador, mecanismos especializados de promoción comercial y capacitación, así como inteligencia comercial y un ecosistema de innovación fortalecido, que les permite aprovechar las oportunidades que brindan los acuerdos comerciales y los mercados internacionales. No obstante, se mantienen los retos de desarrollar capital humano especializado, así como de generar mayor valor agregado en base a la incorporación de tecnología e innovación en los servicios.

Los esfuerzos de formación y fortalecimiento de capacidades digitales en las empresas exportadoras de bienes y servicios facilitan el aprovechamiento de la transformación digital de la actividad económica, la cual mejora su competitividad y permite su adaptación a escenarios cambiantes; así como promueve el mayor aprovechamiento del comercio electrónico como canal para ampliar el comercio internacional. El aumento del comercio electrónico ha permitido a las

empresas peruanas llegar a consumidores de manera más directa y eficiente, gracias a un marco regulatorio facilitador que a su vez proteja a los consumidores, fomentando la confianza en las transacciones digitales, así como la mejora y el fortalecimiento de los servicios postales aplicables al comercio electrónico; impulsando así el aprovechamiento pleno de la apertura comercial.

Las Zonas Económicas Especiales (ZEE) se posicionan como mecanismos para impulsar el comercio exterior, la generación de valor agregado, empleo calificado, transferencia de conocimiento y diversificación de la oferta exportable, gracias a un marco regulatorio fortalecido, sectores estratégicos priorizados, una ubicación geográfica adecuada y con acceso a servicios competitivos para las empresas. Asimismo, el impulso a las sinergias entre las ZEE e infraestructuras productivas, logísticas y de servicios, permiten el desarrollo de clústeres industriales y de servicios en las regiones. Todo lo anterior redunda en una mayor participación del país en cadenas globales y regionales de valor.

El trabajo articulado entre las entidades públicas, con el sector privado, para la implementación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior permite alcanzar de esta situación futura deseada, y potencia el logro de los objetivos establecidos en materia del desarrollo nacional y posicionamiento económico de Perú hacia el año 2050, consolidándolo como una de las economías de mayor crecimiento en América Latina.

No obstante, cabe mencionar que el logro de esta situación deseada puede verse afectado por factores identificados en el análisis prospectivo realizado, incluyendo: mayores riesgos de conflictos geopolíticos, cambios en las políticas comerciales de socios comerciales que puedan llevar a retrocesos en la globalización, ocurrencias de eventos climáticos extremos y desastres de origen natural, automatización de la producción y de las operaciones de comercio, nuevas tecnologías disruptivas, entre otros.

Valor esperado y factible

Para determinar un valor numérico que refleje el futuro deseado de la PNMCE, se utiliza como indicador: la **Participación del Comercio Exterior del Perú en el Comercio Internacional**, medido como la suma de las exportaciones e importaciones peruanas de bienes y servicios, dividido sobre la suma de la exportación e importación mundial de bienes y servicios⁴⁰.

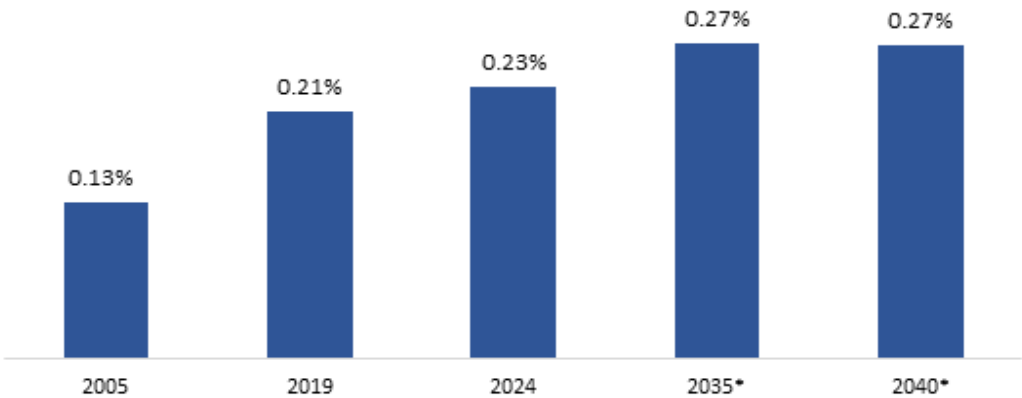
El indicador de participación del comercio exterior de bienes y servicios del Perú en el comercio internacional ha registrado una evolución favorable, pasando de 0,13% en 2005 a 0,23% en 2024, gracias a una política de apertura comercial que ha generado un marco predecible para el crecimiento del comercio y la inversión durante más de dos décadas, la misma que ha sido plasmada en los planes estratégicos nacionales de exportación (PENX) desde el año 2003.

Si bien el crecimiento de este indicador ha sido marcado durante este periodo, el mismo se ha mantenido estancado en los últimos años y se mantiene significativamente por debajo de otros países comparables por su tamaño de población (alrededor de los 30 millones de habitantes).

⁴⁰ Según la OMC "Informe sobre el Comercio Mundial, 2019" (nota al pie, página 16), el comercio mundial se calcula como el promedio de las exportaciones e importaciones mundiales. Por tanto, el cálculo de la participación del comercio de un país debe realizarse como el valor promedio del comercio exterior del país entre el valor promedio del comercio mundial de bienes y servicios; así, la expresión quedaría como:

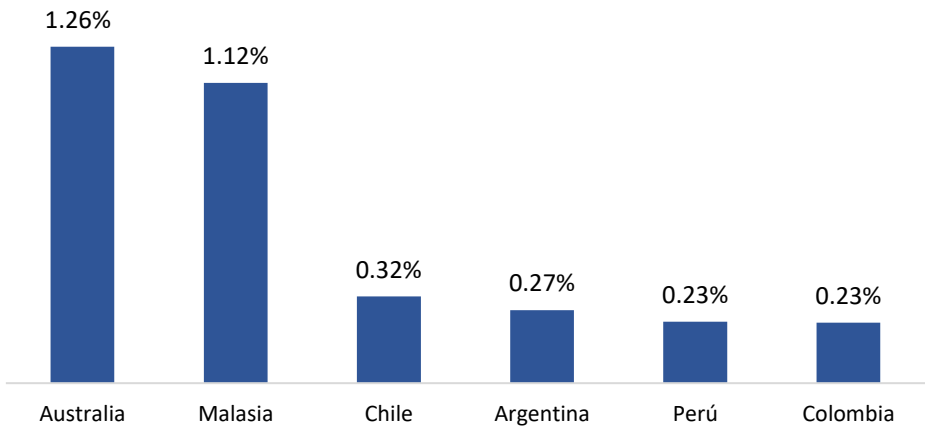
Así, si bien el Perú tiene una participación similar a la de países de la región como Argentina y Colombia, que tienen una población significativamente mayor a la peruana, en comparación con otros países como Australia y Malasia (con poblaciones de 27 millones y 33 millones de personas, respectivamente), se observa que estos registran una contribución al comercio mundial de bienes y servicios por encima del 1%. Asimismo, Chile, país con menor extensión territorial y con una población de 20 millones, tiene una participación en el comercio internacional de 0,32%, por encima de Perú (0,23%).

Ilustración 67. *Perú participación del comercio exterior de bienes y servicios en el comercio mundial (Part. %)*



Fuente: OMC, SUNAT / Elaboración: MINCETUR – VMCE – DGIECE

Ilustración 68. *Participación en el comercio mundial y comparación poblacional de países seleccionados*



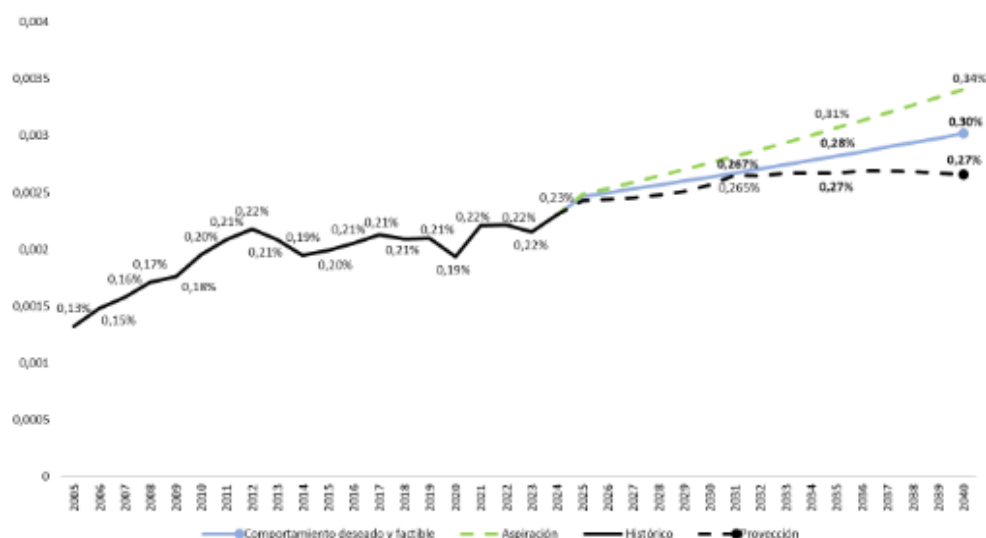
Indicadores	Australia	Malasia	Chile	Argentina	Perú	Colombia
Población						
Millones habitantes	27	33	20	47	34	53
Comercio de Bs y Ss						
US\$ Mil Millones	830	741	214	180	152	149
PBI						
US\$ Millones	1 797	420	330	632	289	419

Fuente: OMC, SUNAT, FMI/ Elaboración: MINCETUR - VMCE - DGIECE -DDPI

Esto evidenciaría que, sin perjuicio de los avances logrados, el Perú mantiene un potencial desaprovechado para posicionarse en el comercio internacional. En 2024, el valor nominal del comercio exterior de bienes y servicios del Perú alcanzó los US\$ 152 mil millones, representando 71% del comercio exterior chileno, 18% del de Australia y 20% del de Malasia. Estas cifras subrayan que, aunque el desempeño del Perú ha mejorado en este campo, su contribución al comercio mundial es todavía insuficiente.

Según proyecciones del MINCETUR del valor tendencial del indicador, se espera que la participación del Perú en el comercio mundial aumente de 0,23% en el año 2024 a 0,27% en el año 2040. Como valor aspiracional al 2040, se consideró 0,34% y como valor deseado y factible se estimó alcanzar el 0,30% del comercio mundial de bienes y servicios en el 2040.

Ilustración 69. Perú participación del comercio exterior de bienes y servicios en el comercio mundial (Part. %): Indicador Proyectado, Deseado/ Factible y Aspiracional



Fuente: SUNAT, OMC/ Elaboración: MINCETUR – VMCE – DGIECE

3.4. Aspiraciones de la Población

De acuerdo con la Visión del Perú al 2050⁴¹, el tercer pilar: desarrollo sostenible con empleo digno y en armonía con la naturaleza, representa la aspiración de la población para lograr un crecimiento económico continuo, sustentable y equitativo, con competitividad, empleo digno y respeto al medio

⁴¹ Representa las aspiraciones de toda la población y describe una situación futura de bienestar que queremos alcanzar en el país al 2050.

ambiente. Se destaca la importancia del esfuerzo conjunto del Estado, las empresas, los trabajadores y la academia en el marco de una economía social de mercado para alcanzar estos objetivos. Se resalta el éxito en diversos ámbitos, como la educación para generar talento humano calificado, la reducción del déficit en infraestructura, la creación de un clima político y jurídico favorable para atraer inversión privada, y el fomento de la innovación y la transferencia tecnológica.

El Perú se enfoca en diversificar su producción, incentivar la industria y el sector servicios, promover la asociatividad de las pequeñas unidades productivas y el valor agregado de bienes y servicios; e incrementar sus exportaciones, especialmente las no tradicionales. Se destaca la importancia de una producción limpia y sostenible que contribuya al crecimiento económico en condiciones de equidad social e intergeneracional. Además, se menciona el fortalecimiento de la capacidad del país para generar y utilizar conocimientos científicos y tecnológicos, así como el desarrollo de infraestructura para mejorar la conectividad y las capacidades productivas. Se promueve un marco propicio para la inversión privada que genere empleo digno y se trabaja en la formalización de actividades económicas para elevar la productividad y reducir la informalidad. Finalmente, se destaca el papel del planeamiento estratégico y las políticas de desarrollo basadas en las potencialidades y capacidades de los territorios para impulsar el crecimiento de las economías regionales y locales en armonía con el bien común y los valores sociales, culturales, económicos, políticos y ambientales.

Es importante destacar que, en el marco del proceso de elaboración de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, así como del trabajo continuo del MINCETUR y PROMPERÚ con empresas y autoridades vinculadas al comercio exterior en las diferentes regiones del país, se identificaron las expectativas y aspiraciones de los principales actores públicos y privados vinculados al comercio exterior. Al respecto, cabe resaltar que a través de los miembros del sector privado de la Comisión Multisectorial Mixta Permanente del PENX se canalizan las preocupaciones y aspiraciones de las empresas que son el público objetivo de la política.

Las principales expectativas y aspiraciones que plantean los actores con respecto al problema público se centran en lograr una inserción competitiva del país en los mercados internacionales; y, mediante ello contribuir al desarrollo económico y bienestar de la población.

Esto involucra:

- Que las empresas peruanas puedan incrementar su participación en el mercado mundial e integrarse exitosamente en las cadenas regionales y globales de valor, capitalizando al máximo las ventajas que generan los acuerdos comerciales vigentes y futuros. Se espera que, para el año 2040, el Perú logre un aumento sostenido de su comercio exterior, en particular de las exportaciones con valor agregado y diversificando sus mercados de destino. Asimismo, se espera que el país se posicione a nivel internacional como un proveedor importante de bienes y servicios de calidad, así como, un destino atractivo y seguro para las inversiones empresariales.
- Desarrollar una oferta exportable más diversificada, con mayor valor agregado, mayor nivel de sofisticación y sostenibilidad, abarcando una amplia gama de productos y sectores, contribuyendo así al crecimiento a largo plazo del comercio exterior peruano. Asimismo, los actores del comercio exterior aspiran a una mayor diversificación productivo-exportadora en todas las regiones del país, y un mayor escalamiento de los productos, fortaleciendo la articulación de las políticas e iniciativas de desarrollo productivo y exportador, y la colaboración entre gobierno las empresas y el sector académico en beneficio de la competitividad integral y exportadora del país.

- Contar con un entorno adecuado que facilite el comercio exterior en condiciones donde se reduzcan los costos y tiempos de las operaciones; que incluya una infraestructura logística moderna, eficiente, resiliente e interconectada; así como sistemas logísticos integrados y procesos digitalizados. Se prioriza la digitalización de los procedimientos y operaciones de comercio exterior.
- Contar con un entorno de negocios favorable con un marco regulatorio predecible, coherente y facilitador del comercio de bienes y servicios, y que promueva la competitividad y la generación de empleo en el sector. Por otro lado, los actores requieren la atención del Estado para combatir actividades ilícitas que afectan el comercio exterior, tales como la contaminación de la carga por el tráfico ilícito de drogas (TID) el contrabando y la subvaluación, para asegurar un comercio justo y transparente; así como hacer frente a la inseguridad en los diferentes eslabones de la cadena del comercio exterior. Por otro lado, los actores relevantes aspiran a contar con un entorno del comercio exterior que sea ágil, flexible y que se adapte rápidamente a un mundo cambiante, con relación a la digitalización y uso de nuevas tecnologías, mitigación y adaptación al cambio climático y resiliencia de cadenas de suministro, entre otros.
- Convertir a las zonas económicas especiales en plataformas de atracción de inversiones que impulsen los encadenamientos productivo-exportadores a nivel nacional, promoviendo el desarrollo de clústeres que generen una oferta exportable de bienes y servicios con alto valor agregado, y su integración con otras infraestructuras productivas logísticas y de servicios para generar corredores económicos que promuevan la competitividad del país.
- Descentralizar el comercio exterior y fortalecer el desarrollo regional, a fin de que el comercio exterior contribuya a mejorar las capacidades, sumar competitividad, generar empleo y reducir la pobreza en las regiones del Perú; a través de la inversión en infraestructura y el apoyo a la creación de la oferta de servicios logísticos regionales productos y servicios exportables específicos de cada región, aprovechando sus ventajas comparativas.
- Contar con actores públicos y privados capacitados y especializados en comercio exterior, capaz de enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado global; así como con una gobernanza fortalecida en el comercio exterior, garantizando un marco regulatorio claro, transparente y eficiente; así como medidas para mejorar la coordinación entre las instituciones públicas para enfrentar de manera efectiva posibles barreras comerciales y generar sinergias en sus políticas e intervenciones, y para promover la participación del sector privado en la formulación de políticas comerciales, y articular con la cooperación internacional para su implementación.

3.5. Alternativas de solución

Considerando la delimitación y estructuración del problema público, se formularon diversas alternativas de solución, en base a la situación actual y a los escenarios considerados, entendidas como posibles cursos de acción para enfrentar el insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país. De acuerdo con el modelo del problema público, se identificaron cinco causas directas que limitan la competitividad y el crecimiento sostenido del comercio exterior. Estas causas sirvieron como base para recopilar evidencia técnica mediante la revisión de instrumentos de política previos, estándares internacionales, estudios académicos, opiniones de expertos, entre otras fuentes, lo cual permitió sustentar y definir las alternativas propuestas.

Tabla 19. *Matriz para la identificación de alternativas de solución*

Causa directa	Situación actual / Escenario	Alternativas de solución	Criterio de identificación	Tipo	Estado
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país					
CD1. Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales.	Evidencia y buenas prácticas	Informativo	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Consolidar una red de inteligencia y vigilancia de mercados internacionales, que mejore la producción y difusión de información de mercados.	Evidencia y buenas prácticas	Informativo	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer mecanismos de monitoreo continuo para la prevención de barreras comerciales que afecten la importación y exportación de bienes, desde y hacia el territorio peruano.	Evidencia y buenas prácticas	Informativo	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Aprovechamiento de instrumentos internacionales vinculados al comercio y atención de posibles barreras comerciales	Evidencia y buenas prácticas	Informativo	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer la promoción comercial a fin de ampliar su alcance en término de empresas y sectores atendidos y de adaptar sus servicios a la madurez y nivel de consolidación de empresas de distintos tamaños.	Evidencia y buenas prácticas	Informativo	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Establecer mecanismos de atracción de inversiones para el desarrollo del sector de servicios, la mejora de la oferta exportable con componente tecnológico o de innovación, y la generación de encadenamientos productivos para la exportación.	Evidencia y buenas prácticas	Regulador	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Consolidar la apertura de mercados a través de la negociación de nuevos acuerdos comerciales, la optimización de acuerdos existentes, la negociación de protocolos sanitarios y fitosanitarios, y acuerdos de promoción de inversiones.	Evidencia y buenas prácticas	Regulador	Mejorada
CD2. Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior	Escenario: Cambio climático	Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub logístico sudamericano	Evidencia, buenas prácticas y estándares internacionales	Económico	Mejorada

Causa directa	Situación actual / Escenario	Alternativas de solución	Criterio de identificación	Tipo	Estado
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país					
	Escenario: Cambio climático	Fortalecer la conectividad multimodal y logística para el comercio exterior	Evidencia, buenas prácticas y estándares internacionales	Económico	Mejorada
	Situación actual	Incentivar el fortalecimiento de la conectividad nacional que facilite el desarrollo del comercio exterior.	Evidencia, buenas prácticas y estándares internacionales	Económico	Mejorada
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Facilitar las operaciones de comercio exterior en el país.	Soluciones innovadoras y estándares internacionales	Económico	Mejorada
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Modernizar los procedimientos de comercio exterior y los servicios logísticos para los usuarios del comercio exterior.	Soluciones innovadoras y estándares internacionales	Económico	Mejorada
	Situación actual	Brindar asistencia para el aprovechamiento de nodos logísticos regionales y su integración a los corredores logísticos Sudamericanos.	Evidencia y buenas prácticas	Económico	Mejorada
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Mejorar los servicios logísticos y la seguridad de la cadena logística.	Evidencia y buenas prácticas	Económico	Mejorada
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Implementar un sistema integral que adopte tecnologías para la gestión de procesos y el fortalecimiento de la seguridad en la cadena logística.	Soluciones innovadoras, buenas prácticas y estándares internacionales	Informativo	Mejorada
CD3. Limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior	Escenario: Crisis económica internacional	Diversificar la oferta exportable de bienes y servicios	Evidencia y buenas prácticas	Informativo	Mejorada
	Situación actual	Promover la asociatividad para el comercio exterior de bienes y servicios	Evidencia y buenas prácticas	Informativo	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo – exportador de bienes y servicios y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales	Evidencia y buenas practicas	Informativo	Mejorada
	Situación actual	Mejorar los mecanismos de identificación y/o desarrollo de oferta exportable de bienes y servicios.	Evidencia y buenas prácticas	Regulador	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer el financiamiento para el comercio exterior.	Evidencia y buenas practicas	Económico	Mejorada

Causa directa	Situación actual / Escenario	Alternativas de solución	Criterio de identificación	Tipo	Estado
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país					
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Promover la investigación, desarrollo e innovación en las instituciones académicas y en las empresas para el fortalecimiento del ecosistema para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios basados en el conocimiento.	Buenas prácticas, soluciones innovadoras	Económico	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional.	Generar una oferta exportable sostenible	Buenas prácticas, soluciones innovadoras	Informativo	Mejorada
	Escenario: Cambio climático.	Promover el desarrollo del comercio sostenible para las exportaciones.	Soluciones innovadoras	Económico	Mejorada
	Escenario: Crisis económica internacional.	Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana	Evidencia y buenas prácticas	Regulador	Mejorada
CD4. Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales para su participación en el comercio exterior	Escenario: Crisis económica internacional.	Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables.	Evidencia y buenas prácticas	Regulador	Mejorada
	Situación actual.	Establecer incentivos de carácter no tributario orientados a incrementar la competitividad de las empresas en las ZEE.	Estándar internacional	Económico	Mejorada
	Situación actual.	Mejorar la conectividad de las ZEE para fortalecer su participación en el comercio exterior.	Evidencia y buenas prácticas	Económico	Mejorada
	Situación actual.	Incentivar la inversión en infraestructura para la atracción de operadores y empresas generadoras de valor agregado en las ZEE.	Evidencia y buenas prácticas	Económico	Mejorada
	Situación actual.	Garantizar las condiciones favorables para la atracción de inversión en las ZEE	Evidencia, buenas prácticas y estándar internacional	Regulador	Mejorada
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Fortalecer el clima de negocios en las ZEE a través de plataformas tecnológicas.	Evidencia y buenas prácticas	Económico	Mejorada
	Situación actual	Fortalecer la conformación de clústeres en sectores estratégicos a través de la integración de las ZEE con infraestructura productiva, logística y tecnológica.	Evidencia, buenas prácticas y estándar internacional	Económico	Mejorada
CD5. Insuficientes capacidades de los actores para el comercio exterior	Situación actual.	Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio	Evidencia, buenas prácticas y estándar internacional	Económico	Mejorada

Causa directa	Situación actual / Escenario	Alternativas de solución	Criterio de identificación	Tipo	Estado
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país					
		exterior de bienes y servicios.			
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Fomentar la transformación digital y el comercio electrónico.	Evidencia y buenas prácticas	Económico	Mejorada
	Situación actual.	Desarrollar las capacidades de los actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	Evidencia, buenas prácticas y estándar internacional	Económico	Mejorada
	Situación actual.	Fortalecer el marco institucional, información y los mecanismos de articulación público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios; y para la toma de decisiones de política comercial.	Buenas prácticas y estándar internacional	Regulador e informativo	Mejorada
	Situación actual.	Generar información estadística en materia de comercio exterior de bienes y servicios, para la toma de decisiones de política comercial	Evidencia y estándar internacional	Informativo	Mejorada

Fuente: Elaboración propia

Selección de alternativas de solución

Del total de alternativas identificadas en las reuniones realizadas con los especialistas del Grupo de trabajo se realizó la evaluación de alternativas en función a su importancia y factibilidad por parte de los actores claves identificados.

Tabla 20. Matriz de criterios de evaluación

Criterio	Puntaje a asignar
Importancia	
Sin ninguna importancia	1
Poco importante	2
Duda	3
Importante	4
Muy importante	5
Factibilidad	
Nula	0
Débil	1
Moderado	3
Fuerte	5

Fuente: Ceplan

Para este proceso se utilizó como herramienta una encuesta en formato digital. En la siguiente tabla se presenta el resultado de la evaluación:

Tabla 21. Matriz de análisis de las alternativas de solución identificadas

Causa Directa	Situación actual / Escenario	Alternativa de solución	Importancia	Factibilidad	Lugar en la cadena de resultados	Clasificación (Reto, Inmediata, Menos Urgente)
CD1. Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales.	4.85	4.80	Resultado	Inmediata
	Escenario: Crisis económica internacional	Consolidar una red de inteligencia y vigilancia de mercados internacionales, que mejore la producción y difusión de información de mercados.	4.55	4.88	Producto	Inmediata
	Escenario: Crisis económica internacional	Aprovechamiento de instrumentos internacionales vinculados al comercio y atención de posibles barreras comerciales	4.15	3.50	Producto	Inmediata
	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer mecanismos de monitoreo continuo para la prevención de barreras comerciales que afecten la importación y exportación de bienes, hacia y desde el territorio peruano.	2.27	2.73	Producto	Innecesaria
	Escenario: Crisis económica internacional	Establecer mecanismos de atracción de inversiones para el desarrollo del sector de servicios, la mejora de la oferta exportable con componente tecnológico o de innovación, y la generación de encadenamientos productivos para la exportación.	4.70	4.55	Producto	Inmediata
	Escenario: Crisis económica internacional	Consolidar la apertura de mercados a través de la negociación de nuevos acuerdos comerciales, la optimización de acuerdos existentes, la negociación de protocolos sanitarios y	4.55	4.86	Resultado	Inmediata

Causa Directa	Situación actual / Escenario	Alternativa de solución	Importancia	Factibilidad	Lugar en la cadena de resultados	Clasificación (Reto, Inmediata, Menos Urgente)
		fitosanitarios, acuerdos, y acuerdos de promoción de inversiones. .				
	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer la promoción comercial, a fin de ampliar su alcance en términos de empresas y sectores atendidos, y de adaptar sus servicios a la madurez y nivel de consolidación de empresas de distintos tamaños.	4.55	4.81	Producto	Inmediata
CD2. Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior	Escenario: Cambio climático	Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub logístico sudamericano	4.85	4.60	Resultado	Inmediata
	Escenario: Cambio climático	Fortalecer la conectividad multimodal y logística para el comercio exterior.	5.00	4.59	Producto	Inmediata
	Situación actual	Brindar asistencia para el aprovechamiento de nodos logísticos regionales y su integración a los corredores logísticos Sudamericanos.	4.70	4.34	Producto	Inmediata
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Facilitar las operaciones de comercio exterior en el país.	4.80	4.70	Resultado	Inmediata
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Modernizar los procedimientos de comercio exterior y servicios logísticos para los usuarios del comercio exterior.	4.85	4.74	Producto	Inmediata
	Situación actual	Incentivar el fortalecimiento de la conectividad nacional que facilite el desarrollo del comercio exterior.	2.58	2.13	Resultado	Innecesaria
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Mejorar los servicios logísticos y la seguridad de la cadena logística.	5.00	4.68	Producto	Inmediata
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Implementar un sistema integral que adopte tecnologías para la gestión de procesos y el fortalecimiento de	1.97	2.10	Producto	Innecesaria

Causa Directa	Situación actual / Escenario	Alternativa de solución	Importancia	Factibilidad	Lugar en la cadena de resultados	Clasificación (Reto, Inmediata, Menos Urgente)
		la seguridad en la cadena logística.				
CD3. limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior	Escenario: Crisis económica internacional	Diversificar la oferta exportable de bienes y servicios	4.15	4.00	Resultado	Inmediata
	Situación actual	Promover la asociatividad para el comercio exterior de bienes y servicios.	2.12	2.03	Producto	Innecesario
	Situación actual	Mejorar los mecanismos de identificación y/o desarrollo de oferta exportable de bienes y servicios.	2.27	2.39	Producto	Innecesaria
	Escenario: Crisis económica internacional	Fortalecer el financiamiento para el comercio exterior.	2.12	2.03	Producto	Inmediata
	Escenario: Digitalización del comercio exterior	Promover la investigación, desarrollo e innovación en las instituciones académicas y en las empresas para el fortaleciendo del ecosistema para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios basados en el conocimiento.	4.85	4.70	Producto	Inmediata
	Escenario: Cambio climático	Promover el desarrollo del comercio sostenible para las exportaciones.	4.70	4.85	Producto	Inmediata
	Escenario: Crisis económica internacional	Generar una oferta exportable sostenible	4.70	4.45	Resultado	Inmediata
	Escenario: Crisis económica internacional	Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo – exportador de bienes y servicios, y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales.	4.70	4.57	Resultado	Inmediata
	Escenario: Crisis económica internacional	Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana	4.35	3.70	Resultado	Inmediata
CD4. Insuficiente atracción de empresas a las Zonas	Escenario: Crisis económica internacional	Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de	4.56	3.89	Resultado	Inmediata

Causa Directa	Situación actual / Escenario	Alternativa de solución	Importancia	Factibilidad	Lugar en la cadena de resultados	Clasificación (Reto, Inmediata, Menos Urgente)
Económicas Especiales para su participación en el comercio exterior		un entorno y condiciones favorables.				
	Situación actual	Establecer incentivos de carácter tributario orientados a incrementar la competitividad de las empresas en las ZEE.	4.85	4.61	Producto	Inmediata
	Situación actual	Mejorar la conectividad de las ZEE para fortalecer su participación en el comercio exterior.	2.58	1.89	Producto	Innecesaria
	Situación actual	Incentivar la inversión en infraestructura para la atracción de operadores y empresas generadoras de valor agregado en las ZEE.	4.25	4.57	Producto	Inmediata
	Situación actual	Garantizar las condiciones favorables para la atracción de inversión en las ZEE	4.25	4.46	Producto	Inmediata
	Escenario: Digitalización del comercio exterior.	Fortalecer el clima de negocios en las ZEE a través de plataformas tecnológicas.	2.42	1.89	Producto	Innecesaria
	Situación actual	Fortalecer la conformación de clústeres en sectores estratégicos a través de la integración de las ZEE con infraestructura productiva, logística y tecnológica.	4.08	4.51	Producto	Inmediata
CD5. Insuficientes capacidades de los actores para el comercio exterior	Situación actual	Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	4.30	4.21	Resultado	Inmediata
	Escenario: Digitalización del comercio exterior.	Fomentar la transformación digital y comercio electrónico en las empresas.	4.85	4.83	Producto	Inmediata

Causa Directa	Situación actual / Escenario	Alternativa de solución	Importancia	Factibilidad	Lugar en la cadena de resultados	Clasificación (Reto, Inmediata, Menos Urgente)
	Situación actual.	Desarrollar las capacidades de los actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	4.85	4.83	Producto	Inmediata
	Situación actual.	Fortalecer el marco institucional, información y los mecanismos de articulación público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios y para la toma de decisiones de política comercial.	4.85	4.70	Producto	Inmediata
	Situación actual.	Generar información estadística para la toma de decisiones de política comercial.	2.42	2.68	Producto	Innecesaria

Fuente: Elaboración propia en base a talleres con especialistas

Una vez realizado el puntaje a las alternativas de solución, el equipo de expertos del MINCETUR, con la asistencia técnica de CEPLAN, realizó una revisión de las alternativas seleccionadas, a efectos de establecer claramente su jerarquía y estructura en base a su ubicación en la cadena de resultados. La consolidación de este trabajo se ve reflejado en la Tabla N°9, Matriz de alternativas de solución seleccionadas.

Tabla 22. Alternativas de Solución

Causa Directa	Propuesta de opción estratégica	Clasificación (Reto, Inmediata, Menos Urgente)	Lugar en la cadena de resultados
CD1. Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales	P1: CD1: Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales.	Inmediata	Resultado
	P2: CI1.1 Consolidar una red de inteligencia y vigilancia de mercados internacionales, que mejore la producción y difusión de información de mercados.	Inmediata	Producto
	P3: CI1.2-CI1.5: Aprovechamiento de instrumentos internacionales vinculados al comercio y atención de posibles barreras comerciales	Inmediata	Producto
	P4: CI1.3: Establecer mecanismos de atracción de inversiones para el desarrollo del sector de servicios, la mejora de la oferta exportable con componente tecnológico o de innovación, y la generación de encadenamientos productivos para la exportación.	Inmediata	Producto
	P5: CI1.4: Fortalecer la promoción comercial, a fin de ampliar su alcance en términos de empresas y sectores atendidos, y de adaptar sus servicios a la	Inmediata	Producto

	madurez y nivel de consolidación de empresas de distintos tamaños.		
	P6: CD1: Consolidar la apertura de mercados a través de la negociación de nuevos acuerdos comerciales, la optimización de acuerdos existentes, la negociación de protocolos sanitarios y fitosanitarios, y acuerdos de promoción de inversiones. .	Inmediata	Resultado
CD2. Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior	P7: CD2: Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub logístico sudamericano	Inmediata	Resultado
	P8: CI2.1: Fortalecer la conectividad multimodal y logística para el comercio exterior.	Inmediata	Producto
	P9: CI2.3: Mejorar los servicios logísticos y la seguridad de la cadena logística.	Inmediata	Producto
	P10: CI2.4: Brindar asistencia para el aprovechamiento de nodos logísticos regionales y su integración a los corredores logísticos sudamericanos.	Inmediata	Producto
	P11: CD2: Facilitar las operaciones de comercio exterior en el país.	Inmediata	Resultado
	P12: CI2.2 -CI2.4: Modernizar los procedimientos de comercio exterior y los servicios logísticos para los usuarios del comercio exterior.	Inmediata	Resultado
CD3. limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior	P13: CD3: Diversificar la oferta exportable de bienes y servicios	Inmediata	Resultado
	P14: CI3.2: Fortalecer el financiamiento para el comercio exterior.	Inmediata	Producto
	P15: CI3.3: Promover la investigación, desarrollo e innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios basados en el conocimiento.	Inmediata	Producto
	P16: CI3.4: Promover el desarrollo del comercio sostenible para las exportaciones.	Inmediata	Producto
	P17: CD3 Generar una oferta exportable sostenible	Inmediata	Resultado
	P18: CI3.1: Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo-exportador de bienes y servicios y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales.	Inmediata	Producto
	P19: CD3: Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana	Inmediata	Resultado
CD4. Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales para su participación en el comercio exterior	P20: CD4: Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables.	Inmediata	Resultado
	P21: CI4.1: Establecer incentivos de carácter no tributario orientados a incrementar la competitividad de las empresas en las ZEE.	Inmediata	Producto
	P22: CI4.2: Incentivar la inversión en infraestructura d para la atracción de operadores y empresas generadoras de valor agregado en las ZEE.	Inmediata	Producto
	P23: CI4.2: Garantizar las condiciones favorables para la atracción de inversión en las ZEE.	Inmediata	Producto
	P24: CI4.3: Fortalecer la conformación de clústeres en sectores estratégicos a través de la integración de las ZEE con infraestructura productiva, logística y tecnológica.	Inmediata	Producto
CD5. Insuficientes capacidades de los actores para el comercio exterior	P25: CD5: Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	Inmediata	Resultado
	P26: CI5.1: Fomentar la transformación digital y comercio electrónico en las empresas	Inmediata	Producto
	P27: CI5.2 – CI 5.3: Desarrollar las capacidades de los actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	Inmediata	Producto
	P28: CI5.4: Fortalecer el marco institucional, información y los mecanismos de articulación	Inmediata	Producto

	público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios y para la toma de decisiones de política comercial.		

Fuente: Elaboración propia en base a talleres y opinión de expertos

4. OBJETIVOS PRIORITARIOS, LINEAMIENTOS Y SERVICIO CON ACTIVIDADES, INDICADORES Y LOGROS ESPERADOS

4.1. Objetivos prioritarios

La formulación de los objetivos prioritarios de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior responde a las causas directas identificadas en el problema público, y reflejan los cambios de mediano o largo plazo que se busca alcanzar en el horizonte temporal de la política para solucionar el problema público.

Tabla 23. *Objetivos prioritarios de la PNMCE*

Código	Causa Directa	Código	Objetivo Prioritario
CD1	Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales.	OP1	Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
CD2	Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior.	OP2	Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
CD3	Limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior.	OP3	Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.
CD4	Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales para su participación en el comercio exterior.	OP4	Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.
CD5	Insuficientes capacidades de los actores para el comercio exterior	OP5	Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.

Fuente: MINCETUR - Elaboración propia

Considerando la naturaleza compleja del problema público, en tanto el desarrollo del comercio exterior depende la interacción de distintas variables y componentes, que dependen de diversos sectores del sector público, además del entorno de negocios y el desempeño del sector empresarial exportador e importador peruano; el MINCETUR, como ente rector y responsable de la política de comercio exterior en el país, cumple el rol de liderar y coordinar el desarrollo e implementación de la PNMCE. De esta manera, se asegura una estrategia unificada, coordinada, articulada y coherente

en materia de comercio exterior, evitando la dispersión de responsabilidades, y asegurando un logro más eficiente y efectivo de los objetivos prioritarios y lineamientos trazados en la presente política.

Tabla 24. *Objetivos prioritarios de la PNMCE, responsables e indicadores*

Código	Objetivo Prioritario	Responsable del OP	Indicador del Objetivo Prioritario
OP1	Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.	MINCETUR - Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales.	Valor total de las exportaciones no minero energéticas al mundo.
			Valor de las exportaciones no minero energéticas dirigidas a países con los que se cuenta con acuerdos comerciales en vigencia.
OP2	Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.	MINCETUR - Dirección General de Facilitación de Comercio Exterior.	Indicador de Facilitación del Comercio (IFC)
OP3	Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.	MINCETUR - Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.	Número de subpartidas arancelarias no minero energéticas con montos de exportación mayores a un millón US\$ anual.
			Evolución del valor total de las exportaciones de servicios no tradicionales.
OP4	Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.	MINCETUR - Dirección General de Facilitación de Comercio Exterior.	Porcentaje de participación de las exportaciones de las empresas de las ZEE en las exportaciones nacionales.
OP5	Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.	MINCETUR - Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.	Número de empresas exportadoras consolidadas.
			Valor de las exportaciones totales realizadas por Mipyme

Fuente: MINCETUR - Elaboración propia

OP 1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país

El OP1 busca un mayor aprovechamiento de los acuerdos comerciales del Perú, que incluye la red de 23 acuerdos comerciales en vigor en Perú a agosto de 2025, así como futuros nuevos acuerdos

comerciales; así como de las oportunidades comerciales que surgen para las empresas peruanas en los mercados internacionales⁴². Cabe recordar, que los acuerdos comerciales del Perú brindan preferencias arancelarias para las exportaciones peruanas, de manera que estas puedan ingresar a los mercados de nuestros socios comerciales pagando menores aranceles (o arancel cero) que otros países competidores, generando así una ventaja competitiva para los productos peruanos en el exterior. Estas preferencias arancelarias también se aplican en el Perú a los productos que importamos de nuestros socios comerciales, permitiendo a las empresas peruanas el acceso a insumos, bienes intermedios y de capital y tecnologías a precios competitivos, mejorando su productividad; y también, benefician a los consumidores peruanos al tener acceso a una gran variedad de bienes de consumo a precios competitivos.

Es importante señalar que los acuerdos comerciales no solo brindan estas preferencias arancelarias, sino que establecen reglas claras para el comercio de bienes y servicios, a través de diferentes capítulos que incluyen el comercio de servicios, comercio electrónico, contratación pública, propiedad intelectual, inversiones, entre otros, los mismos que generan también oportunidades para las empresas peruanas. De esta manera, los acuerdos comerciales generan un marco predecible y constituyen una herramienta clave para la atracción de inversiones y para la diversificación, apertura y desarrollo de mercados internacionales en casos de incertidumbre o cambios en políticas en el Perú y el extranjero⁴³. De acuerdo a lo analizado en la Causa Directa 1, más del 90% de las exportaciones peruanas se dirigen a países con los que el Perú tiene un acuerdo comercial preferencial.

Asimismo, este Objetivo Prioritario no sólo se enfoca en el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, sino que también se orienta a mejorar el aprovechamiento por parte de las empresas peruanas de bienes y servicios de las oportunidades comerciales que existen en los mercados internacionales con los cuales el Perú aún no cuenta con un acuerdo comercial y de esta manera, colocar más productos peruanos en el mercado internacional, y mejore su participación en las cadenas regionales y globales de valor.

Estas oportunidades se sustentan en la confluencia de la capacidad productiva y ventajas comparativas del Perú, y de la demanda de industria y consumidores en los distintos mercados alrededor del mundo. Asimismo, dependen de las tendencias mundiales en el consumo, los cambios tecnológicos y otros factores que pueden afectar a dinámica comercial internacional, como por ejemplo factores económicos, demográficos, geopolíticos, sociales, climáticos, entre otros.

Para aprovechar estas oportunidades, y en línea con el diagnóstico realizado sobre la Causa Directa 1, es necesario que las empresas en el país cuenten con una gestión fortalecida de información estratégica sobre los mercados internacionales, que les permita conocer las tendencias de mercados e identificar las oportunidades comerciales para sus productos. Asimismo, es necesario desarrollar herramientas especializadas de promoción comercial para mejorar el posicionamiento de la oferta exportable peruana a nivel internacional; y también, generar un ambiente propicio para la atracción de inversiones, que dinamicen y coadyuven el desarrollo del comercio exterior peruano. También, se reconoce la necesidad de optimizar o modernizar acuerdos existentes para facilitar su

⁴² De acuerdo a la información obtenida de <https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>, a setiembre del 2025, el Perú cuenta con 23 acuerdos de libre comercio vigentes con 58 países; además se han suscrito 4 acuerdos comerciales, los cuales serán puestos en vigencia próximamente.

⁴³ Ver “Lo que debemos saber de los Acuerdos Comerciales (algunos también llamados “TLC”)” https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/lo_que_debemos_saber_TLC.html

aprovechamiento⁴⁴, identificando oportunidades para realizar mejoras que permitan facilitar su operatividad y uso; abordar nuevos temas relevantes para la dinámica del comercio internacional, como por ejemplo, asuntos vinculados a la economía digital, el comercio electrónico, cadenas globales y regionales de valor, comercio y género, etc.; para ampliar los beneficios para los usuarios del comercio exterior en el Perú. Según el Estudio sobre Convergencias y Divergencias de los Acuerdos de Libre Comercio de la Región de APEC (APEC, 2025), teniendo en cuenta que el comercio y la inversión internacionales son dinámicos por naturaleza, los países que negocian acuerdos de libre comercio realizan esfuerzos para incorporar nuevos enfoques en sus acuerdos que se adapten a las tendencias emergentes y aborden los nuevos desafíos del comercio internacional. Así también, contempla la negociación de nuevos acuerdos comerciales, ampliando el número de mercados a los cuales el Perú pueda acceder y de los cuales pueda abastecerse en condiciones preferenciales.

OP 2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio exterior, para los usuarios del comercio exterior en el país.

Este Objetivo Prioritario busca optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, a fin de que los usuarios —tales como exportadores, importadores, agentes de aduana, transportistas, entre otros— se beneficien de un entorno con operaciones más ágiles, previsible y competitivo, lo que permitirá una cadena logística cada vez más eficiente. En efecto, las operaciones de comercio exterior, que consisten en procedimientos aduaneros y logísticos necesarios para el intercambio comercial de bienes y servicios transfronterizo, requieren de la aplicación de medidas de facilitación del comercio, que permitan reducir los costos y tiempos, y mejorar los servicios de logísticos, en favor de los usuarios del comercio exterior; y con ello, potenciar la competitividad del país, en concordancia con los principios de facilitación establecidos por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) y la Organización Mundial del Comercio (OMC). En ese sentido, en la línea de lo desarrollado en el diagnóstico de la Causa Directa 2, para optimizar las operaciones de comercio exterior, es necesario adoptar una mirada sistémica del funcionamiento de la facilitación del comercio exterior en el país, por lo que se reconoce que los diferentes componentes de la facilitación del comercio no son compartimentos aislados, sino que están interrelacionados de forma dinámica y cambiante para lograr un funcionamiento eficiente del comercio exterior. Así, la facilitación del comercio exterior⁴⁵ abarca un conjunto de medidas orientadas a simplificar, armonizar y modernizar los procedimientos y trámites asociados a las operaciones de comercio exterior (exportación e importación). Esto incluye la optimización del despacho de aduanas y la gestión fronteriza, mediante la aplicación de criterios de gestión de riesgo en los procesos, una adecuada coordinación de controles en frontera, y una mayor transparencia normativa. Asimismo, incluye la mejora de la infraestructura logística, la digitalización de los procesos comerciales y administrativos, aprovechando el uso de nuevas tecnologías digitales y promoviendo la interoperabilidad entre sistemas, el impulso al comercio electrónico y el fortalecimiento de la competencia y calidad de los servicios logísticos.

⁴⁴ <https://www.intracen.org/es/nuestra-labor/temas/entorno-empresarial/integracion-del-comercio-regional>

⁴⁵ De acuerdo a la OMC, la facilitación del comercio se refiere a la simplificación, modernización y armonización de los procedimientos de exportación e importación para mejorar la eficiencia y reducir las barreras en el comercio transfronterizo, buscando minimizar las demoras burocráticas y los trámites complejos que pueden dificultar el comercio internacional. La facilitación del comercio exterior se centra en hacer que los procesos de importación y exportación sean más sencillos y eficientes. Ver: OMC. (s.f.). Facilitación del Comercio. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tradfa_s/tradfa_s.htm.

En ese sentido, la facilitación del comercio y la logística tienen una relación directa, ya que la facilitación del comercio exige avanzar simultáneamente en la agilización de los trámites comerciales, en la mejora de la infraestructura de transporte en sus diversos modos, y en la disponibilidad de servicios de transporte y logística de calidad a costos competitivos (CEPAL, 2023)⁴⁶. Estos aspectos deben abordarse de forma coordinada para garantizar un comercio más eficiente, competitivo y sostenible.

Este Objetivo Prioritario, también destaca la importancia de fortalecer los nodos logísticos regionales (en territorio peruano) y su interconexión e integración con los corredores logísticos del país, con la visión estratégica de convertir al Perú en un hub logístico del Pacífico Sur⁴⁷, permitiendo aprovechar oportunidades como el inicio de operaciones del puerto de Chancay, la ampliación de los terminales portuarios de DP World y APM Terminals, la modernización de los puertos marítimos de Paita, Salaverry (en el norte), Pisco y Matarani (en el sur) y el nuevo Aeropuerto Internacional Jorge Chávez y la aprobación de la Ley N° 32049, “Ley que complementa y modifica el Decreto Legislativo 1413, Decreto Legislativo para promover y facilitar el transporte marítimo en tráfico de cabotaje de pasajeros y de carga”.

Además, este Objetivo Prioritario subraya la importancia de trabajar en la seguridad de la cadena logística como un elemento que debe acompañar las iniciativas públicas y privadas para el desarrollo y la operatividad del comercio exterior. En este contexto, la optimización de las operaciones de comercio exterior en el país toma en cuenta las tendencias y riesgos que puedan impactar en la cadena logística, a fin de adoptar planes de contingencia y medidas que fortalezcan su resiliencia.

OP 3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador

Este Objetivo Prioritario busca desarrollar una canasta de productos de exportación peruana, tanto de bienes como de servicios, competitiva, con mayor valor agregado, y que cumpla con los estándares de calidad y sostenibilidad requeridos por los mercados internacionales⁴⁸.

Conforme al análisis realizado en la Causa Directa 3, el Perú ha retrocedido en su nivel de complejidad económica por una limitada diversificación de las exportaciones; sin embargo, se espera que la región de América Latina y el Caribe refuerce su posición como principal proveedor mundial de productos agrícolas de alto valor (Banco Mundial, 2023)⁴⁹. En ese sentido, resulta necesario promover el desarrollo productivo - exportador con una mirada integral, que priorice el

⁴⁶ <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/5fcd031f-bc17-4646-a1e3-c8eaf91f8edf/content>

⁴⁷ En línea con el Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte al 2032, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 362-2023-MTC/01. Uno de los principales problemas logísticos en el Perú es la alta concentración del nodo Lima-Callao, por lo que es necesario incentivar el uso de otros puertos a nivel de cadenas logísticas, lo cual ha funcionado para los sectores agrícola e industria alimentaria.

⁴⁸ La oferta exportable se refiere a los principales productos exportados por Perú en los últimos periodos, los cuales combinan recursos tradicionales con una creciente oferta no tradicional. En el rubro tradicional destacan el cobre y sus concentrados, oro, harina de pescado, gas natural y zinc, que mantienen una alta participación en el total exportado. En el sector no tradicional, resaltan productos agroindustriales como arándanos, uvas, paltas, mangos, espárragos y café, junto con textiles, químicos y productos pesqueros congelados.

Ver: <https://exportemos.pe/recurso/31553/infografia-de-los-resultados-de-exportaciones-2024>

⁴⁹ <https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/2023/peru-country-private-sector-diagnostic-es.pdf>

aprovechamiento de las ventajas competitivas actuales; así como medidas con un enfoque estratégico de largo plazo, para una producción de bienes y servicios con alto valor agregado, con miras a alcanzar una mayor diversificación de la oferta exportable peruana en sectores con alto potencial como: agroindustria, manufacturas, pesca y acuicultura, entre otros.

La diversificación de la oferta exportable conlleva no solo un mayor número de productos que se exporten, sino también que éstos se exporten a una escala y con estándares de calidad que permita que sean competitivos en el mercado internacional. Esto permite que las exportaciones se mantengan en el tiempo, que se formen encadenamientos productivos a nivel nacional e internacional, y que las empresas crezcan y consoliden sus negocios de exportación. Asimismo, considera el incremento progresivo de los niveles de valor agregado y/o elementos de diferenciación de la oferta exportable, aportando a su competitividad en los mercados internacionales. Además, para el fortalecimiento de la oferta exportable resulta necesario promover la adopción de modelos asociativos para el comercio exterior y el desarrollo de encadenamientos productivos, que contribuyan a generar escala, eficiencia, y competitividad en el comercio exterior. Asimismo, requiere mejorar el acceso por parte de las empresas a instrumentos financieros y no financieros que impulsen la inversión y permitan ejecutar proyectos de desarrollo productivo y comercial. También, en el marco de este objetivo prioritario, se busca aumentar la exportación de servicios; en particular, de los servicios basados en el conocimiento, que ofrecen oportunidades para dinamizar el comercio exterior, especialmente aquellos que aprovechan las tecnologías digitales. Los servicios son un componente importante dentro de las cadenas globales de valor; y permiten la difusión de conocimiento e innovación que contribuye a diferenciar y añadir valor a las exportaciones de bienes; y son motores para la creación de empleos de calidad, y la mayor inclusión laboral de mujeres y jóvenes (BID, 2024)⁵⁰.

El Perú cuenta con un gran potencial para el desarrollo de las exportaciones de servicios. En especial, el Perú ya cuenta con empresas de rubros como servicios a la minería, desarrollo de software y servicios de informática, servicios de ingeniería, la industria audiovisual (marketing digital) y de animación digital; que vienen ofreciendo sus soluciones a diferentes clientes a nivel mundial.

De otro lado, de acuerdo al diagnóstico de la causa directa 3 una de las razones que impiden a las empresas mantenerse en el mercado y/o crecer es la limitada asignación de recursos en investigación e innovación tecnológica, así como la falta de acceso al financiamiento. Por ello este objetivo prioritario busca promover la investigación, desarrollo e innovación para el desarrollo de la oferta exportable; en particular, para el desarrollo de nuevos productos y servicios con valor agregado que respondan a las demandas del mercado internacional. Asimismo, se impulsan mecanismos de acceso al financiamiento, a través del sistema financiero y de fondos concursables, que permitan a las empresas mejorar su oferta exportable y financiar sus proyectos de internacionalización.

Finalmente, se orientan acciones destinadas al desarrollo de una oferta exportable que contribuya a la descentralización, reducción de brechas de género, reducción de la pobreza y al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Dicha mirada requiere, consecuentemente, de una activa articulación y generación de sinergias entre las diferentes entidades que juegan un rol

⁵⁰ *Sector de Servicios, una oportunidad para la diversificación productiva.*

<https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/viewer/Sector-de-servicios-una-oportunidad-para-la-diversificacion-productiva.pdf>

regulador y/o de apoyo a la actividad de las empresas que participan en la cadena productivo-exportadora.

OP 4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano

Las Zonas Económicas Especiales (ZEE) constituyen una herramienta para la atracción de inversión privada, a través de la instalación de empresas dedicadas a las actividades productivas de bienes y servicios, con énfasis en el comercio exterior y su inserción en las cadenas globales de valor⁵¹.

Como se vio en la Causa Directa 4, a pesar de los importantes avances ejecutados para el desarrollo de las ZEE, estas han presentado limitaciones en su consolidación como instrumentos de comercio exterior, debido a la falta de articulación integral bajo las políticas y agendas de desarrollo productivo. Esto repercutió en una insuficiente atracción de empresas a las ZEE del Perú, incidiendo en una baja participación en el comercio exterior del país.

En ese sentido, uno de los Objetivos Prioritarios de esta Política es relevar a las Zonas Económicas Especiales como pieza clave de la estrategia para promover el comercio exterior en el país, reconociendo su importancia como catalizador de la diversificación de la oferta exportable de alto valor agregado, la consolidación de clústeres industriales y encadenamientos productivos; así como la atracción de inversión nacional y extranjera, que promueva la transferencia tecnológica y la capacitación de capital humano en las regiones del país.

Consecuentemente, y tomando como referencia las experiencias positivas en distintos países, donde las ZEE son motores del comercio exterior, transformación productiva e innovación, el OP4 busca potenciar el papel de las ZEE como herramientas que impulsan el comercio exterior y la inversión privada, a través del fomento de la actividad productiva exportadora en sectores estratégicos de alto valor agregado.

Para ello, este Objetivo Prioritario busca generar un entorno y condiciones favorables para la instalación que coadyuve a la facilitación de trámites y procedimientos orientados a incrementar la competitividad de las empresas usuarias de las ZEE y promover su participación en las cadenas regionales y globales de valor, a través de la integración con infraestructuras productivas, logísticas y tecnológicas a nivel nacional. De esta manera, se busca generar impactos favorables para las empresas usuarias de las ZEE, y también *spillovers* positivos sobre las empresas de las industrias locales que, a través de los servicios e insumos que proveen a las empresas de las ZEE, se insertan efectivamente en las cadenas globales de valor y mejoran sus condiciones económicas.

Asimismo, este Objetivo Prioritario busca garantizar que las condiciones en las que operan las ZEE mantengan un nivel óptimo de seguridad, transparencia de información, operatividad e infraestructura. De esta manera, las actividades productivas y de comercio exterior realizadas al interior de las ZEE se potencian, creando un círculo virtuoso que atrae a más empresas y que es impulsado a través de las distintas instancias de promoción de inversiones, donde se dan a conocer las oportunidades del sistema de ZEE a potenciales inversionistas.

OP 5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior

El Objetivo Prioritario 5 reconoce la importancia de contar con un entorno fortalecido en el que la interacción de los diferentes actores vinculados al comercio exterior coadyuve a un mayor desarrollo del comercio exterior en el país. Este entorno impacta de manera transversal en el funcionamiento

⁵¹ <https://exportemos.pe/fortalece-tus-capacidades-exportadoras/logistica-para-exportar/zonas-economicas-especiales-del-peru>

de los diferentes componentes del sistema de comercio exterior en el país, al involucrar la mejora de las capacidades de los actores públicos y privados vinculados al comercio exterior, y su acceso a información relevante que les permita tomar mejores decisiones tanto a nivel empresarial, como de políticas; en ese sentido, este objetivo prioritario contribuye al cumplimiento de los otros cuatro objetivos prioritarios de la PNMCE,

Como se evidenció en la etapa de diagnóstico de la causa directa 5, existen grupos específicos de actores que deben ser atendidos en el marco del fortalecimiento de capacidades, estos incluyen a las empresas exportadoras, con potencial exportador e importadoras, con especial énfasis en las MIPYME; a los actores públicos y privados, incluyendo la academia, relacionados al desarrollo del comercio exterior. En ese sentido, se debe desarrollar servicios y acciones para la reducción de brechas y el fortalecimiento de capacidades de las empresas para la exportación, considerando su nivel de desarrollo; y teniendo en cuenta los enfoques de género y territorial.

Asimismo, se busca mejorar el aprovechamiento de las nuevas tecnologías digitales para la mejora de competitividad de las empresas, a través de la promoción de la transformación digital en sus productos, procesos y modelos de negocio, y también el impulso al comercio electrónico como canal de comercialización en los mercados internacionales que les permita llegar a más mercados y clientes.

Finalmente, bajo este Objetivo Prioritario se busca fortalecer la institucionalidad y mecanismos de gobernanza que dan soporte al comercio exterior. En este sentido, para impulsar el desarrollo del comercio exterior se fortalecerá la gobernanza territorial que comprende la participación y la articulación de los diversos actores públicos como privados y la academia, en los tres niveles de gobierno: nacional, regional y local; así como, se mejorará el acceso a la información de comercio exterior por parte de dichos actores para la toma de decisiones.

4.2. Lineamientos

Los lineamientos se presentan a nivel de resultado y representan los medios para alcanzar cada uno de los objetivos prioritarios, siguiendo la lógica de causalidad del modelo de problema público.

Tabla 25. Matriz de objetivos prioritarios, lineamientos

Cód.	Objetivo prioritario	Responsable del objetivo	Indicador del objetivo	Línea de base (valor y año)	Logro esperado (valor y año)	Lineamiento	Alternativa de solución
OP1	Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.	MINCETUR	1. Valor total de las exportaciones no minero energéticas al mundo. 2. Valor de las exportaciones no minero energéticas dirigidas a países con los que se cuenta con acuerdos comerciales en vigencia	Año: 2024 Valor: 23 237 (US\$ millones) Año: 2024 Valor: 21 429 (US\$ millones)	Año: 2040 Valor: 44 633 (US\$ millones) Año: 2040 Valor: 42 837 (US\$ millones)	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.	Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales.
						L.1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.	
						L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.	
						L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.	
						L.1.2: Mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales para los bienes y servicios, en beneficio de las empresas.	Consolidar la apertura de mercados a través de la negociación de nuevos acuerdos comerciales, la optimización de acuerdos existentes, y la negociación de protocolos sanitarios y fitosanitarios y acuerdos de promoción de inversiones.
OP2	Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.	MINCETUR	Indicador de Facilitación del Comercio (IFC)	Año: 2024 Valor: 1.617	Año 2040 Valor: 1.71	L.2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.	Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub Logístico sudamericano.
						L.2.3: Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.	
						L.2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.	

						L2.2: Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	Facilitar las operaciones de comercio exterior en el país.
OP3	Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	MINCETUR	1. Número de subpartidas arancelarias no minero energéticas con montos de exportación mayores a un millón US\$ anual. Evolución del valor total de las exportaciones de servicios no tradicionales	Año: 2024 Valor: 810 Año: 2024 Valor: 1131 (US\$ millones)	Año: 2040 Valor: 950 Año: 2040 Valor: 3320 (US\$ millones)	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.	Diversificar la oferta exportable de bienes y servicios
						L3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.	
						L3.3: Fortalecer el marco normativo para impulsar las actividades de comercio exterior de servicios de las empresas peruanas.	Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana
						L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	
						L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.	
						L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	Generar una oferta exportable sostenible
OP4	Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano	MINCETUR	Porcentaje de participación de las exportaciones de las empresas de las ZEE en las exportaciones nacionales.	Año: 2024 Valor: 0,12%	Año: 2040 Valor: 0,32%	L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor.	Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables
						L4.2: Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.	
						L4.3: Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales.	

OP5	Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	MINCETUR	1. Número de empresas exportadoras consolidadas. 2. Valor de las exportaciones totales realizadas por Mipyme	Año: 2024 Valor: 3318	Año: 2040 Valor: 4180	L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	Consolidar un ecosistema articulado de actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.
				Año: 2024 Valor: 3273 (US\$ millones)	Año: 2040 Valor: 6050 (US\$ millones)	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	
						L5.3: Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.	
						L5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.	

OP 1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país

El OP1 cuenta con cinco (05) lineamientos para profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales en el país, los cuales se detallan a continuación:

Lineamiento 1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas

De acuerdo al análisis realizado en la causa directa 1 y teniendo como referencia el Plan Estratégico Nacional Exportador PENX -2025⁵², se puede concluir que una gestión fortalecida de estos conocimientos contribuye a que las empresas del país puedan aprovechar de manera efectiva los acuerdos comerciales y los beneficios del comercio internacional.

En ese sentido, este lineamiento busca atender la necesidad que tienen las empresas peruanas de contar con información especializada de inteligencia comercial que permita identificar y aprovechar las oportunidades comerciales a nivel internacional⁵³. Contempla no solo el desarrollo y difusión estratégica de información especializada sobre los mercados internacionales; sino la implementación, desarrollo y optimización de mecanismos institucionales para lograr una gestión integral de dicha información, que priorice la articulación entre las diferentes entidades públicas y privadas, y el sector académico, en beneficio de las empresas peruanas vinculadas al comercio exterior. Dentro de este lineamiento se atiende también las necesidades de las empresas de profundizar su conocimiento acerca de los acuerdos comerciales internacionales, su operatividad y beneficios.

Lineamiento 1.2: Mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales para los bienes y servicios, en beneficio de las empresas

Este lineamiento se encuentra orientado al desarrollo de un marco normativo internacional que mejore las condiciones de acceso de los bienes y servicios peruanos a los mercados internacionales y pueda ser aprovechado por los operadores de comercio exterior para coadyuvar al desarrollo del comercio exterior del país. En efecto, mediante una estrategia que involucra la planificación, negociación, y administración de acuerdos comerciales bilaterales, regionales y multilaterales, a cargo de Mincetur⁵⁴, se establecen condiciones preferenciales para el ingreso de los bienes y servicios peruanos a los mercados internacionales; así como reglas claras y estables para facilitar el comercio e inversión entre las partes, y mecanismos institucionales para abordar asuntos que puedan afectar el comercio. Así, este lineamiento incluye tanto la negociación de nuevos acuerdos comerciales, como la optimización de los existentes; con miras a generar mayores oportunidades en materia de comercio e inversión en favor de las empresas peruanas y los consumidores.

⁵² https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf?v=1581634

⁵³ <https://www.intracen.org/es/noticias-y-eventos/noticias/el-futuro-de-los-portales-nacionales-de-inteligencia-comercial>

⁵⁴ A tal efecto, el artículo 2 de la Ley N° 27790 Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo establece que el MINCETUR tiene la responsabilidad en materia de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Economía y Finanzas y los demás sectores del Gobierno en el ámbito de sus respectivas competencias.

Además, este marco normativo conformado por la red de acuerdos comerciales, debe ir acompañado de otros instrumentos necesarios para viabilizar el ingreso de productos de la agroexportación, pesca y acuicultura, entre otros, a los mercados internacionales. En tal sentido, este lineamiento también considera la negociación y suscripción de instrumentos adicionales a los acuerdos comerciales, que se encuentran a cargo de las autoridades competentes, tales como los protocolos sanitarios y fitosanitarios, y acuerdos de reconocimiento mutuo; o de mejoras regulatorias que complementen y maximicen el aprovechamiento de los acuerdos comerciales al facilitar un comercio competitivo de bienes y servicios y permitan atraer inversiones para el desarrollo del sector productivo con miras a la exportación.

Lineamiento 1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas

El cumplimiento de las disposiciones establecidas en los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, que incluyen los acuerdos comerciales internacionales e instrumentos complementarios mencionados en el Lineamiento 1.2, resulta fundamental para el correcto funcionamiento y aprovechamiento de las condiciones preferenciales y otros beneficios de los acuerdos comerciales por parte de las empresas. En ese sentido, este lineamiento considera la implementación de acciones y mecanismos que permitan a las empresas exportadoras e importadoras y operadores de comercio exterior, hacer uso efectivo de los beneficios y las condiciones de acceso establecidos por los acuerdos comerciales internacionales y demás instrumentos vinculados al comercio exterior, de tal manera que incrementen las operaciones de comercio exterior y las inversiones en el país. Por un lado, para que las empresas puedan acogerse y beneficiarse de las preferencias arancelarias establecidas en los acuerdos comerciales para sus productos y así mejorar su competitividad, es necesario que sus bienes cumplan con las disposiciones en materia de origen de los acuerdos. La certificación y verificación de origen asegura que las mercancías cumplan las reglas de origen para acceder a preferencias arancelarias, por ello, este lineamiento busca fortalecer estos procesos, promoviendo el correcto uso de la normativa y la competitividad de las exportaciones peruanas.

Asimismo, la presencia de barreras comerciales o medidas restrictivas del comercio pueden generar contingencias y afectar la competitividad de las empresas peruanas, y con ello, afectar la posibilidad de estas para aprovechar adecuadamente los acuerdos y oportunidades comerciales. En ese sentido, resulta necesario contar con mecanismos para identificar oportunamente medidas que puedan constituir potenciales barreros al comercio exterior peruano, así como espacios y acciones de articulación multisectorial para su atención y prevención, pudiendo involucrar ello la activación de mecanismos institucionales nacionales o internacionales para buscar el levantamiento de las medidas en cuestión.

Lineamiento 1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.

Una mayor atracción de inversiones empresariales para el comercio exterior de bienes y servicios coadyuvará al aprovechamiento de los acuerdos comerciales y las oportunidades del comercio internacional, contribuyendo al dinamismo y crecimiento de la economía peruana.⁵⁵ En ese sentido, este lineamiento busca la implementación de estrategias y mecanismos que den visibilidad a los atractivos del Perú en materia de inversiones empresariales para el comercio exterior; faciliten la

⁵⁵ En línea a lo señalado en el diagnóstico de la causa directa 1, citando a De Arregui (2023), la inversión extranjera directa influye directamente en las transacciones internacionales de un país, debido a que, al establecer operaciones en el extranjero, las empresas extranjeras fomentan el intercambio comercial al importar y exportar bienes y servicios.

identificación y atracción de inversiones con mayor potencial de retorno; y que eliminen o reduzcan ineficiencias o trabas que dificulten el desarrollo de estas inversiones.

Como parte de estos esfuerzos, resulta necesario contar con adecuados mecanismos de información y asistencia a empresas extranjeras interesadas de invertir y reinvertir en el Perú. Como se evidencia en el diagnóstico de la presente política, la inversión es un componente clave para la generación y escalamiento de una oferta exportable de bienes y servicios con valor agregado, así como para el desarrollo de encadenamientos productivos para la exportación.

Lineamiento 1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras

A través de este lineamiento se busca mejorar el posicionamiento y la presencia de bienes y servicios de la oferta exportable peruana en los mercados externos, lo cual implica mejoras en la capacidad de las empresas para llegar a nuevos mercados con productos nuevos y existentes, así como continuar desarrollando mercados existentes, escalando y diversificando las exportaciones peruanas en los mercados internacionales. Todo lo anterior, contribuye al aprovechamiento de los acuerdos comerciales y las oportunidades del comercio internacional para las empresas del país.

A tal efecto, resulta necesario implementar estrategias de promoción comercial especializadas que apoyen a un número cada vez mayor de empresas exportadoras o potenciales exportadoras a establecer contactos con potenciales compradores, para generar oportunidades de negocios; priorizando la oferta exportable con valor agregado de diferentes sectores productivos en el Perú, tales como, agroindustrial, textil-confecciones, manufacturas diversas, sidero-metalúrgico, forestal, acuícola; y también los servicios basados en el conocimiento. Este lineamiento también destaca la necesidad de adaptar las estrategias y mecanismos de promoción y emparejamiento comercial a las necesidades de las empresas, a medida que las mismas avanzan en sus respectivos niveles de internacionalización y escalamiento de sus operaciones; así como al cambiante entorno económico internacional, analizando para ello las mejores prácticas utilizadas a nivel internacional.

Además, involucra la coordinación, articulación y generación de sinergias entre las diferentes entidades del sector público y privado (en particular, gremios empresariales) que participan en actividades de promoción comercial en el Perú y el exterior, así como esfuerzos para posicionar al Perú como un origen fiable de bienes y servicios competitivos, sostenibles y de alta calidad. Así, por ejemplo, se considera el servicio de promoción de las exportaciones que realizan los órganos del servicio exterior como parte de la política exterior.

OP 2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país

El OP2 cuenta con cuatro (04) lineamientos para mejorar la facilitación del comercio exterior en el país, los cuales se detallan a continuación:

Lineamiento 2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior

Para lograr la optimización de las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, es necesario asegurar un flujo eficiente de mercancías en el territorio nacional, de manera que las operaciones de exportación e importación se puedan realizar de forma rápida y con menores costos para las empresas, de manera que se contribuya a la competitividad de estas (CEPAL,

2023)⁵⁶. A tal efecto, resulta necesario promover las inversiones para el desarrollo de plataformas logísticas y de las infraestructuras necesarias para las operaciones de comercio exterior, incluyendo aquellas dedicadas a los distintos modos de transporte de carga: vial, marítimo, aéreo y fluvial. Además, es importante que los operadores de comercio exterior cuenten con información sobre el desarrollo de estas infraestructuras, de tal manera que puedan optimizar sus operaciones de comercio exterior, fortaleciendo sus cadenas de suministro y reduciendo sus costos logísticos.

Asimismo, se debe mejorar la atención integral en los pasos fronterizos para garantizar un flujo eficiente de la cadena logística y fortalecer su integración con los mercados internacionales.

Es preciso mencionar, que los servicios relacionados a la promoción, provisión y desarrollo de infraestructura de transporte, en todos sus modos, serán incluidos en la Política Nacional de Transporte, la cual se encuentra en proceso de actualización⁵⁷.

Este lineamiento aplica un enfoque territorial para identificar y promocionar las inversiones para el desarrollo de la infraestructura, considerando criterios de eficiencia y competitividad que benefician a los usuarios del comercio exterior.

Lineamiento 2.2: Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.

Un sistema de comercio exterior competitivo requiere de la optimización de sus operaciones, mediante la implementación de medidas de facilitación del comercio para los usuarios; tomando como base los principios de transparencia, simplificación, armonización y estandarización. En esa línea es importante simplificar y maximizar la eficiencia de los procesos de comercio exterior, lo cual implica reducción de costos de transacción, tiempo de espera para la disposición de la mercancía, los controles e inspecciones a la carga; y la mejora en la calidad de los servicios vinculados al ingreso y salida de mercancías del territorio nacional (CEPAL, 2023).

Asimismo, resulta pertinente promover mecanismos de transparencia en la regulación de comercio exterior, lo cual no solo implica la publicación, mejora y/o implementación de portales digitales, sino el acceso a una información clara y actualizada, incorporando mecanismos como las resoluciones anticipadas. De igual manera, se promueve la transparencia de los servicios logísticos, para que los usuarios del comercio exterior puedan contar con la información relevante para una mejor toma de decisiones y reducir los costos logísticos en sus operaciones de comercio exterior. Las herramientas de Gestión de la Cadena de Suministro, como la Ventanilla Única de Comercio Exterior, que buscan gestionar todas las actividades involucradas en el comercio de bienes, son esenciales para reducir el tiempo y costos en las transacciones de comercio exterior. No obstante, se requiere de manera paralela contar con procedimientos óptimos en los puntos de control en frontera, a fin de evitar retrasos imprevistos o indebidos, así como costos adicionales inesperados, y dotar a las empresas de información transparente que dote de predictibilidad a las operaciones que debe desarrollar.

Del mismo modo, las nuevas tecnologías avanzan a gran velocidad y ofrecen una oportunidad clave para impulsar y optimizar la digitalización de los procesos y la interoperabilidad entre los actores del comercio exterior que se realizan a través de los componentes actuales de la VUCE⁵⁸ y otros que

⁵⁶ Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe 2023.
<https://repositorio.cepal.org/entities/publication/34d2f2ed-6fcd-409d-a47e-a4bc3a224ebe>

⁵⁷ Oficio N° 0241-2025-MTC/09

⁵⁸ Banco Interamericano de Desarrollo (2021) Logística en América Latina y el Caribe. Oportunidades, Desafíos y Líneas de Acción.
<https://publications.iadb.org/es/logistica-en-america-latina-y-el-caribe-oportunidades-desafios-y-lineas-de-accion>

se esperan implementar en los próximos años. Estos actores incluyen a las empresas exportadoras e importadoras, empresas que forman parte de la cadena de valor del comercio exterior, operadores logísticos (proveedores de servicios logísticos, tales como navieras, agentes de aduana, transportistas), y autoridades que participan o brindan autorizaciones o certificaciones para el comercio exterior (tales como SUNAT, DIGESA, SENASA, SANIPES, DICAPI, DIGEMID, y SUCAMEC, entre otros). La digitalización de los documentos de comercio exterior, para cuyo uso se requiere la implementación de medidas normativas o tecnológicas es esencial para asegurar su validez, seguridad y trazabilidad, agilizando así los procesos entre los actores públicos y privados. La estandarización, digitalización e interoperabilidad son fundamentales para mejorar la eficiencia del comercio exterior, ya que simplifican procesos, promueven un comercio sin papeles, reducen tiempos y costos, y facilitan las operaciones de comercio exterior. En este marco, el Mincetur, a través de la VUCE ha iniciado la interoperabilidad internacional del Certificado Fitosanitario Electrónico (Hub ePhyto) con algunos países⁵⁹; y podrá considerar el uso de la Plataforma de Interoperabilidad Comunitaria Andina (INTERCOM), que promueve el intercambio electrónico de documentos utilizados en las operaciones de comercio exterior en la Comunidad Andina.

Asimismo, el desarrollo de la gestión de riesgo a nivel de todas las entidades de control en frontera es fundamental para optimizar los procesos de inspección y facilitar el comercio sin comprometer la seguridad ni la salud pública. La implementación de sistemas de gestión de riesgo permite enfocar los controles en operaciones de alto riesgo a través de la aplicación y ciertos criterios de selectividad, agilizando el despacho de mercancías de bajo riesgo y reduciendo demoras innecesarias. Este enfoque está estrechamente vinculado con la aplicación de alertas tempranas sanitarias, que facilitan la identificación y mitigación de riesgos antes de que afecten la cadena de suministro. Asimismo, la adopción de procedimientos de prueba mejora la eficiencia de los controles. Finalmente, el impulso al comercio electrónico es fundamental desde el ámbito normativo y logístico para fortalecer la competitividad de las PYME usuarias del comercio exterior, ya que permite reducir costos operativos, mejorar la trazabilidad de las transacciones y ampliar el acceso a mercados internacionales. Para lograrlo, es esencial contar con un marco regulatorio claro y actualizado que brinde seguridad jurídica a los actores involucrados, así como con una infraestructura logística y digital que garantice una cadena de suministro ágil, eficiente y resiliente.

Lineamiento 2.3: Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.

La seguridad de la cadena logística constituye un elemento clave para el cumplimiento del objetivo prioritario de optimizar las operaciones de comercio exterior y fortalecer la competitividad de los usuarios del comercio exterior. En ese sentido, este lineamiento está orientado a prevenir interrupciones en la cadena logística, y pérdidas económicas, mejorar la gestión de riesgos y la eficiencia operativa, así como garantizar el cumplimiento de las normas aplicables.

Por tal motivo, este lineamiento prioriza la implementación de medidas que fortalezcan la seguridad en la cadena logística, tales como la instalación de *escáneres* en los nodos logísticos, equipos no intrusivos en otros puntos de entrada y salida de carga del país, mejoras en la trazabilidad, gestión de riesgos entre otros. Asimismo, incluye medidas integrales que contribuyan a prevenir y combatir actos ilícitos en el comercio exterior, y la lucha contra el contrabando, particularmente mediante la optimización de los controles y acciones orientadas a fortalecer los mecanismos de detección y de

⁵⁹ <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1150995-peru-impulsa-digitalizacion-en-el-comercio-exterior-con-nueva-interoperabilidad-de-certificados-fitosanitarios>

ejecución de controles vinculados al contrabando y delitos conexos, a cargo de las autoridades competentes.

Lineamiento 2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país

La consolidación de nodos logísticos⁶⁰ es esencial para optimizar las operaciones de comercio exterior, ya que estos actúan como puntos estratégicos que facilitan el flujo eficiente de mercancías entre los distintos modos de transporte. Al concentrar actividades logísticas en áreas específicas, se reducen los tiempos de tránsito y se minimizan los costos operativos, lo que resulta en una mayor competitividad para las empresas. Además, los nodos logísticos permiten una mejor coordinación entre los diferentes actores de la cadena, incluyendo transportistas, operadores y autoridades, lo que facilita el cumplimiento de las normativas y procedimientos, mejorando así la eficiencia del comercio exterior.

Este lineamiento busca la consolidación de los nodos logísticos y su interconexión e integración con los corredores logísticos nacionales y los principales nodos logísticos del país como el eje Callao - Chancay.

OP 3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador

El OP3 cuenta con seis (06) lineamientos para fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios en el país, los cuales se detallan a continuación:

Lineamiento 3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.

Un aspecto importante para lograr el fortalecimiento de la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador del Perú, es mejorar y potenciar la capacidad productiva de las empresas para generar una oferta exportable diversificada y de calidad. Ello involucra un conjunto de condiciones, recursos, procesos y competencias que permiten generar bienes y servicios con valor agregado, en volúmenes, calidades y condiciones competitivas, aptos para su inserción sostenida en los mercados internacionales. Si bien la capacidad productiva es inherente a las empresas y depende principalmente de las decisiones y estrategias del sector privado, el Estado puede y debe desempeñar un rol activo como facilitador, articulador y habilitador de las condiciones necesarias para su desarrollo.

En este marco, el Estado puede contribuir a cerrar brechas de conocimiento y promover la adopción de buenas prácticas, en especial en las MIPYME, que permitan el desarrollo de productos que respondan a la demanda de los mercados internacionales. Este lineamiento busca fomentar la articulación, coordinación y generación de sinergias a nivel multisectorial entre las entidades del sector público que intervienen a lo largo de las cadenas productivas y de valor, particularmente

⁶⁰ Los nodos logísticos son puntos estratégicos dentro de las cadenas de suministro donde confluyen múltiples medios de transporte, permiten sincronizar flujos, reducir tiempos de entrega, optimizar costos logísticos y facilitar el comercio regional e internacional. De acuerdo a UNCTAD, los nodos son una combinación compleja de servicios públicos y privados, aplica a cualquier nodo de transporte donde las mercancías están en tránsito, como los puertos marítimos y aeropuertos. https://unctad.org/system/files/official-document/dtlkdb2016d1_en.pdf

MIDAGRI, PRODUCE, MINCETUR, y sus organismos adscritos, así como los Gobiernos Regionales y Locales, para orientar acciones destinadas al desarrollo de la capacidad productiva exportadora con un enfoque territorial, que permita ejecutar iniciativas de desarrollo productivo, empresarial y de articulación comercial, considerando las particularidades y ventajas comparativas de cada región del país. Esto busca no solo incrementar las exportaciones, sino también contribuir al desarrollo descentralizado e inclusivo del Perú.

Asimismo, una oferta exportable diversificada y de calidad implica el cumplimiento de estándares y otros requisitos que exigen los mercados internacionales; por ello, este lineamiento involucra realizar un trabajo coordinado con sectores competentes en la identificación de los estándares requeridos en los países de destino, y promover iniciativas destinadas a facilitar el cumplimiento de dichos requisitos por parte de las empresas exportadoras peruanas y para mejorar la calidad de los bienes y servicios peruanos, incluyendo el fortalecimiento de la trazabilidad, mejorando las capacidades y facilitando la obtención de certificaciones internacionales y la implementación de buenas prácticas en los procesos productivos, empresariales y comerciales.

Lineamiento 3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.

La implementación de modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas, resultan estrategias clave para fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios, contribuyendo a contrarrestar la informalidad y a impulsar el crecimiento sostenido del comercio exterior en el país. En efecto, el establecimiento de modelos asociativos como alianzas productivas - que son arreglos contractuales que vinculan a las asociaciones de pequeños productores con los exportadores más grandes—apuntan a un modelo de crecimiento alternativo que ha tenido éxito en la promoción de una mayor inclusión de los pequeños productores en las cadenas de valor de exportaciones (Banco Mundial, 2023)⁶¹.

En ese sentido, para generar escala, eficiencia y competitividad en el comercio exterior, se requiere impulsar diferentes tipos de modelos asociativos según las etapas de internacionalización de las empresas, que pueden incluir modelos como las cooperativas, consorcios de empresas, *joint ventures*, entre otros. Asimismo, este lineamiento busca fomentar la institucionalidad de las empresas para una mejor gestión del comercio exterior, implementar medidas destinadas al fomento de encadenamientos productivos que permitan consolidar cadenas de valor para la exportación, incentivando que las empresas de mayor tamaño y experiencia generen tracción para impulsar la participación de empresas más pequeñas en el comercio internacional, de manera tal que, facilite la integración de las MIPYME en las cadenas globales de valor.

Lineamiento 3.3: Fortalecer el marco normativo para impulsar las actividades de comercio exterior de servicios de las empresas peruanas.

Como se ha visto en el diagnóstico de esta Política Nacional, el comercio de servicios en el Perú no ha logrado aún un despegue equivalente al que ha visto el comercio de bienes, y tampoco ha logrado los niveles de crecimiento que otros países de la región muestran. Es por ello, que se requiere de medidas destinadas a generar un entorno favorable para impulsar su desarrollo, en especial de la exportación de servicios basados en conocimiento.

⁶¹ <https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/2023/peru-country-private-sector-diagnostic-es.pdf>

Un aspecto que es importante es contar con un marco normativo adecuado, que facilite el flujo de dichos servicios, promueva las inversiones en el sector y se adapte a las necesidades de las empresas exportadoras o con potencial exportador de servicios para que sean competitivas en los mercados internacionales.

Lineamiento 3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.

Como se ha visto en el diagnóstico de la causa directa 3 de la PNMCE, el acceso al financiamiento es necesario para hacer a las empresas exportadoras peruanas más competitivas en sus actividades de comercio exterior; en ese sentido fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior coadyuva al fortalecimiento de la oferta exportable de bienes y servicios peruanos. En efecto, las altas tasas de informalidad que inciden en el cierre de las empresas, se explican en parte por el limitado acceso a financiamiento formal, que dirige a las empresas a recurrir a fuentes no formales y con ello a mayores costos⁶². Este lineamiento busca fomentar la generación de instrumentos financieros a los que las empresas puedan acceder formalmente a través de la banca privada o el Estado, tales como, seguros de crédito pre y post embarque, *factoring*, o líneas de crédito; además, los instrumentos no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior incluyen fondos no reembolsables que permiten a las empresas mejorar su productividad y competitividad, ajustarse a estándares internacionales, obtener certificaciones, adaptarse a requisitos de los mercados internacionales, y elaborar planes de mercado, entre otros.

Este tipo de instrumentos incluye aquellos brindados por el Estado, tales como los otorgados a través del Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación (PROINNOVATE), el Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), entre otros. Cabe resaltar, que estas iniciativas deben adecuarse al nivel de desarrollo y tamaño de las empresas exportadoras y con potencial exportador, y deben también impulsar encadenamientos productivos que coadyuven al crecimiento y consolidación de las empresas. Este lineamiento involucra no solo la implementación de este tipo de instrumentos, sino también el fomento de su aprovechamiento, con mecanismos destinados a difundir y facilitar su uso por parte de las empresas; los cuales se potenciarán con la articulación público – privada.

Lineamiento 3.5: Fortalecer la I+D+i para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.

La Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) es de suma importancia para la generación de valor agregado en la oferta exportable de bienes y servicios⁶³, tal como se analizó en la causa directa 3 de esta PNMCE, una menor inversión en tecnología conduce a una falta de competitividad en términos de eficiencia operativa y calidad de productos o servicios; y ello repercute directamente en la falta de crecimiento de la oferta exportable del país⁶⁴. En línea con lo anterior, se requiere de un ecosistema fortalecido, con un sector público y académico ágil y proactivo, que generen las

⁶² De acuerdo al informe del Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico (OEAP).

⁶³ CEPAL (2017) Promoción de la Innovación Exportadora. Instrumentos de apoyo a las pymes. <https://repositorio.cepal.org/entities/publication/2b6839ba-196d-4300-abc7-7e4fece2787a>

⁶⁴ De acuerdo al análisis realizado en la causa directa 3 de esta PNMCE y teniendo como referencia el Plan Estratégico Nacional Exportador PENX -2025. Ver: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf?v=1581634

condiciones que permitan a los actores privados encontrar la dinámica que requieren para innovar procesos y productos que potencien la canasta exportadora.

Este lineamiento está orientado a promover la I+D+i como un mecanismo para dar un salto competitivo, generar conocimiento y mejorar las capacidades de los peruanos, generando externalidades positivas que contribuyan a un mayor desarrollo y crecimiento en el país. Un componente importante para ello es el financiamiento, en tanto los procesos de I+D+i son costosos y requieren de inversiones significativas para las empresas, independientemente de su tamaño.

Lineamiento 3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior

Resulta necesario fomentar el desarrollo de modelos de negocios sostenibles para el comercio exterior con el fin de coadyuvar al fortalecimiento de la oferta exportable del Perú. Como se observa en el diagnóstico de la causa directa 3 de la PNMCE, un insuficiente desarrollo de modelos de negocios sostenibles para el comercio exterior incide en el escaso desarrollo de una oferta exportable en el Perú, ya que existe una importante tendencia a nivel internacional de transformar la producción de bienes y servicios hacia la sostenibilidad en sus tres pilares: ambiental, social y económico; promoviendo una conducta empresarial responsable. En efecto, tanto los consumidores como los entes regulatorios de los países de destino de nuestras exportaciones, se tornan cada vez más exigentes en cuanto a estándares de sostenibilidad para el comercio exterior⁶⁵.

Este lineamiento busca fomentar la adopción de estándares de sostenibilidad en los procesos productivos prácticas comerciales de las empresas, lo cual implica cambios importantes a lo largo de la cadena de valor de los distintos bienes y servicios que exporta el Perú. Cabe mencionar, que este lineamiento busca aprovechar las ventajas competitivas y el potencial que tiene el Perú con relación a productos sostenibles: orgánicos, certificados y de la biodiversidad, para generar y aprovechar oportunidades comerciales en el exterior, como medio para generar un mayor desarrollo en las regiones del país.

OP 4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano

El OP4 cuenta con tres (03) lineamientos para incrementar la participación de las empresas de las ZEE en el comercio exterior peruano, los cuales se detallan a continuación:

Lineamiento 4.1: Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor

Las ZEE tienen un gran potencial para mejorar la inserción del Perú en las cadenas regionales y globales de valor. Para aprovechar ese potencial, se requiere de mecanismos que aseguren un entorno competitivo para las empresas de las ZEE, conforme al diagnóstico de la causa directa 4, lo cual podría incentivar a las empresas a incorporarse en las cadenas regionales y globales de valor y, con ello, contribuir al cumplimiento del objetivo prioritario de incrementar la participación de las empresas en las ZEE en el comercio exterior peruano.

⁶⁵ <https://www.intracen.org/es/nuestra-labor/temas/sostenibilidad/comercio-e-inversion-sostenibles>

En ese sentido, este lineamiento se encuentra orientado a incentivar la participación de las empresas en las ZEE, mediante el desarrollo e implementación de incentivos tributarios⁶⁶ y no tributarios, que se identificaron como necesarios, los cuales están vinculados a procedimientos aduaneros facilitadores, ubicación geográfica con acceso a mercados, cercanía a carreteras y puertos. Asimismo, destaca la necesidad de contar con servicios administrativos ágiles y eficientes en cuanto a procedimientos y autorizaciones en las ZEE, tales como los necesarios para el uso de terrenos, entre otros.

Adicionalmente, resulta necesario identificar las oportunidades de articulación de las empresas de las ZEE con las cadenas regionales y globales de valor, a fin de promover su integración efectiva en los mercados globales. Es importante señalar que, si bien no es un requisito para las empresas ubicadas en las ZEE realizar actividad exportadora, resulta fundamental que el impulso a las ZEE cuente con una mirada que apunte a fortalecer las exportaciones, promoviendo la generación de economías de escala, encadenamientos productivos y mayor dinamismo en general. Ello permitirá que las ZEE contribuyan con el desarrollo del comercio exterior, al igual que sucede en otros casos exitosos en el mundo, así como propiciar un mayor crecimiento, desarrollo productivo y ampliación de la oferta exportable, contribuyendo también a la visión del Perú como *hub* sudamericano de transformación productiva e innovación.

Lineamiento 4.2: Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.

El segundo lineamiento del OP4 se enfoca en generar un ambiente propicio para el desarrollo de negocios competitivo de las empresas en las ZEE, lo cual resulta esencial para cumplir con el objetivo prioritario de incrementar su participación en estas zonas especiales.

En ese sentido, este lineamiento busca implementar mecanismos para asegurar el cumplimiento normativo que involucra a las ZEE, por parte de los usuarios y las administraciones de las ZEE, con el propósito de garantizar el funcionamiento previsible, seguro y eficiente de estas herramientas de comercio exterior, en concordancia con las recomendaciones y estándares internacionales aplicables, en particular con las disposiciones de la OCDE, que promueven prácticas transparentes y seguras en las ZEE.

Asimismo, se requiere promover las inversiones en infraestructura y servicios especializados para el inversionista en las Zonas Económicas Especiales, a fin de que puedan configurarse como espacios atractivos para la instalación y el óptimo funcionamiento de las empresas, a través de la gestión de la inversión pública y el impulso a un modelo de gestión privado que fortalezca la competitividad de las ZEE.

Adicionalmente, se requiere promover el desarrollo de infraestructura de calidad en las áreas aledañas a las ZEE, que permitan garantizar la conectividad de dichos espacios y la atracción de potenciales operadores y empresas generadoras de valor agregado a las ZEE. Al respecto, para que las ZEE sean competitivas, es fundamental que cuenten con infraestructura adecuada, que incluya el abastecimiento de electricidad, agua y telecomunicaciones para las actividades de las empresas, además de la construcción de vías, tal como se identificó en el diagnóstico de la PNMCE.

⁶⁶ Los incentivos tributarios incluyen los beneficios en materia de tributación interna y los derechos arancelarios suspendidos. Por su parte, los incentivos aduaneros abarcan las facilidades aduaneras distintas a las aplicadas en el resto del territorio nacional, orientadas a simplificar y mejorar las condiciones para la gestión de la mercancía y la realización de actividades permitidas dentro de las ZEE.

Lineamiento 4.3: Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales

De acuerdo al diagnóstico de la causa directa 4, las mercancías que se producen y exportan desde las ZEE corresponden mayormente a manufactura primaria asociada al sector agroindustrial, por lo que se ve necesario impulsar planes de desarrollo priorizando sectores de alto valor agregado o productos en los que el Perú tenga ventaja competitiva frente a economías vecinas⁶⁷; y generar un entorno competitivo que favorezca el incremento de la participación de las empresas de las ZEE en el comercio exterior.

En ese sentido, este lineamiento contempla la atracción de inversiones de capital nacional y extranjero en sectores estratégicos, que coadyuven a dinamizar la actividad productiva y exportadora de las ZEE en sectores de alto valor agregado.

Asimismo, el potencial de las ZEE para impulsar el comercio exterior se ve incrementado al integrarlas con infraestructura productiva (tales como parques industriales, zonas industriales existentes, entre otras), logística (vías nacionales y subnacionales, puertos, aeropuertos, plataformas logísticas, entre otros), y tecnológica, favoreciendo el desarrollo de clústeres en sectores estratégicos de alto valor agregado, a través de una adecuada priorización de potenciales industrias, basada en las ventajas competitivas locales actuales y futuras, capacidades existentes y planes de desarrollo. Dichos clústeres permiten generar escala en la oferta productiva-exportadora de las ZEE, encadenamientos productivos, generación de empleo, y fortalecimiento de capacidades de la población, entre otros beneficios.

OP 5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior

A tal efecto, el OP5 cuenta con cuatro (04) lineamientos que buscan lograr un entorno consolidado de interacción de los diferentes actores vinculados al comercio exterior, así como fortalecer las capacidades de los actores del comercio exterior en el país, los cuales se detallan a continuación:

Lineamiento 5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.

De acuerdo al diagnóstico de la causa directa 5 de esta PNMCE, la implementación de estrategias que incluyan aspectos de transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios, es clave para el sector comercio exterior, que es altamente competitivo a nivel mundial⁶⁸. Asimismo, en el marco del análisis prospectivo realizado en esta política, y en línea con el Observatorio Nacional de Prospectiva de CEPLAN, se identifica que la transformación digital y el comercio electrónico están entre las principales tendencias que afectan el comercio internacional y el desarrollo de nuevos modelos de negocios.

Asimismo, según la reciente evaluación del estado de preparación para el comercio electrónico en el Perú realizada por la UNCTAD (2023)⁶⁹, considerando que la transformación digital involucra toda la cadena de valor y los ecosistemas de negocios; es clave fortalecer la articulación y coordinación

⁶⁷ Conforme a las recomendaciones de la UNCTAD (2019) las economías de ingreso medio-alto deben fomentar el desarrollo de las ZEE, entre otros, a zonas especializadas dirigidas a industrias de alto valor agregado o al desarrollo de segmentos de la cadena de valor. Ver: [World Investment Report 2019: Special Economic Zones](#).

⁶⁸ Teniendo como referencia el Plan Estratégico Nacional Exportador PENX -2025 y los informes de UNCTAD 2023.

⁶⁹ <https://unctad.org/es/isar/publication/peru-etradereadiness-assessment>

multisectorial y con el sector privado. En dicho análisis, se concluye que, si bien el Perú tiene un gran potencial para beneficiarse del comercio electrónico y ha comenzado a construir un entorno propicio, se debe fortalecer la articulación público – privada para el desarrollo de áreas fundamentales como: la infraestructura y conectividad digital, el comercio y la logística, los pagos digitales y la creación de capacidades de transformación digital en las empresas, en especial las MIPYME.

Es por ello, que, en el marco del objetivo prioritario dirigido a fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior, es clave que se desarrollen actividades dirigidas al desarrollo de capacidades en materia de transformación digital y comercio electrónico en las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.

En ese contexto, este lineamiento aborda la problemática identificada vinculada al escaso uso de las tecnologías digitales para el comercio exterior, principalmente, considerando el análisis de la situación futura sobre las tecnologías de la información y comunicación, especialmente en torno al avance de la transformación digital, el uso del *big data* y la inteligencia artificial. Además, se busca mitigar los riesgos que implica para las empresas vinculadas al comercio exterior el no adecuarse a las tendencias de la digitalización, e impulsar la adopción de medidas proactivas para asegurar que la transformación digital sea aprovechada por las empresas peruanas para incursionar con mayor facilidad y niveles de competitividad en el comercio exterior, utilizando en particular el comercio electrónico como un medio para desarrollar el comercio exterior peruano, acercando a los exportadores peruanos a sus consumidores finales y generando oportunidades de negocio que no existirían en otro escenario.

Asimismo, dada la importancia y los avances de la transformación digital para el comercio exterior y su consideración es transversal a la PNMCE, es necesario contar con un esfuerzo de articulación que asegure la implementación de iniciativas ordenadas, coherentes y con visión de largo plazo que faciliten el comercio exterior, con los sectores involucrados, la participación y aportes de los gremios empresariales y actores del comercio exterior. Esto permitirá que el sector exportador peruano sea más competitivo y esté alineado con las tendencias globales.

Lineamiento 5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.

El fortalecimiento de capacidades se divide en dos grupos: el desarrollo de capital humano de las empresas para el comercio exterior y el fortalecimiento capacidades de actores públicos, privados y de la academia, que brindan servicios de apoyo al comercio exterior, especialmente en las regiones. Se advierte que las insuficientes capacidades de los actores del sector comercio en Perú limitan su crecimiento, competitividad y sostenibilidad; por ello, resulta necesario incrementar los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios, de acuerdo con las necesidades descritas en el diagnóstico de la Causa Indirecta 5.2 de la PNMCE, a fin de cerrar las brechas identificadas y contribuir al objetivo prioritario de fortalecer los entornos colaborativos en este sector.

En ese sentido, este lineamiento abarca programas de desarrollo de capacidades dirigidos a diferentes tipos de actores vinculados al desarrollo del comercio exterior. Bajo este marco, se orientan acciones en diferentes temáticas vinculadas al comercio exterior (acuerdos comerciales, requisitos técnicos para el comercio exterior, gestión del comercio exterior, certificaciones para el comercio exterior, fortalecimiento organizacional y asociatividad, entre otros), con grados de especialización y acompañamiento que varíen según las necesidades de los actores.

Además, si bien se ha implementado un enfoque territorial en el fortalecimiento de capacidades en comercio exterior, resulta necesario incluir mecanismos para transversalizar el enfoque de género y de interculturalidad. De forma transversal, este lineamiento se enfoca en desarrollar un capital humano capacitado y especializada en Comercio Exterior, capaz de enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado internacional, especialmente en las MIPYME, con acciones que contribuyan a que las mismas puedan generar escala, incrementar el valor agregado de sus bienes y servicios, aprovechar oportunidades comerciales, y consolidarse como empresas exportadoras.

Por otro lado, este lineamiento se enfoca también en el fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de perfiles idóneos de los actores públicos vinculados al desarrollo y fortalecimiento del comercio exterior, los mismos que requieren de conocimientos técnicos especializados en línea con las mejores prácticas internacionales. Ello abarca al sector público nacional, con especial énfasis en las instancias regionales y locales, que brindan soporte y servicios a las empresas vinculadas al comercio exterior. Adicionalmente, se incluye el fortalecimiento de capacidades y un trabajo conjunto con las organizaciones que prestan servicios y representan a empresas del comercio exterior (gremios, asociaciones, cámaras regionales); y un interrelacionamiento con el sector académico vinculado al desarrollo y fortalecimiento de capacidades en materia de comercio exterior.

Lineamiento 5.3: Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.

Este lineamiento aborda la necesidad de fortalecer la institucionalidad y gobernanza del comercio exterior, a través de una mejor articulación pública y público-privada que contribuya con el desarrollo del comercio exterior.

En efecto, se reconoce el rol de MINCETUR como órgano rector de la política de comercio exterior, la cual, al ser una política multisectorial, requiere de la participación de diversas entidades del sector público y privado. Por ello, deben establecerse mecanismos que garanticen una estrategia unificada y coherente, evitando la duplicidad de funciones en la gestión pública.

En ese sentido, este lineamiento tiene por objeto fortalecer los mecanismos de gobernanza y de articulación institucional entre entidades vinculadas al comercio exterior, a lo largo de la cadena productiva-logística-exportadora, lo cual resulta esencial al objetivo prioritario de fortalecer los entornos colaborativos en el sector comercio exterior. Lo anterior, se sustenta en la necesidad de alcanzar condiciones necesarias para el desarrollo y aprovechamiento del agro, producción pesquera, acuícola, industrial y de servicios con miras a la exportación, para lo cual resulta importante consolidar sinergias y mecanismos de articulación institucionalizados que involucren al sector público y privado, con el fin evitar la duplicidad de esfuerzos y se asegurar una coherencia a lo largo de la cadena, en beneficio de las empresas a quienes se debe poder orientar y brindar información con un enfoque sistémico e integral del comercio exterior.

Por otro lado, este lineamiento pone especial énfasis en un trabajo con enfoque territorial, a través del fortalecimiento de la institucionalidad regional relacionada al comercio exterior y de mecanismos público-privados regionales de comercio exterior, resaltando los Comités Regionales de Exportación - CERX como mecanismo de seguimiento e implementación de los Planes Regionales de Exportación - PERX, que permiten abordar la problemática específica vinculada al comercio exterior en cada región.

Finalmente, este lineamiento considera el fortalecimiento de los mecanismos institucionales de coordinación y diálogo, con apoyo importante de la cooperación técnica internacional, que faciliten

una mayor participación de actores privados (entre ellos, gremios empresariales, asociaciones de productores, y organizaciones de la sociedad civil), quienes juegan un rol fundamental en la política comercial, brindando aportes para la formulación de políticas, así como acompañando la ejecución y monitoreo de acciones destinadas al desarrollo del comercio exterior.

Lineamiento 5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones

Este lineamiento está orientado a la mejora continua de las herramientas para el desarrollo y acceso a la información en comercio exterior de bienes y servicios, que favorezca a los actores de comercio exterior en la toma de decisiones de política comercial; lo cual contribuye al objetivo prioritario de fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior. Este lineamiento incluye un trabajo de articulación de la información que generan distintos actores públicos y privados, que coadyuve al diseño de políticas públicas para el desarrollo de comercio exterior, se destaca la importancia de la información estadística sobre el sector de comercio de servicios, en particular sobre servicios basados en conocimiento, así como una mayor difusión de estadísticas de comercio en valor agregado⁷⁰. Asimismo, se busca generar información especializada acerca de comercio y género en el Perú, que permita focalizar las iniciativas en materia comercial para asegurar una igualdad de oportunidades para mujeres y hombres en el comercio exterior.

4.3. Servicios con indicadores y logros esperados

Los servicios que entregarán las entidades públicas en el marco de la PNMCE se definen a nivel de producto y operativizan los lineamientos identificados anteriormente y permitirán contribuir al logro de los objetivos prioritarios, a fin de satisfacer las necesidades y expectativas de la población afectada por el problema público identificado en la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040.

Para la definición de los servicios se ha tomado en cuenta enfoques transversales como el territorial, de interculturalidad y de género. Asimismo, por cada servicio, se han identificado estándares de cumplimiento con los que se busca continuidad, oportunidad, fiabilidad, idoneidad, integralidad, articulación, pertinencia, y periodicidad. En ese sentido, para cada servicio, se establecen indicadores de cobertura y de calidad en base a dichos estándares.

Cabe indicar, que, debido al carácter multisectorial de la Política Nacional, los servicios y/o actividades operativas serán brindados, además del MINCETUR, por diferentes entidades del sector público, en el marco de sus competencias y funciones, incluyendo: PROMPERU, MIDAGRI, SENASA, SANIPES, DIGEMID, PRODUCE, MRE, INACAL, DIGESA, INDECOPI, SUNAT, MININTER, MINAM, entre otros.

Considerando lo antes señalado y las alternativas de solución a nivel productos se estableció los siguientes servicios:

⁷⁰ MINCETUR viene utilizando información de Comercio en Valor Agregado (TiVA) de la base OCDE/OMC, en la cual participa Perú.

Tabla 26. Matriz de Servicios de la PNMCE

Código Servicio	Objetivo Prioritario	Lineamiento	Servicio	Alternativa de solución (producto)	Proveedor del Servicio	Receptor del Servicio
S.1.1.1.	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales oportuno para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.	Consolidar una red de inteligencia y vigilancia de mercados internacionales, que mejore la producción y difusión de información de mercados.	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ	Empresas exportadoras y con potencial exportador
		L.1.2: Mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales para los bienes y servicios, en beneficio de las empresas.	No considera servicios (Lineamiento normativo e instrumental)			
S. 1.3.1		L.1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.	S1.3.1 Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior.	Aprovechamiento de instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior y atención de posibles barreras comerciales	Responsable: MINCETUR Con participación de: INDECOPI, SENASA, DIGESA, DIGEMID, SANIPES,	Empresas vinculadas con el comercio exterior: Empresas exportadoras o con potencial exportador, empresas importadoras, y operadores de comercio exterior.

					reguladores en general.	
S. 1.3.2			S1.3.2. Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, a los productores, exportadores e importadores.	Aprovechamiento de instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior y atención de posibles barreras comerciales	MINCETUR	Productores, exportadores e importadores.
S.1.4.1		L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.	Establecer mecanismos de atracción de inversiones para el desarrollo del sector de servicios, la mejora de la oferta exportable con componente tecnológico o de innovación, y la generación de encadenamientos productivos para la exportación.	PROMPERU	Empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir o reinvertir en el Perú
S.1.5.1		L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	Fortalecer la promoción comercial, a fin de ampliar su alcance en términos de empresas y sectores atendidos, y de adaptar sus servicios a la madurez y nivel de	PROMPERU	Empresas exportadoras o con potencial exportador

S.1.5.2		empresas exportadoras.	S1.5.2: Organización de espacios de articulación comercial de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior.	consolidación de empresas de distintos tamaños.	MRE	Actores de interés de la política exterior
S.2.1.1	OP 2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio exterior, para los usuarios del comercio exterior en el país.	L2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindada de manera continua para los usuarios de comercio exterior.	Fortalecer la conectividad multimodal y logística para el comercio exterior.	MTC	Usuarios del comercio exterior
S.2.1.2			S2.1.2. Organización de espacios de articulación para la atracción de inversiones extranjeras en proyectos de infraestructura pública del sistema logístico, de manera continua, dirigidos a entidades públicas.		MRE	ProInversión, MTC, Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales (Municipalidades), ANP, ANIN
S.2.1.3			S2.1.3. Control de ingreso de mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para los operadores de comercio exterior.		SUNAT	Operadores de comercio exterior
S.2.2.1		L2.2: Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los	S2.2.1. Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.	Modernizar los procedimientos de comercio exterior y los servicios logísticos para	MINCETUR	Usuarios de comercio exterior

S.2.2.2		usuarios de comercio exterior	S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	los usuarios del comercio exterior.	Responsable: MINCETUR	Operadores de comercio exterior, importadores y exportadores.
S.2.2.3			S2.2.3. Gestión de información de servicios logísticos continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		MINCETUR	Usuarios de comercio exterior.
S.2.2.4			S2.2.4. Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de manera oportuna a los operadores de comercio exterior.		MINCETUR	Usuarios de comercio exterior.
S.2.3.1		L2.3: Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país	S2.3.1. Detección de amenazas e incumplimientos aduaneros en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	Mejorar los servicios logísticos y la seguridad de la cadena logística	SUNAT	Usuarios de comercio exterior.
S.2.3.2			S2.3.2. Intervenciones policiales, contra la criminalidad dedicada al tráfico ilícito de drogas y delitos conexos en la cadena logística, de manera oportuna, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		MININTER	Usuarios de comercio exterior.

S.2.3.3			S2.3.3. Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera oportuna, para las empresas exportadoras y con potencial exportador.		Responsable: PRODUCE CLCDAP	– Mipyme en 18 regiones.
S.2.4.1		L2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país	S2.4.1. Asistencia técnica oportuna en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior	Brindar asistencia para el aprovechamiento de los nodos logísticos regionales y su integración a los corredores logísticos sudamericanos.	MINCETUR	Usuarios de comercio exterior.
S.2.4.2			S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional, idónea en beneficio de los gobiernos regionales.		MTC	Gobiernos Regionales
S.3.1.1	OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.	Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo exportador de bienes y servicios y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales.	Responsable: MINCETUR Con participación de: PRODUCE, MIDAGRI, MINAM, PROMPERU, INACAL	Empresas y organizaciones de productores exportadoras y con potencial exportador

	exportadoras y con potencial exportador					
S.3.1.2			S.3.1.2. Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportunas dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador.		Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ	Empresas exportadoras y con potencial exportador del sector servicios
S.3.2.1		L3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuna para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.	Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo exportador de bienes y servicios y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales.	Responsable: MINCETUR Con participación de: MIDAGRI, PROMPERU, PRODUCE	Empresas y organizaciones de productores exportadoras y con potencial exportador
		L3.3: Fortalecer el marco normativo para impulsar las actividades de comercio exterior de servicios de las empresas peruanas.	Sin servicio (Lineamiento normativo e instrumental)			
S.3.4.1		L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no	S.3.4.1. Financiamiento para la internacionalización oportuno para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Fortalecer el financiamiento para el comercio exterior.	MINCETUR	Empresas exportadoras y con potencial exportador.

S.3.4.2		financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsables, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.		Responsable: MINCETUR Con participación de: PRODUCE - PROINNOVATE y MIDAGRI - AGROIDEAS	Empresas exportadoras y con potencial exportador, con énfasis en Mipyme y organizaciones de productores
S.3.5.1		L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.	Promover la investigación, desarrollo e innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios basados en el conocimiento.	Responsable: MINCETUR Con participación de: PRODUCE – ITP PROMPERU, INIA	Empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.
S.3.6.1		L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.	Promover el desarrollo del comercio sostenible para las exportaciones.	Responsable: MINCETUR Con participación de: MINAM, PRODUCE, PROMPERU	Empresas exportadoras y con potencial exportador
S.4.1.1.	OP4: Incrementar la participación de las empresas de las	L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las ZEE en las cadenas regionales y globales de valor.	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad, oportuno para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.	Establecer incentivos de carácter no tributario orientados a incrementar la competitividad de las empresas en las ZEE.	Responsable: MINCETUR Con participación de: PRODUCE, SUNAT	Empresas de las Zonas Económicas Especiales

S.4.1.2.	Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano		S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.		Responsable: MINCETUR Con participación de: PRODUCE	Empresas de las Zonas Económicas Especiales
S.4.2.1		L4.2: Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las ZEE.	S4.2.1. Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura de manera oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales.	Incentivar la inversión en infraestructura para la atracción de operadores y empresas generadoras de valor agregado en las ZEE.	MINCETUR	Administraciones de las Zonas Económicas Especiales
S.4.2.2			S4.2.2. Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.	Garantizar las condiciones favorables para la atracción de inversión en las ZEE.	MINCETUR	Administraciones y empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales
S.4.3.1		L4.3: Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las ZEE	S4.3.1. Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.	Fortalecer la conformación de clústeres en sectores estratégicos a través de la integración de las ZEE con infraestructura productiva, logística y tecnológica.	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ, PRODUCE	Administraciones de las ZEE

S.5.1.1	OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Fomentar la transformación digital y comercio electrónico en las empresas.	Responsable: PROMPERU.	Empresas exportadoras y con potencial exportador de los sectores de vestimenta, manufacturas diversas y alimentos.
S.5.1.2			S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.		Con participación de: MINCETUR	
S.5.2.1		L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.	Desarrollar las capacidades de los actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	Responsable: MINCETUR	Empresas exportadoras y con potencial exportador
S.5.2.2			S5.2.2 Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.		Con participación de: AGROMERCADO, INACAL, INDECOPI	
S.5.2.3			S5.2.3. Capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.		PROMPERU	Empresas exportadoras y con potencial exportador
					Responsable: MINCETUR	Empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de

					PROMPERÚ	pueblos indígenas u originarios
S.5.2.4			S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportuno dirigido a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.	Desarrollar las capacidades de los actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	MINCETUR	Profesionales de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.
S.5.2.5			S5.2.5 Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.		MRE - APCI	Empresa privada, academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior
S.5.3.1		L5.3: Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.	S5.3.1. Asistencia técnica integral para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior dirigido a miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.	Fortalecer el marco institucional, información y los mecanismos de articulación público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios y para la toma de decisiones de política comercial.	MINCETUR	Actores públicos, privados y de la academia vinculados al desarrollo del comercio exterior

S.5.3.2			S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continuo para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.		MINCETUR	Entidades públicas vinculados al desarrollo del comercio exterior
S.5.4.1		L5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo, para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.		MINCETUR	Actores del comercio exterior.

4.3.1. Fichas de servicios y estándares de cumplimiento

FICHA DE SERVICIOS	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP1 Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento	L.1.1 Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.
Nombre del servicio	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales oportuno para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en elaborar y proporcionar información cuantitativa y cualitativa de inteligencia comercial y estratégica sobre oportunidades comerciales en mercados internacionales, que permita a las empresas exportadoras y con potencial exportador, así como a las organizaciones, tomar decisiones informadas en el ámbito global para aprovechar las oportunidades comerciales, incluyendo aquellas derivadas de los acuerdos comerciales. Actualmente, la gestión de la información incluye la planificación, producción, difusión a través de plataformas digitales, capacitaciones y asistencias técnicas en materia de oportunidades comerciales, teniendo en cuenta lo priorizado en el marco del Comité Multisectorial de Mercados Internacionales de naturaleza público – privada. Para ello, anualmente, MINCETUR y PROMPERÚ realizan una programación de los productos de inteligencia comercial a ser desarrollados. La mejora del servicio se sustenta en la producción de información especializada sobre oportunidades comerciales en mercados internacionales considerando las nuevas tendencias y necesidades de las empresas exportadoras y con potencial exportador. Asimismo, se mejorará la plataforma digital a fin de que sea más ágil, accesible y personalizada, para los usuarios.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional. Está disponible para empresas exportadoras y con potencial exportador en todo el territorio peruano.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que la información de oportunidades comerciales se entrega de manera oportuna, cuando los productos de inteligencia comercial (estudios de mercado, fichas producto – mercado, entre otros) se publican de acuerdo con el cronograma anual de cada institución. Ello permitirá a la empresa exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios, contar con información que les ayude a tomar decisiones de exportación de manera eficiente y efectiva.

Indicador de calidad	Porcentaje de productos de inteligencia comercial que se publican en los plazos programados.
Indicador de cobertura	1. Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben información estratégica de inteligencia comercial. 2. Número de productos de inteligencia comercial accedidos por los usuarios a través de la plataforma digital.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento	L.1.3 Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.
Nombre del servicio	S1.3.1 Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior.
Tipo de servicio	Nuevo
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	Este servicio establece un mecanismo estructurado para la atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, por medidas establecidas por los socios comerciales y que impacten en las empresas peruanas exportadoras y con potencial exportador, o medidas establecidas por las entidades peruanas que puedan afectar las importaciones destinadas al Perú. En tal sentido, el servicio incluye un sistema de alerta temprana que permita la identificación y comunicación de tales medidas y la realización de gestiones para su atención, que permitan a las empresas prevenir dichas contingencias, o tomar acciones para su adaptación. En este proceso se prevé la participación de las entidades de gobierno competentes para la identificación temprana de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, tanto para las operaciones de exportación como de importación, y la formulación de una estrategia coordinada para la atención de tales contingencias, en beneficio de las empresas vinculadas al comercio exterior.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de: INDECOPI, DIGESA, DIGEMID, SANIPES, reguladores en general, en el marco de sus competencias.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas vinculadas con el comercio exterior: Empresas exportadoras o con potencial exportador, empresas importadoras, y operadores de comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	El servicio permitirá la detección temprana y atención oportuna de posibles contingencias que pueden afectar el comercio exterior de las empresas. Se considera que el servicio es oportuno cuando se hayan iniciado acciones o gestiones para la atención de medidas, dentro de los 60 días desde su identificación.
Indicador de calidad	Porcentaje de posibles contingencias atendidas oportunamente.
Indicador de cobertura	Número de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior peruano atendidas.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento	L.1.3. Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.
Nombre del servicio	S1.3.2. Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, a los productores, exportadores e importadores.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	No Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio de certificación y verificación de origen de las mercancías consiste en los procedimientos relacionados con la emisión de las pruebas de origen bajo diversos sistemas de certificación, así como en la validación posterior del origen de las mercancías que se benefician de las preferencias arancelarias en cumplimiento de la normativa de origen establecida en los acuerdos comerciales suscritos por el Perú, respectivamente. Los beneficiarios de dicho servicio son exportadores que han tramitado una prueba de origen bajo los diversos sistemas de certificación, así como los importadores que se acogen a las preferencias establecidas en los acuerdos comerciales del Perú. Este servicio es mejorado porque incluirá la realización, por parte de Mincetur, de asistencias técnicas, visitas y evaluaciones a las empresas y entidades gremiales certificadoras, con la finalidad de asesorar en el cumplimiento de los sistemas de certificación, y promover el correcto uso de las reglas de origen para el aprovechamiento de los acuerdos comerciales por parte de las empresas. Con ello permitirá que las mercancías exportadas originarias de Perú sean más competitivas a nivel internacional y que las mercancías importadas se favorezcan de las preferencias arancelarias.
Proveedor del servicio	MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Productores, exportadores e importadores.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Fiabilidad
Descripción del estándar	Los servicios de certificación y verificación de origen se realizan de manera adecuada a través del componente de origen de la VUCE, en favor de las empresas exportadoras e importadoras. El servicio es fiable, en la medida que los certificados de origen se emitan correctamente a través de la VUCE, cumpliendo con las reglas de origen de los acuerdos comerciales.
Indicador de calidad	Porcentaje de certificados de origen correctamente emitidos.
Indicador de cobertura	Número de certificados de origen emitidos.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
Lineamiento	L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.
Tipo de servicio	Nuevo.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	Este servicio especializado es prestado por la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ. Tiene como objetivo facilitar el proceso de inversión y reinversión en el Perú por parte de empresas de capital extranjero, brindando información estratégica, asistencia personalizada, orientación oportuna e impulso de propuestas para mejorar el clima de inversión extranjera en el país. El servicio consiste en la atención integral a empresas extranjeras interesadas en establecerse o expandir sus operaciones en el país. Esto incluye desde la primera consulta hasta el acompañamiento en la toma de decisiones de inversión, con apoyo técnico e institucional a fin de que el proceso de inversión o reinversión sea lo más fluido posible. Se articula con las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX), e integra el uso del Sistema de Inteligencia Estratégica en Inversiones Empresariales y el Portafolio de Oportunidades de Inversiones Empresariales. Está dirigido a empresas de capital extranjero interesadas en invertir o reinvertir en el Perú, especialmente en sectores estratégicos priorizados. También beneficia a las regiones receptoras de inversión, al entorno empresarial local y al ecosistema exportador que se fortalece con nuevas inversiones. La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ lidera la implementación del servicio mediante: ▪ Canales digitales y presenciales de atención al inversionista. ▪ Coordinación con las OCEX para detectar, atraer y acompañar potenciales inversionistas extranjeros. ▪ Uso de herramientas de inteligencia estratégica e información sectorial. ▪ Desarrollo continuo de acciones de promoción y protocolos de atención personalizada. ▪ Impulso de propuestas para mejorar el clima de inversión extranjera.
Proveedor del servicio	PROMPERÚ
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir o reinvertir en el Perú
Alcance del servicio	Nacional

(nacional , regional y local)	
Estándares de cumplimiento	Idoneidad
Descripción del estándar	Se considera que el servicio de información es idóneo cuando durante el proceso de atención por parte de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales (DI) de PROMPERÚ, las empresas interesadas en invertir o reinvertir en el Perú reciben información especializada, adaptada a su interés sectorial, territorial o estratégico.
Indicador de calidad	Porcentaje de empresas extranjeras que han recibido información especializada durante su proceso de atención/asistencia.
Indicador de cobertura	Número de empresas extranjeras asistidas en el proceso de inversión o reinversión

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios
Nombre del servicio	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio de emparejamiento comercial, brindado por Promperú, consiste en la provisión de agendas de reuniones de negocios a empresas exportadoras y con potencial exportador, conectándolas con compradores internacionales interesados en la oferta exportable peruana de bienes y servicios del Perú. Estas agendas se desarrollan en el marco de actividades de promoción comercial tales como: ferias internacionales especializadas, ruedas de negocios, misiones comerciales, entre otras. El servicio incluye la identificación de potenciales compradores especializados; el seguimiento a las empresas participantes, a fin de evaluar la efectividad y satisfacción del servicio. La mejora del servicio consiste en incluir nuevas actividades de promoción comercial, con el fin de ampliar posibilidades de generar agendas de negocios como plataformas comerciales virtuales. Además, se implementará mecanismos para mejorar la identificación de compradores especializados, según las líneas de productos de las empresas peruanas, como gestores comerciales en mercados de destino.
Proveedor del servicio	PROMPERÚ
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras o con potencial exportador
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Idoneidad:
Descripción del estándar	El servicio de emparejamiento comercial es idóneo cuando las agendas de reuniones responden a las necesidades de las empresas exportadoras y con potencial exportador, y las conectan con compradores internacionales especializados según su oferta exportable, permitiendo generar oportunidades de negocios.
Indicador de calidad	Porcentaje de agendas comerciales implementadas de manera idónea
Indicador de cobertura	Número empresas que reciben el servicio de emparejamiento comercial.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
Lineamiento	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S1.5.2: Organización de espacios de articulación comercial de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en la planificación, organización, ejecución y monitoreo de espacios de articulación de oportunidades comerciales internacionales, tales como: foros, ruedas de negocios, ferias, seminarios, webinars, presentaciones país y otros eventos estratégicos. Estas acciones se desarrollan por el Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de sus Órganos del Servicio Exterior en el marco de la política exterior; para lo cual se realizará un cronograma anual de los espacios de articulación de oportunidades comerciales internacionales a ser desarrolladas. Este servicio tiene como beneficiarios a los actores de interés de la política exterior, tales como empresas exportadoras, gremios empresariales, etc. El servicio es mejorado mediante la priorización de acciones de mayor impacto, la incorporación de herramientas digitales que amplían el acceso de un público objetivo, así como la implementación de un sistema de monitoreo continuo que permita la mejora del servicio.
Proveedor del servicio	MRE - Dirección de Promoción Comercial.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Actores de interés de la política exterior
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Continuidad
Descripción del estándar	Los Órganos del Servicio Exterior organizan con periodicidad mensual los espacios de articulación para la promoción de las exportaciones peruanas de bienes y servicios, a fin de fortalecer su posicionamiento y competitividad en mercados internacionales.

Indicador de calidad	Porcentaje de espacios de articulación comercial organizados de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior
Indicador de cobertura	Número de espacios de articulación comercial realizados.

FICHA DE SERVICIOS	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindada de manera continua para los usuarios de comercio exterior.
Tipo de servicio	Nuevo
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en generar y difundir información confiable sobre el proceso de desarrollo de plataformas logísticas priorizadas en el Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte (PNSILT). Se incluye la provisión de datos sobre: • Plataformas registradas en los sistemas oficiales de inversión pública, como idea o proyecto de inversión (IMIAPP, INVIERTE.PE) • Plataformas con proyectos en fase de formulación y evaluación. • Plataformas en ejecución e implementación. Las plataformas logísticas son áreas estratégicas ubicadas en un nodo y/o corredor logístico, que cuenta con la infraestructura y los proveedores de servicios necesarios para facilitar las actividades relativas al transporte, logística, ruptura de carga, cambio de modo de transporte y/o distribución de la carga de tránsito nacional o internacional, donde los distintos actores dueños de carga y los prestadores de servicios logísticos coordinan sus acciones. Este servicio permite que los usuarios de comercio exterior cuenten con información confiable, que brinde predictibilidad y transparencia, sobre las plataformas logísticas, fortaleciendo la toma de decisiones, la articulación y eficiencia con las cadenas de suministro, de tal manera que se beneficia el flujo de las mercancías orientadas al comercio exterior.
Proveedor del servicio	MTC
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Usuarios de comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Continuidad
Descripción del estándar	La provisión de la información sobre el desarrollo de las plataformas logísticas se realizará bajo los estándares del sistema de inversiones (IMIAPP e INVIERTE.PP) de manera semestral, la cual será publicada para brindar predictibilidad sobre el avance de la implementación de los proyectos sobre plataformas logísticas.
Indicador de calidad	Porcentaje de reportes de información sobre plataformas logísticas publicados de manera continua.

Indicador de cobertura	Numero de plataformas sobre las cuales se brinda información en los reportes semestrales.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.1.2. Organización de espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior de manera continua dirigidos a entidades públicas. .
Tipo de servicio	Nuevo
Naturaleza del servicio	Administrativo
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en establecer espacios de articulación para identificar y promover oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior, mediante la organización de eventos, foros y mesas de trabajo en coordinación con entidades públicas como el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), el Ministerio de Energía y Minas (MINEM), PROINVERSIÓN, el Ministerio de la Producción (PRODUCE) y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), con la proyección de ampliar su alcance a gobiernos locales y regionales. La prestación del servicio incluye la identificación y priorización de proyectos estratégicos, la coordinación interinstitucional y la difusión de información clave a inversionistas, contribuyendo a reducir la brecha de infraestructura logística, mejorar la conectividad para el comercio exterior y fortalecer la competitividad del país. Estos espacios de articulación se desarrollarán por el Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de sus Órganos del Servicio Exterior.
Proveedor del servicio	MRE -Dirección de Promoción de Inversiones de la Dirección General de Promoción Económica.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	ProInversión, MTC, Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales (Municipalidades), ANP, ANIN
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Continuidad

Descripción del estándar	Los Órganos del Servicio Exterior organizan con periodicidad mensual los espacios de articulación para identificar y promover oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior.
Indicador de calidad	Porcentaje de espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior realizados de manera continua en beneficio de las entidades públicas.
Indicador de cobertura	Número de entidades públicas que participan en los espacios de articulación de oportunidades de inversión realizados.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.1.3. Control de ingreso de mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para los operadores de comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	No prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio consiste en la atención durante el control de ingreso legal de mercancías al territorio nacional, previo cumplimiento de las formalidades aduaneras y demás regulaciones, con controles realizados en un solo punto, en las intendencias de aduana de frontera. El público objetivo son los operadores de comercio exterior que realizan operaciones utilizando el régimen de importación para el consumo. La mejora consiste en la reducción de tiempos de atención en el control aduanero de las operaciones de importación para el consumo. En cinco (05) años, se espera reducir el tiempo promedio de atención en una (01) hora. Para ello, se prioriza el uso de tecnología de avanzada como plataformas digitales, gestión de riesgo y el uso de escáneres de alta energía para el control no intrusivo.
Proveedor del servicio	SUNAT
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Operadores de comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Integrada.
Descripción del estándar	Asegura que todos los controles necesarios para el comercio transfronterizo se realicen de manera coordinada con autoridades nacionales e internacionales en un solo punto, evitando desplazamientos y demoras innecesarias.
Indicador de calidad	Promedio de tiempo total de liberación de mercancías que cumplan con los requisitos de importación de mercancías para el consumo en las Intendencias de Aduana de Frontera.
Indicador de cobertura	Porcentaje de Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAM) del régimen de importación para el consumo atendidas dentro de las 48 horas en las Intendencias de Aduana de Frontera

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.1. Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	Los mecanismos digitales interoperables, como plataformas tecnológicas modernas, escalables, accesibles, continuas y seguras, permiten simplificar y agilizar la gestión de los procesos y trámites, a fin de contribuir a la eficiencia de las operaciones de comercio exterior. El servicio consiste en brindar el soporte técnico y herramientas para la gestión e intercambio de información requerida o relevante para el ingreso, salida o el tránsito de las mercancías y de los medios de transporte desde o hacia el territorio nacional. Ello, incluye la gestión de la documentación e información relativa a los procedimientos y servicios que se realizan a través de la plataforma de la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE, en beneficio de los usuarios de comercio exterior (exportadores, importadores, operadores logísticos y entidades relacionadas con el comercio exterior). Así también, implementara soluciones digitales orientadas a automatizar, simplificar y agilizar los trámites vinculados al comercio internacional, garantizando así una atención más eficiente y oportuna para los usuarios, es decir la transformación de procesos manuales a digitales, así como en la optimización de los procesos actualmente digitalizados, lo que permite reducir los tiempos de atención, minimizar los costos logísticos, eliminar duplicidades y fortalecer la trazabilidad de las operaciones. El servicio incluye mejoras al aumentar la disponibilidad y alcance de la VUCE, minimizando o eliminando la interrupción del sistema debido a incidentes técnicos, para un mejor servicio en la atención de los usuarios de comercio exterior en sus operaciones. Además, se implementarán nuevos componentes a la plataforma, en coordinación de entidades públicas y privadas correspondientes.
Proveedor del servicio	MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Usuarios de comercio exterior (exportadores, importadores, operadores logísticos y entidades relacionadas con el comercio exterior).
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Continuidad.
Descripción del estándar	El servicio se brinda de manera ininterrumpida, garantizando la continuidad de las operaciones de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.

Indicador de calidad	Porcentaje de horas de disponibilidad continua de la plataforma VUCE para los usuarios de comercio exterior.
Indicador de cobertura	Número de trámites de comercio exterior realizados a través de la plataforma VUCE.

FICHA DE SERVICIO	
ELEMENTO	DESCRIPCION
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	Para el desarrollo del servicio se identifican y atienden incidencias que afectan el flujo de ingreso y salida de mercancías en la cadena logística del comercio exterior, las cuales retrasan, encarecen o dificultan los procesos logísticos, aduaneros, entre otros. El objetivo del servicio es contribuir a que las operaciones del comercio exterior se desarrollen de manera más ágil, transparente, simplificado y sea menos costoso. en beneficio de los usuarios de comercio exterior, tales como importadores, exportadores, agentes de aduana, transportistas internacionales, y entidades públicas que intervienen en las operaciones de comercio exterior. La atención de incidencias se realiza mediante capacitaciones, talleres, asistencia técnica personalizada, acompañamiento y acciones preventivas, realizando diagnósticos, reducción de trámites, evitando duplicidad de controles, incorporando criterios de gestión de riesgo y coordinación con las entidades correspondientes, en el marco de sus competencias. Asimismo, el servicio contempla mejoras orientadas a ampliar su alcance, mediante el fortalecimiento de los mecanismos de identificación y atención de incidencias en un mayor número de procesos vinculados al comercio exterior, así como la optimización de la articulación entre las entidades públicas competentes, y se incrementará el número de talleres, capacitaciones y asistencias técnicas en materia de facilitación de comercio, en beneficio tanto de los usuarios del sector público como del sector privado.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de: DIGESA, DIGEMID, SUNAT, SENASA, SANIPES, de acuerdo con las competencias de cada entidad.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Operadores de comercio exterior, importadores y exportadores.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.

Estándares de cumplimiento	Pertinencia
Descripción del estándar	El servicio se brinda de manera pertinente cuando las acciones para atender incidencias, que afectan el flujo de mercancías, se realizan en base a un diagnóstico, y las acciones correctivas y/o preventivas se realizan considerando la complejidad y el impacto de cada incidencia, asegurando una respuesta ágil y efectiva que contribuya a la continuidad de las operaciones de comercio exterior.
Indicador de calidad	Porcentaje de incidencias atendidas de manera pertinente
Indicador de cobertura	Número de usuarios beneficiados por la atención de incidencia.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.3. Gestión de información de servicios logísticos continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio consiste en proporcionar a los usuarios de comercio exterior información sobre los servicios logísticos que prestan los diferentes operadores, debidamente autorizados y habilitados por las entidades competentes, a través de un sistema de información virtual - Módulo de Información de Servicios Logísticos de Comercio Exterior (MISLO). Se incluyen datos actualizados sobre precios de servicios logísticos brindados por los operadores de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior. Este sistema de información será difundido entre los usuarios del sector público y privados, a través de talleres y capacitaciones en línea. El servicio es mejorado, en tanto que se incorporarán nuevos operadores que registran su información en el sistema y se optimizará la plataforma virtual para un mejor uso de los usuarios de comercio exterior.
Proveedor del servicio	MINCETUR - Dirección de Facilitación del Comercio Exterior
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Usuarios de comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Continuidad.
Descripción del estándar	El servicio se brinda de manera ininterrumpida, durante las 24 horas del día y los 365 días del año, garantizando la continuidad del sistema de información para los usuarios de comercio exterior.
Indicador de calidad	Porcentaje de horas de disponibilidad continua de la plataforma MISLO con disponibilidad permanente para los usuarios de comercio exterior.
Indicador de cobertura	Número de listas de precios de servicios logísticos publicados.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.4. Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de manera oportuna a los operadores de comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	No prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio de fiscalización en las operaciones de comercio exterior es un conjunto de acciones que realiza el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR con el fin de verificar, supervisar y asegurar el cumplimiento de las normas relativas la publicación y actualización de los servicios ofrecidos por los operadores de comercio exterior. Consiste en la fiscalización de los operadores de comercio exterior sobre la descripción, precios y listado de sus servicios publicados, así como la digitalización de sus procesos. En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas, se aplicarán sanciones, promoviendo así que los operadores logísticos actúen conforme a los estándares normativos. Está diseñado para ejecutarse de manera oportuna y continúa, asegurando la transparencia en la información sobre los servicios logísticos, beneficiando a los usuarios del comercio exterior. El servicio es mejorado en tanto se realizará una mayor fiscalización a los operadores de comercio exterior y se implementará un sistema de gestión de riesgo, garantizando la veracidad de las tarifas publicadas y los servicios logísticos brindados.
Proveedor del servicio	MINCETUR - Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Usuarios de comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad.
Descripción del estándar	El servicio se realiza dentro de los plazos establecidos, de acuerdo a la programación anual de fiscalizaciones.
Indicador de calidad	Porcentaje de fiscalizaciones realizadas en los plazos establecidos.
Indicador de cobertura	Número de fiscalizaciones realizadas a los operadores de comercio exterior.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país
Nombre del servicio	S2.3.1. Detección de amenazas e incumplimientos aduaneros en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	No prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio consiste en la identificación o detección de amenazas e incumplimientos relacionados con la normativa aduanera y otras mediante la aplicación de técnicas de gestión del riesgo en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior. El público objetivo son los usuarios de comercio exterior como los importadores, exportadores y agentes de aduana principalmente. La mejora del servicio consiste en optimizar la selectividad aduanera bajo una eficaz aplicación de la gestión de riesgo, enfocando los recursos en operaciones con mayor probabilidad de incumplimiento, fortaleciendo la inteligencia aduanera, el análisis de datos y los sistemas de seguridad en la cadena logística, incorporando soluciones innovadoras para optimizar el control aduanero. Se espera incrementar los hallazgos en el control concurrente, reduciendo a su vez el grado de intervención, y de esta manera facilitar el flujo del comercio exterior buscando lograr el equilibrio entre el control y la facilitación; lo cual contribuirá al fortalecimiento de la confianza de los usuarios de comercio exterior en la administración aduanera.
Proveedor del servicio	SUNAT.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Usuarios de comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Eficaz
Descripción del estándar	El servicio debe garantizar la detección oportuna de amenazas e incumplimiento aduanero en las operaciones de comercio exterior. El servicio es eficaz cuando permite detectar y actuar oportunamente frente a amenazas e incumplimientos aduaneros, logrando

	intervenciones efectivas que contribuya a la reducción de reincidencias y mejora del cumplimiento normativo, fortaleciendo así la confianza de los usuarios de comercio exterior.
Indicador de calidad	Porcentaje de ajuste tributario en las operaciones de comercio exterior con eficacia en la detección de amenazas de incumplimientos aduaneros.
Indicador de cobertura	Porcentaje de Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAMs) con incidencia en canal rojo en importación para el consumo.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.
Nombre del servicio	S2.3.2. Intervenciones policiales, contra la criminalidad dedicada al tráfico ilícito de drogas y delitos conexos en la cadena logística, de manera oportuna, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	No Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio consiste en la ejecución de operativos policiales contra el tráfico ilícito de drogas en puertos y aeropuertos a nivel nacional, los cuales se desarrollan previa coordinación y participación de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio Público, Autoridad Marítima nacional y otras entidades competentes, en la medida que se desarrollen al interior de zonas primarias, que no tenga el carácter de restringida. Estos operativos están orientados a combatir el tráfico ilícito de drogas y delitos conexos dentro de la cadena logística del comercio exterior, contribuyendo a la seguridad de las operaciones portuarias y aeroportuarias. Estos operativos se desarrollan bajo criterios técnicos de la investigación. Por ello, la mejora consiste en realizar un seguimiento periódico de las intervenciones ejecutadas, garantizando una respuesta frente a las diferentes modalidades del tráfico ilícito de drogas.
Proveedor del servicio	MININTER- PNP DIRANDRO.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Usuarios de comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	La oportunidad se entiende como la capacidad de ejecutar las intervenciones policiales en el momento adecuado, conforme a los procesos operativos vinculantes a los criterios técnicos de la investigación, de manera que se garantice la efectividad de la acción, la reducción de riesgos y el beneficio para los usuarios del comercio exterior.
Indicador de calidad	Número de intervenciones policiales ejecutadas contra el tráfico ilícito de drogas en aeropuertos y puertos a nivel nacional, oportunamente.
Indicador (Indicador de cobertura)	Por la naturaleza del servicio no se cuenta con indicador de cobertura.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.
Nombre del servicio	S2.3.3. Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera oportuna, para las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio de orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual tiene como finalidad concientizar brindar información para la prevención de conductas ilícitas relacionadas aduanas y propiedad intelectual. El servicio consiste en brindar orientación y/o capacitaciones a Mipyme en 17 regiones a nivel nacional en materia de delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual. Estas actividades son coordinadas por la Secretaría Técnica de la Comisión de Lucha Contra Delitos Aduaneros y Piratería (CLCDAP), adscrita al Ministerio de la Producción y se ejecutan según la programación de actividades de cada grupo de trabajo regional de la CLCDAP. Estas acciones permiten un mejor conocimiento a las MYPES tanto como de Marcas (Propiedad Intelectual) sobre importaciones y exportaciones (Delitos Aduaneros) para disminuir la tolerancia a los delitos mencionados en el párrafo anterior y propiciar el comercio lícito. La mejora del servicio consiste en incorporar criterios vinculados a la facilitación del comercio exterior para la planificación del contenido y ejecución de los eventos de capacitación.
Proveedor del servicio	Responsable: PRODUCE - Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Mipyme en 18 regiones del Perú (Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Ancash (Chimbote), Lima, Ica, Arequipa, Moquegua (Ilo); Tacna, Puno, Cusco, Apurímac, Madre de Dios, Huánuco, Ucayali, San Martín, Loreto
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
	Las acciones se realizan de manera oportuna, cuando se ejecutan dentro de los plazos programados de acuerdo a las reuniones de los grupos de trabajo multisectoriales

Descripción del estándar	(Comandos Regionales y Comisiones Regionales), que se realizan trimestralmente, según la programación de actividades de cada grupo de trabajo regional de la CLCDAP.
Indicador de calidad	Porcentaje de capacitaciones realizadas dentro del plazo de programación para las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Indicador de cobertura	Número de capacitaciones brindadas a Mipyme.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.
Nombre del servicio	S2.4.1. Asistencia técnica oportuna en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio busca orientar, difundir y promocionar el uso de la infraestructura y mejora de los servicios logísticos en el país, con el fin de garantizar una circulación fluida, eficiente y continua de mercancías hacia y desde los puntos de salida y entrada del Perú (puertos, aeropuertos, fronteras, plataformas logísticas, entre otros). El servicio se brinda a través de la organización de seminarios, talleres, cursos de capacitación, asistencia técnica, estudios de diagnóstico, manuales, misiones logísticas, y la articulación de acciones a nivel multisectorial con la finalidad de reducir los costos y tiempos en las operaciones de comercio exterior; impulsando el desarrollo, la integración y la competitividad regional, en beneficio de los usuarios de comercio exterior. Para ello anualmente, el Mincetur realiza una planificación de actividades a ser desarrolladas trimestralmente. La mejora del servicio se orienta a ampliar su cobertura en las regiones dentro del ámbito de influencia de los corredores en función de las necesidades y prioridades identificadas. Esto implica un incremento en la cantidad de capacitaciones, asistencias técnicas, y acciones multisectoriales.
Proveedor del servicio	MINCETUR - Dirección de Facilitación del Comercio Exterior
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Usuarios del comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera como asistencias técnicas realizadas de manera oportuna, aquellas realizadas dentro de los plazos programados.
Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas realizadas de manera oportuna.

Indicador de cobertura	Número de usuarios beneficiados por el servicio de asistencia técnica de manera oportuna.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país
Nombre del servicio	S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional, idónea en beneficio de los gobiernos regionales.
Tipo de servicio	Nuevo.
Naturaleza del servicio	Administrativo.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio consiste en brindar asistencia técnica fiable a los Gobiernos Regionales para el planeamiento logístico regional, en el marco de las intervenciones establecidas en el Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte al 2032 (PNSILT). La asistencia técnica se realiza en base a una guía metodológica, que permite identificar las características económicas, la infraestructura logística y de transportes, así como la estructura productiva y logística a nivel regional; a fin de establecer los nodos y corredores regionales, y su articulación con los corredores logísticos nacionales y el comercio exterior. Al final de la asistencia técnica, se realiza una encuesta de satisfacción a los beneficiarios para evaluar la idoneidad del servicio. A través de este servicio, se pretende contar con un diagnóstico regional, y una propuesta de programa de intervenciones en materia logística y de transporte que permitan alcanzar un mayor nivel de competitividad y desarrollo, en beneficio de los Gobiernos Regionales (GORE).
Proveedor del servicio	MTC
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Gobiernos Regionales.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional y regional.
Estándares de cumplimiento	Idoneidad
Descripción del estándar	Las asistencias técnicas a los GORE se consideran idóneas en la medida que reciben una evaluación favorable por parte de los beneficiarios, respecto de la metodología, y la información del diagnóstico regional y la propuesta de intervenciones para el planeamiento logístico y la toma de decisiones estratégicas.
Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas para el planeamiento logístico de transporte regional que reciben una opinión favorable.
Indicador de cobertura	Número de Gobiernos Regionales que reciben asistencia técnica para el planeamiento logístico.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador
Lineamiento	L3.1. Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.
Nombre del servicio	S3.1.1: Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	El servicio consiste en generar oferta exportable territorial a través de la prestación de servicios especializados de capacitación, asistencias técnicas y otros con la finalidad de cerrar brechas específicas de competitividad productiva exportadora de las empresas y organizaciones de productores que limitan su ingreso al mercado internacional. La provisión de asistencias técnicas se realizará a través de la Ruta Productiva Exportadora – RPE, así como de otras iniciativas orientadas a que los procesos y productos de los receptores del servicio cumplan con los estándares de calidad nacionales y aquellos exigidos por los mercados internacionales. Para la provisión del servicio se promueve la articulación y generación de sinergias entre entidades públicas y privadas vinculadas a la competitividad exportadora de bienes. El servicio está dirigido a empresas y organizaciones de productores exportadores y con potencial exportador de bienes, con especial énfasis en las MIPYME. La mejora del servicio implica ampliar el alcance de la RPE, incorporando más cadenas de valor y regiones beneficiadas; y el desarrollo de una plataforma electrónica para realizar el seguimiento y monitoreo, la gestión del conocimiento y la optimización de los procesos de convocatoria, incluyendo la evaluación de requisitos, diagnóstico y programación. Asimismo, se adaptará el servicio en materia de calidad conforme a la actualización constante de las normativas y requisitos exigidos por los mercados de destino, tanto en aspectos regulatorios como de demanda internacional, en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de PRODUCE-MIDAGRI – MINAM – PROMPERU - INACAL
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas y organizaciones de productores exportadoras y con potencial exportador
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	La ejecución del servicio de fortalecimiento de capacidades técnicas para el desarrollo productivo exportador se brindará dentro de la planificación anual de la Ruta Productiva Exportadora; así como, de las otras iniciativas para el aseguramiento de la calidad.
	1. Porcentaje de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizadas de manera oportuna. 2. Porcentaje de asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad y cumplimientos

Indicador de calidad	de requisitos de acceso de la oferta exportable de bienes realizadas de manera oportuna.
Indicador de cobertura	1. Número de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizados. 2. Número de asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad y cumplimiento de requisitos de acceso de la oferta exportable de bienes realizadas.

FCIHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador
Lineamiento	L3.1. Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.
Nombre del servicio	S3.1.2: Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportunas dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en la provisión de asistencias técnicas generales y especializadas a las empresas exportadoras del sector servicios basados en el conocimiento. Asimismo, se realiza la identificación de empresas de servicios con potencial exportador a nivel nacional, a fin de mejorar sus capacidades y oferta exportable, para promover su internacionalización. Para ello, anualmente, Mincetur y Promperú realizan una programación de asistencias técnicas a ser desarrolladas en base al trabajo de identificación de empresas y sus necesidades. La mejora de servicio consiste en ampliar el alcance en términos de incorporación de nuevas empresas a nivel nacional, asimismo incorpora nuevas temáticas en las asistencias técnicas generales y especializadas para las empresas exportadoras y con potencial exportador del sector servicios, en línea con las nuevas tendencias del mercado global. Además, se incluye mejoras en la articulación y sinergia con otras instituciones públicas para hacer más eficiente y eficaz la prestación del servicio, promoviendo iniciativas alineadas con las necesidades específicas de las empresas del sector servicios.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador del sector servicios
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que los servicios de asistencia técnica se realizan de manera oportuna cuando se brindan de acuerdo a la programación anual realizada por MINCETUR y PROMPERU. Ello permitirá a las empresas exportadoras y con potencial exportador del sector servicios contar con capacidades fortalecidas, que les permitan participar en acciones de promoción comercial programadas; y aprovechar las oportunidades del mercado global oportunamente.

Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas de manera oportuna.
Indicador de cobertura	Número de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador
Lineamiento	L3.2. Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.
Nombre del servicio	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuna para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	El servicio está orientado a fortalecer las capacidades a través de asistencias técnicas, incluyendo capacitaciones, dirigidas a empresas o sus modalidades asociativas y organizaciones de productores exportadoras y con potencial exportador de bienes, para la adopción y gestión de modelos asociativos y encadenamientos productivos para la exportación. Su objetivo es promover la asociatividad e integración de actores clave en las cadenas de valor, con especial énfasis en las Mipyme. A tal efecto, anualmente, las entidades proveedoras del servicio realizarán una programación de las asistencias técnicas a ser desarrolladas. La mejora del servicio contempla una mayor especialización en las temáticas abordadas, así como la inclusión de nuevas líneas de intervención, tales como la optimización y mejora de procesos, fortalecimiento del poder de negociación y desarrollo de imagen corporativa, con el propósito de fortalecer la gobernanza en los modelos asociativos, la articulación comercial y la gestión exportadora. Además, se promoverá una mayor articulación y sinergia con otras instituciones públicas, privados y academia, para ampliar el alcance del servicio en las regiones de país, y mejorar su eficiencia y eficacia, impulsando iniciativas alineadas con las necesidades del sector exportador.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación: MIDAGRI, PROMPERU, PRODUCE
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas y organizaciones de productores exportadoras y con potencial exportador.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que los servicios de asistencia técnica se realizan de manera oportuna cuando se brindan de acuerdo a la programación anual establecida por las entidades proveedoras del servicio. Ello permitirá a las empresas y organizaciones de productores exportadoras y con potencial exportador fortalecer su institucionalidad de manera eficiente y efectiva.

Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas para el fortalecimiento de modelos asociativos y encadenamientos productivos, realizadas oportunamente.
Indicador de cobertura	Número de asistencias técnicas para el fortalecimiento de los modelos asociativos y encadenamientos productivos realizadas.

FICHA DE INDICADOR	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Lineamiento	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del servicio	S.3.4.1. Financiamiento para la internacionalización oportuno para empresas exportadoras y con potencial exportador.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio brindado por el MINCETUR, consiste en implementar mecanismos para facilitar el acceso al financiamiento, mediante asistencias técnicas, capacitaciones y talleres; así como, el cofinanciamiento no reembolsable de iniciativas de exportación. De esta manera, se ofrece apoyo financiero a empresas exportadoras y con potencial exportador, con el fin de contribuir a mejorar su posición competitiva en el mercado externo o promover su internacionalización, reduciendo sus riesgos, optimizando sus capacidades y habilidades de gestión o diversificando su oferta exportable. La mejora del servicio incluye el uso de una nueva plataforma digital para atender las postulaciones de los usuarios y el monitoreo del programa; además se incorporan mecanismos para la mejora del acceso al financiamiento como nuevos productos financieros. Cabe indicar que el financiamiento es un pilar fundamental para el comercio exterior, ya que facilita la ejecución de transacciones internacionales, reduce riesgos y mejora la competitividad de las empresas en los mercados internacionales. De esta manera, no solo se respalda el proceso operativo, sino que permite a las empresas gestionar riesgos, mejorar su competitividad y planificar su crecimiento a largo plazo. Sin acceso a fuentes de financiamiento adecuadas, las empresas enfrentan dificultades para exportar e importar bienes y servicios de manera eficiente y sostenible.
Proveedor del servicio	MINCETUR- Dirección de Facilitación del Comercio Exterior
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	El servicio se realiza a través de convocatorias y etapas de ejecución, las cuales se ejecutan dentro de los plazos establecidos para el cofinanciamiento de las iniciativas.

Indicador de calidad	Porcentaje de recursos no reembolsables ejecutados de manera oportuna.
Indicador de cobertura	Número de empresas beneficiarias que acceden al Programa de Apoyo a la Internacionalización.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador
Lineamiento	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del servicio	S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsable, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	El servicio consiste en la creación de mecanismos para la obtención de fondos concursables no reembolsables realizados de manera oportuna y continua para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas. Esto incluye el cofinanciamiento no reembolsable para el fortalecimiento de la gestión empresarial y la adopción de tecnologías agrarias ambientalmente sostenibles de los pequeños y medianos productores agrarios organizados del Perú, contribuyendo a la mejora de su competitividad y calidad de vida, mediante una gestión eficiente y orientada a resultados. El servicio está dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador, con énfasis en Mipyme y organizaciones de productores. A tal efecto, las entidades proveedoras del servicio (PROINNOVATE y AGROIDEAS) realizan concursos para dichos fondos no reembolsables, en base a un cronograma anual, el cual será compartido con el MINCETUR. El servicio es mejorado porque buscará que las empresas beneficiadas logren articularse para conseguir su internacionalización. Además, se mejorará la difusión de estos programas para que más empresas con potencial exportadoras puedan acceder.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Participación: PRODUCE - PROINNOVATE y MIDAGRI - AGROIDEAS.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador, con énfasis en mipyme y organizaciones de productores.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que el cofinanciamiento no reembolsable se brinda de manera oportuna cuando las convocatorias para el programa de cofinanciamiento se dan dentro de los plazos establecidos en los calendarios fijados por AGROIDEAS y PROINNOVATE. Ello permitirá a las empresas beneficiadas contar con los recursos para impulsar su desarrollo y competitividad de manera efectiva. El servicio se brinda de manera sostenida, garantizando su continuidad.

Indicador de calidad	1. Porcentaje de contratos de cofinanciamiento no reembolsables firmados oportunamente por empresas exportadoras. 2. Porcentaje de organizaciones agrarias con potencial exportador que reciben oportunamente el primer cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocios.
Indicador de cobertura	1. Número de empresas exportadoras beneficiarias de los fondos concursables realizados. 2. Número de organizaciones agrarias con potencial exportador que acceden al cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocios.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador
Lineamiento	L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	El servicio está orientado a desarrollar y fortalecer las capacidades de innovación de las empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de bienes de exportación, con el objetivo de incrementar su competitividad y responder eficazmente a las exigencias y tendencias de los mercados internacionales. Para ello, se brindan capacitaciones y asistencias técnicas enfocadas en la implementación de estrategias, metodologías y herramientas que permitan gestionar de manera sistemática la innovación. Estas intervenciones también abarcan el diseño y/o desarrollo de productos, soporte productivo, ensayos de laboratorio, acceso a información tecnológica especializada, así como la promoción de actividades de investigación, desarrollo e innovación. Todo esto busca generar mejoras y diferenciación en productos, procesos productivos, empaques y embalajes, canales de comercialización y estrategias de promoción, aspectos clave para la internacionalización de las empresas. Asimismo, el servicio incluye la identificación y difusión de nuevas tecnologías que contribuyan a mejorar la productividad y ampliar las oportunidades de negocio, con especial atención a las necesidades actuales y potenciales. A tal efecto, las entidades proveedoras del servicio realizan la programación anual de capacitaciones y asistencias técnicas El servicio es mejorado en tanto ampliará el alcance de capacitaciones en materia de innovación para beneficiar a nuevas empresas a nivel nacional, así como la divulgación de fondos de financiamiento para proyectos de innovación orientados a la exportación, para la modernización de procesos, la adopción de nuevas tecnologías y la optimización de la oferta exportable.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR. Con participación: ITP, PRODUCE, PROMPERÚ, INIA
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.

Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que los servicios de capacitaciones y asistencias técnicas se realizan de manera oportuna cuando estas se brindan dentro de los plazos establecidos en la programación anual establecida por las entidades proveedoras del servicio, dado que ello permitirá a las empresas y organizaciones beneficiarias incrementar su competitividad y su habilidad de responder eficazmente a las exigencias y tendencias de los mercados internacionales.
Indicador de calidad	1. Porcentaje de capacitaciones técnicas realizadas en innovación en los plazos establecidos. 2. Número de servicios tecnológicos brindados por la red cite a empresas exportadoras e importadores oportunamente.
Indicador de cobertura	1. Número de capacitaciones técnicas en innovación realizadas para el desarrollo de la oferta exportable de bienes. 2. Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras atendidas en el año por la Red CITE.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Lineamiento	L3.6 Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del servicio	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	El servicio consiste en acciones orientadas a fortalecer las capacidades técnicas de las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes, para incorporar la gestión sostenible como eje estratégico dentro de su modelo de negocio, en el marco de su proceso de internacionalización. Para ello, el servicio incluye la asistencia técnica y capacitación en los tres pilares de la sostenibilidad —ambiental, social y económica—, promoviendo una conducta empresarial responsable, que contribuya al cumplimiento de los estándares en materia de sostenibilidad exigidos por los mercados internacionales y al desarrollo de una oferta exportable sostenible y competitiva de las empresas exportadoras y con potencial exportador, con especial énfasis en las Mipyme. A tal efecto, las entidades proveedoras del servicio realizan la programación anual de asistencias técnicas, el cual será compartido con el Mincetur. La mejora se centra en la actualización de los servicios en base a las regulaciones y requisitos en materia de sostenibilidad, exigidos por los mercados internacionales. Incluyendo el desarrollo de nuevas herramientas en beneficio de las empresas.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación: MINAM, PRODUCE, PROMPERU
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que las asistencias técnicas se brindan de manera oportuna cuando se realizan dentro de los plazos establecidos en los calendarios fijados por las entidades proveedoras del servicio. Ello permitirá a las empresas y organizaciones beneficiarias cumplir con los estándares en materia de sostenibilidad exigidos por los mercados internacionales de forma eficaz y oportuna para su ingreso dichos mercados.

Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas de manera oportuna.
Indicador de cobertura	Número de asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.
Lineamiento	L4.1. Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor.
Nombre del servicio	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad, oportuno para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio brinda acompañamiento técnico a las empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales (ZEE) en el manejo de los procesos operativos y administrativos dentro de las ZEE, incluyendo otras medidas alineadas a estándares internacionales y orientadas a mejorar la competitividad de las empresas ubicadas en las ZEE, a fin de incrementar su contribución al comercio exterior peruano. Para ello, cada institución proveedora de este servicio realiza su cronograma de acompañamiento técnico a ser realizados en el año. Actualmente el servicio consiste, en la atención de consultas de los usuarios de las ZEE sobre el funcionamiento de las empresas en las ZEE, las cuales se complementan, en algunos casos, con las opiniones técnicas emitidas con los sectores competentes. La mejora del servicio consiste en establecer un mecanismo de acompañamiento técnico especializado a los usuarios en los procesos en materia operativa, administrativa y de control.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de: PRODUCE, SUNAT
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Regional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	El acompañamiento técnico se realiza oportunamente, si se realiza en los plazos según el cronograma establecido anualmente por cada institución. Ello permite que los usuarios de la ZEE puedan conocer oportunamente sobre los procesos operativos y administrativos de las ZEE.
Indicador de calidad	Porcentaje de acompañamientos técnicos realizados según lo programado.
Indicador de cobertura	Número de empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales que participaron del servicio de acompañamiento técnico.

Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.
Lineamiento	L4.1. Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor.
Nombre del servicio	S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigida a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.
Tipo de servicio	Nuevo.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio busca fortalecer de las capacidades de las empresas de las Zonas Económicas Especiales; para su óptima inserción en las cadenas de valor, a través de la asistencia técnica para la integración de las empresas con la infraestructura industrial del país; el cumplimiento de regulaciones, estándares internacionales y buenas prácticas logísticas; así como la capacitación sobre las oportunidades comerciales que permitan a estas empresas integrarse eficazmente en los mercados globales. De esta manera, se busca garantizar el acompañamiento de MINCETUR a las empresas de las ZEE en su proceso de articulación con las cadenas regionales y globales de valor, ayudándolas a superar barreras de información y técnicas para su inserción en los mercados internacionales, para ello Mincetur y Produce realizarán un cronograma anual de las asistencias técnicas a ser desarrolladas.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR. Con participación de: PRODUCE
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Empresas de las Zonas Económicas Especiales.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Regional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que el servicio se entrega de manera oportuna cuando las asistencias técnicas se desarrollan de acuerdo al cronograma de cada institución.
Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor realizadas según lo programado.
Indicador de cobertura	Número de empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales que participaron de las asistencias técnicas para la articulación con cadenas de valor.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano
Lineamiento	L4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.
Nombre del servicio	S4.2.1. Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura de manera oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales.
Tipo de servicio	Nuevo
Naturaleza del servicio	Administrativo
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en brindar apoyo especializado y oportuno a las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales para que puedan gestionar de manera eficiente y efectiva las inversiones destinadas a infraestructura y equipamiento, en aras de establecer un proceso viable y previsible para la gestión de inversiones por parte de las ZEE como entidades públicas, adscritas a sus respectivos gobiernos regionales, con autonomía administrativa, técnica, económica, financiera y operativa. Para ello Mincetur realizará un cronograma anual de las asistencias técnicas a ser desarrolladas. El servicio resulta necesario para que las ZEE puedan invertir sus recursos en la infraestructura y equipamiento necesarios para promover su adecuado funcionamiento en las labores estratégicas orientadas a ofrecer un entorno empresarial competitivo para el desarrollo de actividades productivas y de comercio exterior.
Proveedor del servicio	MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Administraciones de las Zonas Económicas Especiales
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Regional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que los servicios de asistencia técnica se realizan de manera oportuna cuando estas se brindan dentro de los plazos establecidos en el cronograma anual establecido por las entidades proveedoras del servicio. Ello permitirá a las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales beneficiarias del servicio gestionar de manera eficiente y efectiva inversiones en infraestructura y equipamiento.
Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas para la gestión de las inversiones en infraestructura efectuadas según lo programado.
Indicador de cobertura	Porcentaje de Zonas Económicas Especiales participantes de las asistencias técnicas para la gestión de las inversiones en infraestructura ejecutadas.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.
Lineamiento	L4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.
Nombre del servicio	S4.2.2. Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	No prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	La supervisión a las Zonas Económicas Especiales (ZEE) es un servicio no prestacional ejecutado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, teniendo como objetivo resguardar la permisión de las operaciones y actividades en las ZEE. El servicio de supervisión consiste en la evaluación de la aplicación adecuada de los procedimientos y normas internas de las ZEE, la verificación del cumplimiento de los requisitos legales y formalidades a las que son sometidas las mercancías y la evaluación del cumplimiento de las disposiciones relativas al otorgamiento de autorizaciones y a las actividades de los usuarios, las cesiones y compraventa de terrenos en las ZEE. El servicio es mejorado, porque incorpora herramientas de gestión de riesgos y aseguramiento de la calidad del proceso de supervisión a las ZEE, esta incorporación busca generar un ambiente propicio para el desarrollo competitivo de las empresas, garantizando el funcionamiento previsible, seguro y eficiente de las ZEE, en concordancia con las recomendaciones internacionales que promueven prácticas transparentes y seguras.
Proveedor del servicio	MINCETUR.
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional.
Receptor del servicio	Administraciones y empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Regional.
Estándares de cumplimiento	Oportunidad.
Descripción del estándar	El servicio busca la implementación de las recomendaciones brindadas durante las supervisiones en el lapso de un año en aras de la mejora operativa de las ZEE.
Indicador de calidad	Porcentaje de supervisiones del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales realizadas en el plazo programado.
Indicador de cobertura	Número de administraciones y empresas usuarias supervisadas en el cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano
Lineamiento	L4.3. Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales.
Nombre del servicio	S4.3.1. Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Administrativo
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio fortalece a las administraciones de las ZEE a través del acompañamiento brindado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para el proceso de atracción de nuevas empresas nacionales y extranjeras a las Zonas Económicas Especiales (ZEE) Para tal fin, el MINCETUR se encarga de la formulación y acompañamiento en la ejecución de un conjunto de acciones para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las ZEE, como la participación en ferias, ruedas de negocios, foros de inversión, misiones comerciales, roadshows, entre otros. Asimismo, el MINCETUR pone a disposición información relevante para la difusión del sistema de ZEE, a través de las diversas plataformas institucionales. MINCETUR realiza la programación anual de los acompañamientos, considerando las fechas de las principales ferias, ruedas y foros internacionales. Además, se realizará un trabajo coordinado entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, como ente rector de las ZEE; el Ministerio de la Producción, que contribuirá con la identificación de cadenas productivas estratégicas; y Promperú, que brinda las plataformas para la difusión de las ZEE a nivel internacional. El servicio es mejorado, debido a que contribuirá a una mayor cobertura de eventos especializados en los sectores estratégicos para las ZEE, lo que permitirá un mayor alcance sobre el público objetivo de las ZEE.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ - PRODUCE
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Administraciones de las Zonas Económicas Especiales
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Se considera que el servicio se entrega de manera oportuna cuando los acompañamientos se realizan de acuerdo a la programación anual de la entidad, considerando las fechas de las principales ferias, ruedas y foros internacionales, lo cual permite a las ZEE contar con las capacidades y la información necesaria para su adecuada participación en dichas ferias, ruedas o foros internacionales.

Indicador de calidad	Porcentaje de acompañamientos para la atracción de nuevas empresas realizados en el plazo programado.
Indicador de cobertura	Numero de acompañamientos para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales realizados.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento	L5.1. Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	El servicio está dirigido a empresas que buscan iniciar, diversificar o incrementar sus niveles de exportación a través de plataformas digitales internacionales. Su propósito es facilitar y consolidar el comercio electrónico como un canal de internacionalización, tanto en modelos de negocios B2C o B2B. El servicio se brinda de manera modular según el cronograma establecido para el beneficiario, donde se combinan la capacitación y asistencia técnica en: análisis de la demanda y oferta, prospección en Marketplaces internacionales (como Amazon, Etsy, Alibaba, entre otros), comercio electrónico, logística, requisitos de acceso, medios de pago y marketing digital. Todo ello con el fin de desarrollar modelos sostenibles de e-commerce transfronterizo, para empresas exportadoras y con potencial exportador de los sectores de vestimenta, manufacturas diversas y alimentos. La mejora del servicio se basa en optimizar el análisis de la oferta y demanda para una selección más efectiva de empresas y productos destinados a Marketplaces internacionales; así como extender el alcance hacia nuevos mercados.
Proveedor del servicio	Responsable: PROMPERU. Con participación de: MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador de los sectores de vestimenta, manufacturas diversas y alimentos.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	El servicio se entrega en el plazo adecuado de acuerdo con los establecido en el cronograma de actividades, de esta manera las empresas recibirán el servicio de capacitación y asistencia técnica en materia de comercio electrónico transfronterizo, en el tiempo preciso que les permita consolidar los modelos de negocios B2C y B2B.
Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas en la implementación del comercio electrónico transfronterizo realizadas de manera oportuna.
Indicador de cobertura	Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben asistencia técnica para la implementación del comercio electrónico transfronterizo.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5 Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento	L5.1 Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio está dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios, y tiene como propósito impulsar la adopción estratégica de tecnologías digitales para optimizar sus recursos, procesos internos y modelos de negocio orientados a la exportación. Se brinda a través de un acompañamiento a las empresas que combina capacitación y asistencia técnica especializada en la exploración, selección e implementación de soluciones digitales, ya sea en procesos internos o en el modelo de negocio, a fin de fortalecer su competitividad en el entorno del comercio exterior. La mejora del servicio consiste en incluir un diagnóstico del nivel de madurez digital de la empresa, que permite elaborar una hoja de ruta para gestionar su proceso transformación digital. Además, se refuerza el acompañamiento personalizado mediante el desarrollo de un proyecto piloto alineado con las brechas y necesidades identificadas.
Proveedor del servicio	PROMPERÚ
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	Las empresas acceden al servicio de capacitación y asistencia técnica en materia de transformación digital, de acuerdo al cronograma de actividades comunicado a los beneficiarios antes de su inicio.
Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas en transformación digital realizadas de manera oportuna
Indicador de cobertura	Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben asistencia técnica transformación digital.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.
Nombre del servicio	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias compartidas
Descripción del servicio	Servicio está orientado a fortalecer las capacidades de las empresas exportadoras y con potencial exportador, en aspectos relacionados a la gestión empresarial, facilitación y logística para la exportación, estándares de calidad, comercialización y acceso a mercados internacionales, entre otros, que fortalezcan la competitividad exportadora de las empresas a nivel nacional y contribuyan a su proceso de internacionalización. El servicio se brinda a través de diversas modalidades de capacitación, orientadas a sensibilizar y brindar conocimiento sobre aspectos clave para la internacionalización. Entre los temas abordados se incluye la articulación comercial, el desarrollo de cadenas de valor con enfoque territorial, el cumplimiento de normas técnicas y estándares internacionales, los obstáculos técnicos al comercio (OTC) y medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), la infraestructura de la calidad, la propiedad intelectual para la protección de creaciones y signos distintivos, los criterios de origen para acceder a beneficios arancelarios, la facilitación del comercio y el uso de plataformas tecnológicas. Estas acciones están dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador. La mejora del servicio consiste en ampliar su alcance, incluyendo mayor variedad de temáticas especializadas, nuevos formatos y metodologías de enseñanza que faciliten el acceso a la formación y conocimiento desde las distintas regiones del país, así como una mayor articulación entre las entidades responsables de la prestación del servicio. Esto permitirá responder de manera más efectiva a las necesidades específicas de distintos sectores y cadenas de valor vinculadas a empresas exportadoras o con potencial exportador, mediante la oferta de contenidos actualizados, relevantes y alineados con las exigencias de los mercados internacionales.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación de: AGROMERCADO, INACAL, INDECOPI
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Idoneidad
Descripción del estándar	El servicio se brinda tomando en cuentas las necesidades específicas de información y conocimiento en materia de comercio exterior requeridas por las empresas, a fin de fortalecer su competitividad exportadora y contribuir a su proceso de internacionalización.

Indicador de calidad	Porcentaje de capacitaciones para la competitividad e internacionalización realizadas de manera idónea.
Indicador de cobertura	Número de capacitaciones para la competitividad e internacionalización realizadas.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.
Nombre del servicio	S5.2.2 Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.
Tipo de servicio	Mejorado.
Naturaleza del servicio	Prestacional.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas.
Descripción del servicio	El servicio consiste en brindar acompañamiento a las empresas exportadoras y con potencial exportador orientado al mejoramiento de su competitividad, a través de la Ruta Exportadora, en la cual se brindan servicios de orientación, capacitación y asistencia técnica de manera estructurada y personalizada que cubren todas las fases del proceso de internacionalización de las empresas. El servicio es mejorado al incluir nuevas temáticas en base a las brechas identificadas en el público objetivo como: técnicas avanzadas de negociación, mercados de futuros para productos de exportación, modelos de negocios, entre otros.
Proveedor del servicio	PROMPERÚ
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras y con potencial exportador
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Idoneidad
Descripción del estándar	El servicio incluye un acompañamiento brindado de manera especializada y adaptado a las necesidades específicas de cada empresa que cubren todas las fases del proceso de internacionalización de las empresas.
Indicador de calidad	Porcentaje de acompañamientos en gestión exportadora calificados como idóneos por las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Indicador de cobertura	Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que acceden al acompañamiento para el fortalecimiento de capacidades en gestión exportadora.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio
Lineamiento	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.
Nombre del servicio	S5.2.3. Capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en brindar capacitaciones y asistencias técnicas para el fortalecimiento de capacidades de mujeres empresarias, y líderes o empresarios de pueblos indígenas u originarios y otros grupos con reducida participación en el comercio exterior, que contribuya a su empoderamiento y aprovechamiento del mercado internacional. De esta manera, el servicio implica fortalecer contenidos sobre enfoque de género e interculturalidad aplicados a los programas de formación en comercio exterior. La mejora del servicio consiste en adaptar los contenidos y metodologías para la reducción de brechas en estos grupos de interés, alineados a las nuevas tendencias del mercado internacional; teniendo en cuenta los distintos sectores y niveles de desarrollo empresarial. Asimismo, se ampliará el alcance del servicio a grupos con reducida participación en el comercio exterior.
Proveedor del servicio	Responsable: MINCETUR Con participación: PROMPERÚ
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Idoneidad
Descripción del estándar	El servicio se ofrece a las empresas exportadoras o con potencial exportador, bajo un enfoque de género e interculturalidad, promoviendo el respeto y la valoración de la diversidad cultural presente en las distintas regiones del país. Asimismo, la atención se adapta a las necesidades específicas de información de este grupo de empresas, proporcionando información y conocimiento en materia de comercio exterior, fin que fortalecer su competitividad exportadora y contribuir a su proceso de internacionalización.
Indicador de calidad	Porcentaje de capacitaciones para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios realizadas de manera idónea.
Indicador de cobertura	Número de capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios realizadas.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio
Lineamiento	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios
Nombre del servicio	S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportunas dirigidas a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio está orientado a desarrollar y fortalecer las capacidades de los profesionales de las entidades públicas, incluidas las autoridades regionales, gremios empresariales y la academia vinculados al comercio exterior en el país, mediante capacitaciones especializadas en la materia; así como la articulación entre dichas entidades. Su objetivo es promover una comprensión profunda y actualizada en temas como los acuerdos comerciales, herramientas de inteligencia comercial, facilitación y logística del comercio exterior, entre otros aspectos fundamentales para el desarrollo del comercio exterior. De esta manera se busca que los actores involucrados puedan brindar un soporte efectivo, dentro de sus competencias, a las empresas exportadoras o con potencial exportador. La mejora del servicio contempla la ampliación y especialización de los contenidos de la capacitación, esto incluye el uso de herramientas digitales para la gestión del comercio exterior, normativas internacionales actualizadas y estrategias para la operatividad eficiente de las Zonas Económicas Especiales, entre otros. Además, se optimiza el enfoque de enseñanza, asegurando una formación más integral y adaptada a las necesidades específicas de los actores involucrados, con el fin de mejorar la toma de decisiones y el impacto en el desarrollo del comercio exterior a nivel nacional y regional.
Proveedor del servicio	MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Profesionales de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Oportunidad
Descripción del estándar	El servicio se brinda en el momento adecuado de acuerdo a la programación anual de la institución para atender las necesidades de los actores públicos, privados y la academia, vinculados al comercio exterior, asegurando que la capacitación incluya temas que son tendencia internacional.
Indicador de calidad	Porcentaje de capacitaciones en materia comercio exterior realizadas de manera oportuna.
Indicador de cobertura	Número de capacitaciones en comercio exterior realizadas.

FICHA DEL SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario:	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.
Lineamiento de la política:	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.
Nombre del servicio:	S5.2.5 Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.
Tipo de servicio	Nuevo
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio está orientado a transmitir conocimiento sobre la Cooperación Técnica Internacional (CTI), de carácter especializado, que contempla: contexto, conceptos, lineamientos y herramientas; así como, iniciativas y experiencias multiactor a través de talleres, charlas o reuniones interactivas hacia representantes de la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior, que se alinee con las políticas y planes nacionales y subnacionales; como también, con los esfuerzos complementarios de la cooperación internacional, en materia de inserción económica, apertura de mercados y atracción de inversiones. Este servicio se realiza en un contexto en el que el Perú, como país de renta media alta y en su condición dual como receptor y oferente de Cooperación Técnica Internacional, viene asumiendo nuevos retos y compromisos globales, orientados a promover la participación de los diversos actores del desarrollo, como la empresa privada y la academia en iniciativas multiactor con la Cooperación Técnica Internacional, que vienen siendo promovidas por la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI). Por lo que este servicio busca contribuir a generar un entorno favorable que impulse el diálogo y la articulación de las potencialidades de los citados actores para promover, a futuro, la generación de oportunidades de cooperación voluntaria bajo nuevos esquemas y modalidades de cooperación internacional, en línea con la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y el principio de las “alianzas inclusivas” de la Agenda para la Cooperación Eficaz al Desarrollo.
Proveedor del servicio	APCI - Dirección de Políticas y Programas (DPP)
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Empresa privada, academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.
Alcance del servicio	Nacional
Estándar de cumplimiento	Periodicidad

Descripción del estándar	La capacitación a los representantes de la empresa privada, academia y otras entidades privadas vinculadas a comercio exterior sobre el rol y contexto de la Cooperación Técnica Internacional (CTI), se realizará al menos una vez al año.
Indicador de calidad	Número de capacitaciones en materia de Cooperación Técnica Internacional (CTI) realizadas anualmente.
Indicador de cobertura	Número de entidades que participan en la capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional (CTI).

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio
Lineamiento	L5.3. Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.
Nombre del servicio	S5.3.1. Asistencia técnica integral para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior dirigido a miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en brindar asistencia técnica para el fortalecimiento de la gobernanza, elaboración y actualización de documentos del sector exportador dirigida al sector público, privado y academia como a funcionarios de los gobiernos regionales, integrantes de comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior. El objetivo es garantizar el adecuado funcionamiento de mecanismos de gobernanza y articulación descentralizada, y actualización de instrumentos de gestión con un enfoque de desarrollo territorial, para la implementación de la política y estrategias en materia de comercio exterior. Entre los mecanismos más resaltantes se encuentran los Comité Ejecutivo Regional Exportador - CERX que son los espacios de articulación y coordinación reconocidos por los Gobiernos Regionales para promover las exportaciones en el marco de los Planes Regionales de Exportación - PERX. Así como también la Comisión Multisectorial para la Facilitación del Comercio Exterior - Comufal, Administraciones de las Zonas Económicas Especiales - ZEE, Comité de Mercados Internacionales, mesas de temas de Inocuidad alimentaria, sanitarios y fitosanitarios, entre otros. El servicio es mejorado porque implementará la formulación de proyectos de inversión a través del Invierte Pe. para la implementación de acciones en los diferentes mecanismos de planificación y gobernanza. Así como también, el seguimiento, monitoreo y sistematización, de las actividades que antes se hacían de forma aislada y esporádica, y contendrá un mayor enfoque en el fortalecimiento institucional (gobernanza).
Proveedor del servicio	MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional, Regional.
Estándares de cumplimiento	Integral
Descripción del estándar	El servicio de asistencia técnica es integral cuando los actores públicos y privados que integran los espacios de articulación y coordinación, no solo reciben capacitación y acompañamiento técnico, sino también información proveniente del monitoreo y la evaluación anual del funcionamiento de dichos espacios.

Indicador de calidad	Porcentaje de asistencias técnicas en el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior realizadas de manera integral.
Indicador de cobertura	Número de asistencias técnicas para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza y articulación realizados.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio
Lineamiento	L5.3. Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.
Nombre del servicio	S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continuo para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.
Tipo de servicio	Nuevo
Naturaleza del servicio	Administrativo.
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	El servicio consiste en brindar acompañamiento técnico en la gestión de proyectos de cooperación internacional vinculados al desarrollo del comercio exterior. Dicho acompañamiento consiste en brindar orientación, información y coordinación en el planeamiento, formulación, ejecución y evaluación de dichos proyectos vinculados al desarrollo del comercio exterior, con una visión de articulación pública-privada. Esto incluye proyectos vinculados a, asociatividad, desarrollo productivo exportador, trazabilidad, comercio y género, sostenibilidad, ZEE y logística entre otros, para lo cual se coordina el apoyo de organismos internacionales tales como BID, FAO, CAF, entre otros en coordinación con el sector competente. El MINCETUR, a través de la Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior (DACE) es la responsable de gestionar la cooperación internacional y estructurar los proyectos, en coordinación con las entidades responsables.
Proveedor del servicio	MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Entidades públicas vinculados al desarrollo del comercio exterior
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Continuidad
Descripción del estándar	La asistencia técnica para la gestión de proyectos de cooperación internacional en comercio exterior se ofrece de manera continua, ello se refleja en un seguimiento regular y sistemático de manera trimestral alineado con las prioridades del sector y la disponibilidad de cooperación internacional. Se considera que los proyectos son gestionados de manera continua cuando se gestionan proyectos en al menos un trimestre de cada periodo anual sin que haya más de un trimestre consecutivo sin gestión de proyectos.
Indicador de calidad	Número de proyectos de cooperación internacional vinculados al desarrollo del comercio exterior gestionados de manera continua.
Indicador de cobertura	Número de actores vinculados al desarrollo del comercio exterior que son beneficiados de la gestión de proyectos de cooperación internacional.

FICHA DE SERVICIO	
Elemento	Descripción
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento	L5.4. Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.
Nombre del servicio	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo, para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.
Tipo de servicio	Mejorado
Naturaleza del servicio	Prestacional
Entrega del servicio	Competencias exclusivas
Descripción del servicio	Este servicio ofrece un sistema centralizado y actualizado de información sobre comercio exterior, que agrupa y organiza los diversos estudios y reportes del Viceministerio de Comercio Exterior. Su propósito es proporcionar a los distintos actores vinculados al comercio exterior, tanto públicos como privados, una fuente única y accesible de información clave. De esta manera, la información sobre comercio exterior abarca un conjunto integral de datos, estudios y análisis clave para la comprensión y desarrollo del sector. Esto incluye estadísticas actualizadas, estudios económicos, análisis e investigaciones sobre el flujo comercial de bienes y servicios, así como reportes sobre el aprovechamiento de acuerdos comerciales. Como mejora en el servicio, se busca producir nueva información en temas relevantes para el comercio exterior como: comercio de servicios, facilitación de comercio y logística internacional, y género. Se fortalecerá la accesibilidad y actualización de la información, optimizando su difusión a través de plataformas digitales y promoviendo su uso estratégico. Asimismo, se incluye el diseño, implementación y difusión de una encuesta que permitirá la recolección de información para la construcción de indicadores claves para la mejora de la eficiencia y efectividad de la facilitación del comercio y sus componentes como: logística, digitalización y procesos, permitiendo identificar barreras operativas y logísticas que impactan en las operaciones de comercio exterior
Proveedor del servicio	MINCETUR
Nivel (es) de gobierno que interviene (n)	Nacional
Receptor del servicio	Actores del comercio exterior
Alcance del servicio (nacional, regional y local)	Nacional
Estándares de cumplimiento	Continuidad
Descripción del estándar	Se refiere a la provisión ininterrumpida y regular de información sobre comercio exterior, garantizando su actualización constante y disponibilidad permanente para los distintos actores del sector.
Indicador de calidad	Porcentaje de estudios y reportes sobre comercio exterior que se encuentran actualizados continuamente.
Indicador de cobertura	Número de estudios y reportes sobre comercio exterior publicados

4.4. Actividades operativas

La lista y detalles de las actividades operativas de los servicios establecidos se muestran en la sección de anexos del presente documento.

5. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El proceso de seguimiento y evaluación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior se ejecutará conforme a lo dispuesto en la Guía para el Seguimiento y Evaluación de Políticas Nacionales y Planes del SINAPLAN y según las directrices emitidas por el CEPLAN, en materia de seguimiento y evaluación de políticas nacionales.

Este proceso comienza desde la formulación de la política, cuando se evalúa su pertinencia y coherencia para alcanzar la situación futura deseada, y se asegura la inclusión de elementos clave que permitan medir su avance y valorar su desempeño. Durante la implementación, el proceso de seguimiento y la evaluación proporcionan información continua sobre los resultados obtenidos, lo que facilita la identificación de medidas correctivas para asegurar que se cumplan los objetivos. En la etapa ex post, este proceso brinda recomendaciones para mejorar tanto la implementación como el diseño de la política. Además, su ejecución adecuada depende de la participación activa de todos los actores involucrados, incluidos los tomadores de decisiones, los responsables de la implementación, las poblaciones beneficiarias y otras partes interesadas.

5.1. Seguimiento

El seguimiento es un proceso continuo donde se verifica el progreso en la implementación y resultados de una política. Comprende la recopilación periódica de información y su registro sistematizado, así como la identificación de alertas para emprender medidas correctivas durante la puesta en marcha de la política.⁷¹

La Dirección General de Políticas y Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE), órgano de línea del Despacho Viceministerial de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), lidera el proceso de seguimiento de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, en coordinación con la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto y Modernización (OGPPM) del mismo ministerio.

El seguimiento que realizará la DGPDCE lo efectuará sobre la base de la información proporcionada por las unidades de organización responsables de indicadores de objetivos prioritarios y servicios de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, lo cual incluirá las coordinaciones que los responsables de los servicios realicen con unidades de organización de otras entidades que participan en el mismo. La DGPDCE consolidará esta información y, en coordinación con la OGPPM, verificarán su calidad y validarán dicha información, previo al registro en el aplicativo informático CEPLAN V.01.

⁷¹ CEPLAN. (2024). *Guía para el Seguimiento y Evaluación de Políticas Nacionales y Planes del SINAPLAN*, p.18.

Posteriormente, la OGPPM generará, desde el aplicativo, el **reporte de seguimiento** que incluye información de objetivos prioritarios, lineamientos, servicios, indicadores, responsables, estándares para los indicadores de calidad, valores esperados, valores obtenidos, ratios de cumplimiento, índice de gestión y una sección de alertas, para su publicación en el portal web del MINCETUR.

Los reportes de seguimiento, emitidos de manera anual, servirán de insumo para las evaluaciones y los reportes de cumplimiento de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior.

5.2. Evaluación

La evaluación de una política es una valoración objetiva, integral y metódica sobre su diseño, implementación y resultados, donde se identifican y analizan los factores que han contribuido o limitado el logro de lo planificado, generando recomendaciones basadas en evidencia.⁷²

La Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior será evaluada en cuanto a su diseño, implementación y resultados:

Evaluación de diseño

En esta evaluación se examina la pertinencia y coherencia de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior. Este proceso es llevado a cabo por el CEPLAN y forma parte del informe técnico para la aprobación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior.

Evaluación de implementación

Consiste en analizar la puesta en marcha de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, enfocándose en los medios para alcanzar los objetivos propuestos. Se evalúan aspectos como el cumplimiento de los servicios, los procesos de transformación de recursos para cumplir con dichos servicios, los mecanismos de distribución de productos, así como la asignación y ejecución de recursos. Además, se revisan los procesos de recolección y análisis de datos para el seguimiento y evaluación de la política.

La DGPDCE será la encargada de realizar la evaluación de implementación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, conforme a lo establecido en la Guía para el Seguimiento y Evaluación de Políticas Nacionales y Planes del SINAPLAN vigente.

Evaluación de resultados

Consiste en valorar el cumplimiento y efectos, esperados y no esperados, de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior. Es integral al contrastar la implementación con los resultados obtenidos, identificando cómo se viene alcanzando la situación futura deseada que motivó la elaboración de dicha política.

⁷² CEPLAN. (2024). *Guía para el Seguimiento y Evaluación de Políticas Nacionales y Planes del SINAPLAN*, p.19.

La DGPDCE se encargará de realizar la evaluación de resultados de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, marco de la Guía para el Seguimiento y Evaluación de políticas nacionales y planes del SINAPLAN vigente.

Al respecto, el Informe de Evaluación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior es integral y contiene en su estructura información proveniente tanto del análisis de resultados como del análisis de implementación y diseño. Este informe será elaborado por la DGPDCE cada dos años y remitido a la OGPPM del MINCETUR para el trámite correspondiente, conforme a lo establecido en la Guía para el Seguimiento y Evaluación de políticas nacionales y planes del SINAPLAN vigente.

6. GLOSARIO Y ACRÓNIMOS

6.1. Glosario

- **Desarrollo del comercio exterior:**

El desarrollo del comercio exterior consiste en la construcción, eficiente funcionamiento y fortalecimiento continuo de un ecosistema⁷³ conformado por actores públicos y privados vinculados al comercio exterior, EL cual abordando diferentes aspectos del comercio exterior: apertura de mercados y reglas claras para el comercio exterior; desarrollo de oferta exportable; desarrollo de mercados; inversión para el comercio exterior; facilitación del comercio para la eficiencia de la cadena logística internacional; y desarrollo de capacidades para el comercio exterior.

- **Desarrollo de la oferta exportable:**

Según el MINCETUR (2015), el desarrollo de la oferta exportable es el “conjunto de instrumentos, mecanismos e iniciativas correspondientes a una política orientada a fomentar el desarrollo productivo nacional para hacer propicia la generación y fortalecimiento de una oferta exportable de bienes y servicios competitivos, diversificados, descentralizados y sostenibles”.

- **Logística:**

La logística debe entenderse como uno de los procesos clave para el buen funcionamiento de las cadenas de suministro. En ese sentido, el término “logística” se refiere a los procesos de planificación, implementación y control que aseguran un flujo eficiente de bienes, servicios e información a lo largo de la cadena de suministro, desde los proveedores de materia prima hasta el consumidor final (CSCMP, 2020; Mangan et al., 2020).

⁷³ Incluyendo empresas importadoras y exportadoras (consolidadas y no consolidadas), empresas con potencial exportador, empresas integradas a la cadena de valor de exportación, productores de bienes y servicios, gremios empresariales, asociaciones de productores, cooperativas, intermediarios, operadores logísticos, consumidores, trabajadores y empleados de las empresas del sector, autoridades comerciales, productivas y de transporte a nivel nacional y regional, agencias de promoción, agencias sanitarias, y otras autoridades relevantes vinculadas a la operatividad y regulación del comercio exterior.

- **Costo Logístico:**

Costos logísticos son aquellos asociados con las operaciones que se realizan para hacer posible llevar mover un producto desde su lugar de origen hasta el punto de salida del país para su exportación, estos costos incluyen elementos como transporte, trámites aduaneros, seguridad y seguros (BID, 2015).

- **Facilitación del Comercio Exterior:**

La facilitación del comercio exterior contempla la eliminación de ineficiencias en procedimientos relacionados al comercio exterior, la reducción de costos logísticos (enfocados principalmente en la atención de la brecha de infraestructura y servicios requeridos para las operaciones de comercio exterior) y el afianzamiento de los sistemas y servicios logísticos correspondientes.

- **Diversificación de Comercio Exterior:**

La diversificación del comercio exterior se refiere a la estrategia de ampliar la gama de productos y mercados a los que un país exporta, con el objetivo de reducir su dependencia de unos pocos bienes y destinos y distribuir los riesgos asociados con el comercio internacional.

- **Sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior**

El desarrollo sostenible es un concepto multidimensional que refiere al equilibrio entre el desarrollo económico, social y medioambiental, con un enfoque intergeneracional e inclusivo. En este sentido la sostenibilidad de bienes y servicios en el comercio exterior se refiere a la integración de prácticas responsables que aseguren el equilibrio entre el crecimiento económico, la equidad social y la protección ambiental.

- **Inversión extranjera directa**

De acuerdo con el BID (2020), la Inversión Extranjera Directa (IED) se define habitualmente como una operación que involucra una relación de largo plazo en la cual una persona física o jurídica residente de una economía (inversor directo) tiene el objetivo de obtener una participación duradera en una empresa o entidad residente de otra economía.

- **Zonas económicas especiales**

Las Zonas Económicas Especiales son una herramienta de comercio, inversión y de política industrial, que tiene como objetivo superar las barreras que impiden la inversión en una economía más amplia (Banco Mundial, 2012), a través del establecimiento de incentivos fiscales y regulatorios y apoyo a la infraestructura en espacios geográficamente delimitados (UNCTAD, 2019c).

- **Sector estratégico**

Un sector estratégico puede definirse como aquel con potencial para lograr una transformación relevante en la economía de un país y que a menudo se implementa en concordancia con herramientas de política previamente formuladas.

- **Cultura exportadora**

De acuerdo con MINCETUR (2006), la cultura exportadora se puede entender como un conjunto de valores y prácticas que deben ser adoptados por diversos actores sociales, incluidos empresarios, productores, funcionarios públicos, estudiantes y políticos, así como ONGs. Este concepto implica la necesidad de fomentar una mentalidad orientada hacia la exportación, promoviendo la interacción natural con los mercados internacionales.

- **Cadenas Globales de Valor**

De acuerdo con la UNCTAD (2013), la economía mundial actual se caracteriza por las cadenas de valor mundiales, también conocidas como cadenas globales de valor (CGV), en las que los bienes y servicios intermedios se comercian en procesos de producción fragmentados y dispersos por todo el mundo.

- **Importaciones**

De acuerdo con la OMC (2021), las importaciones son la compra de bienes o servicios por residentes de un país a residentes de otro, normalmente a cambio de divisas.

- **Exportaciones**

De acuerdo con la OMC (2021), las exportaciones son la venta de bienes o servicios por residentes de un país a residentes de otro, normalmente a cambio de divisas.

- **Desarrollo de capacidades para el comercio exterior**

Para el PNUD (2009), el desarrollo de capacidades es el proceso mediante el cual las personas, organizaciones y sociedades obtienen, fortalecen y mantienen las aptitudes necesarias para establecer y alcanzar sus propios objetivos de desarrollo a lo largo del tiempo. El desarrollo de capacidades para el comercio exterior contribuye al desarrollo del comercio exterior al mejorar la capacidad de los actores del comercio exterior de aprovechar las oportunidades para el comercio e inversión, a través de mejoras en el desarrollo de la oferta exportable, desarrollo de mercados, y eficiencia de la cadena logística.

- **Desarrollo de mercados**

Según el MINCETUR (2015), el desarrollo de mercados es el proceso dinámico y sostenido de inserción y posicionamiento de bienes y servicios en los mercados internacionales. El desarrollo de mercados contribuye al desarrollo del comercio exterior al contribuir al posicionamiento de la oferta exportable peruana en los distintos mercados del exterior.

6.2. Acrónimos

ACR Acuerdo Comerciales Regionales.

ADEX: Asociación de Exportadores del Perú.

AFC: Acuerdo sobre Facilitación del Comercio.

AGAP: Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú.

AGROIDEAS: Programa de Compensaciones para la Competitividad.

ALC: América Latina y el Caribe.

APCI: Agencia Peruana de Cooperación Internacional.

APEC: Foro de Cooperación Económica Asia – Pacífico.

API: Agencia de Promoción de Inversiones.

BCRP: Banco Central de Reserva del Perú.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo.

CAF: Banco de Desarrollo de América Latina.

CAN: Comunidad Andina de Naciones.

CCL: Cámara de Comercio de Lima.

CEBAF: Centros Binacionales de Atención en Frontera.

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CEPLAN: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.

CERX: Comités Ejecutivos Regionales Exportadores.

CGV: Cadenas Globales de Valor.

CLCDAP: Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería.

CMMPP: Comisión Multisectorial Mixta Permanente del PENX.

CNCF: Consejo Nacional de Competitividad y Formalización.

COMEXPERU: Sociedad de Comercio Exterior del Perú.

COMEXPERU: Sociedad de Comercio Exterior del Perú.

COMUFAL: Comisión Multisectorial de Facilitación de Comercio Exterior.

CPTPP: Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico.

DDPI: Dirección de Desarrollo y Procesamientos de Información.

DEE: Dirección de Estudios Económicos.

DEPA: Acuerdo de Asociación de Economía Digital.

DGFCE: Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior.

DGGJCI: Dirección General de Gestión Jurídica Comercial Internacional.

DGIECE: Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior.

DGNCI: Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales.

DGPDCE: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.

DIGEMID: Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas.

DIGESA: Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria.

DIRCETUR: Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo.

EUDR: Reglamento de la Unión Europea sobre productos libres de Deforestación.

FMI: Fondo Monetario Internacional.

GBM: Grupo Banco Mundial.

GORE: Gobierno Regional.

ICE: Índice de Complejidad Económica.

ICRP: Índice de Competitividad Regional del Perú.

IED: Inversión Extranjera Directa.

INDECOPI: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.

INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

ITC: Internacional Trade Center.

MEF: Ministerio de Economía y Finanzas.

MIDAGRI: Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego.

MIIO: Módulo de Intercambio de Información entre Operadores.

MINAM: Ministerio del Ambiente.

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

MINSA: Ministerio de Salud.

MIPYME: Micro, Pequeñas y medianas Empresas.

MNA: Medidas no Arancelarias.

MRE: Ministerio de Relaciones Exteriores.

MSF: Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.

MTC: Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

OCDE: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.

OCEX: Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior.

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible.

OEAP: Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico.

OMA: Organización Mundial de Aduanas.

OMC: Organización Mundial de Comercio.

OMI: Organización Marítima Internacional.

OTC: Obstáculos Técnicos al Comercio.

PAI: Programa de Apoyo a la Internacionalización.

PBI: Producto Bruto Interno.

PCM: Presidencia de Consejo de Ministros.

PENX: Plan Estratégico Nacional Exportador.

PERX: Planes Regionales de Exportación.

PNMCE: Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior.

PNSILT: Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte.

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

PRODUCE: Ministerio de la Producción.

PROINNOVATE: Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación.

PROMPERU: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.

RPE: Ruta Productiva Exportadora.

SANIPES: Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura.

SBS: Servicios Basados en Conocimiento.

SNI: Sociedad Nacional de Industrias.

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

TIC: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

TLC: Tratado de Libre Comercio.

UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

VMCE: Viceministerio de Comercio Exterior.

VUCE: Ventanilla Única de Comercio Exterior.

ZED: Zonas Especiales de Desarrollo.

ZEE: Zonas Económicas Especiales.

ZEEP: Zonas Económicas Especiales Privadas.

ZOFRATACNA: Zona Franca de Tacna.

7. ANEXOS

7.1. Metodología para la formulación de la Política

Esta Política se ha trabajado de manera “multisectorial” a través de la Comisión Multisectorial Mixta Permanente del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX), donde participan entidades públicas y privadas relacionadas al comercio exterior⁷⁴; y entidades invitadas⁷⁵ bajo la metodología de la Guía de Políticas Nacionales del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico – CEPLAN.

Para este proceso también se contó con la participación de entidades adscritas⁷⁶ de los miembros públicos de la Comisión Multisectorial Mixta Permanente del PENX.

Metodología para el diseño del Entregable 1

Para la formulación del Entregable 1: Problema público y modelo del problema, se aplicó una metodología técnica y participativa orientada a comprender en profundidad la situación problemática que da origen a la política nacional. Esta metodología permitió delimitar el problema, identificar sus causas y consecuencias, y representar gráficamente su estructura causal, asegurando el respaldo de evidencia y la validación con actores clave.

A continuación, se describen la metodología aplicada:

Delimitación y enunciación del problema público	
Revisión y análisis documental y recopilación de evidencia: - Contar con información respecto a la evidencia cuantitativa y cualitativa del problema público.	Se revisaron políticas nacionales y sectoriales, marcos normativos, diagnósticos previos, estadísticas oficiales (INEI, BCRP, SUNAT) y literatura académica. A fin de contar con información respecto a la evidencia cuantitativa y cualitativa del problema público.
Revisión de fuentes bibliográficas: - Búsqueda, recopilación, análisis y síntesis de información relevante respecto a la pesca marítima y continental. Análisis de la información a fin de comprender el entorno de los principales actores de la pesca.	Se realizó una búsqueda y análisis de fuentes secundarias relevantes. La información recopilada fue clasificada por dimensiones del problema y sistematizada, con el fin de extraer evidencia que sustente la delimitación, enunciado y modelado del problema. Asimismo, se evaluó la validez y pertinencia de cada fuente, garantizando una base sólida y confiable para el análisis posterior.

⁷⁴ MINCETUR, PROMPERU, MIDAGRI, PRODUCE, MTC, MEF, CNCF, PCM, RREE, MINAM, ADEX, COMEX PERU, CCL, SNI, AGAP.

⁷⁵ MININTER, MINSA

⁷⁶ SUNAT, SENASA, AGROIDEAS, INIA, AGROMERCADO, DIRANDRO, INDECOPI, ITP, INACAL, SANIPES, PROINNOVATE,

Reuniones virtuales - Con el fin de garantizar una participación inclusiva y descentralizada, se llevaron a cabo reuniones virtuales a través de plataformas digitales. Estas sesiones permitieron recoger observaciones de actores ubicados en distintas regiones del país,	Se llevaron a cabo reuniones virtuales con actores clave del sector, representantes institucionales, gobiernos subnacionales y expertos temáticos, con el objetivo de validar avances del diagnóstico, recoger percepciones sobre el problema público y enriquecer el análisis con enfoques territoriales. Estas sesiones se realizaron mediante plataformas digitales (como Zoom o Google Meet), permitiendo la participación descentralizada y la retroalimentación en tiempo real. Se realizaron sesiones con los gobiernos regionales, y la Comisión Mixta Permanente del PENX.
Recolección de datos - Complementar la revisión bibliográfica mediante la recolección directa de información cualitativa y/o cuantitativa que permita comprender el problema público desde la perspectiva de los actores involucrados y obtener evidencias específicas no disponibles en fuentes secundarias.	Se recolectaron datos cualitativos a través grupos focales, dirigidos a actores clave del sector. Esta información complementó el análisis documental y permitió incorporar percepciones directas sobre las causas y efectos del problema.
Reuniones con el equipo designado para la elaboración de la PNMCE - Asegurar el alineamiento metodológico, la coherencia técnica y la toma de decisiones estratégicas durante la formulación del Entregable 1	Se realizaron reuniones periódicas (presenciales y virtuales) con el equipo técnico designado para la elaboración de la PNMCE. Donde se discutieron avances del diagnóstico, criterios de delimitación del problema, estructura del modelo de causas y efectos, y validaciones preliminares. Estas sesiones permitieron definir enfoques analíticos, validar hallazgos y articular el trabajo entre áreas temáticas y actores institucionales. se realizaron sesiones de revisión interna con el equipo técnico responsable de la política, permitiendo fortalecer la consistencia del modelo del problema y asegurar su coherencia con los objetivos de la PNMCE.

Metodología para el diseño del Entregable 2

El entregable 2 consta de las etapas 2: Formulación de escenarios y 3: Selección de alternativas de solución. A continuación, se describe la metodología aplicada.

Formulación de escenarios y selección de alternativas de solución	
Consultas a expertos	Se realizaron entrevistas y reuniones con expertos internos y externos especializados en comercio exterior. Estas consultas permitieron

	identificar tendencias globales, riesgos emergentes y oportunidades sectoriales específicas. El enfoque estuvo orientado a obtener insumos sobre escenarios futuros, teniendo en consideración las tendencias, riesgos y oportunidades, así como alternativas de solución. En esta etapa los participantes manifestaron sus necesidades y deseos respecto al problema público.
Encuestas mediante formularios electrónicos (Google Forms)	Se desarrollaron formularios en línea para evaluar percepciones y recopilar datos cuantitativos relacionados con tendencias, riesgos, oportunidades y alternativas de solución. Los formularios se distribuyeron a un grupo diverso de actores tanto internos como externos. Los datos recopilados se analizaron para identificar patrones y prioridades.
Reuniones de trabajo participativo	Se llevaron a cabo talleres con actores clave para validar y priorizar escenarios y estrategias planteadas. Los participantes incluyeron funcionarios públicos, representantes de gremios empresariales y consultores especializados. Estas sesiones sirvieron para generar consenso en torno a los objetivos y acciones propuestas en la política.
Proceso de tratamiento de la información	El tratamiento de la información recolectada se llevó a cabo a través de un análisis cualitativo como el cuantitativo. Los pasos principales del proceso fueron los siguientes: - Clasificación y síntesis de datos - Validación de la información. - Análisis de priorización. - Redacción y consolidación. - Reuniones de la comisión.

Metodología para el diseño del Entregable 3

El Entregable 3 comprende las etapas 4: Definición del futuro deseado, y 5: Desarrollo de la estrategia.

La metodología aplicada en ambas etapas fue de carácter analítico y participativo, lo que permitió la formulación del objetivo prioritario, los lineamientos y los servicios vinculados a la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior. Para ello, se emplearon instrumentos como la revisión de documentos técnicos, normativos y académicos, así como espacios de diálogo técnico con entidades clave.

Durante la etapa 4, se recopiló información orientada a identificar los principales hitos que deberán alcanzarse hacia el año 2040, en concordancia con el futuro deseado del sector. En la etapa 5, se llevaron a cabo reuniones de trabajo con las direcciones del Viceministerio de Comercio Exterior, entidades miembros de la Comisión Multisectorial Permanente del PENX con el objetivo de obtener retroalimentación sobre los elementos estratégicos desarrollados, incluyendo el objetivo prioritario, los lineamientos, los servicios, las fichas de indicadores y las actividades operativas.

Definición del futuro deseado y desarrollo de la estrategia	
Revisión de información estratégica	Se realizó el análisis de tendencias globales, regionales y nacionales vinculados al sector comercio exterior, y se revisó estudios prospectivos. (Observatorio Nacional de Prospectiva).
Identificación de hitos clave al 2040	Elaboración de narrativas de futuro deseado.
Revisión técnica interna	Validación preliminar del futuro deseado con el equipo técnico de la política.
Taller sobre objetivos prioritarios, lineamientos	Obtener aportes sobre los objetivos prioritarios, lineamientos y servicios de la política.
Taller sobre servicios y actividades operativas	Obtener retroalimentación de la propuesta de servicios, fichas de indicadores y actividades operativas.

7.2. Análisis de escenarios

7.2.1. Análisis de tendencias

Este análisis permite la identificación y priorización de las principales tendencias que tienen el potencial de condicionar la evolución de la implementación de la PNMCE.

Selección de tendencias

Con el total de tendencias identificadas en las reuniones realizadas con los especialistas del Mincetur, se realizaron talleres con representantes del sector público y privado de la Comisión Multisectorial Mixta Permanente del PENX, y especialistas en temas relacionados al sector comercio exterior, con la finalidad de priorizar aquellas tendencias con mayor grado de pertinencia⁷⁷ y evidencia⁷⁸, considerando una escala del 1 al 5. Para este proceso, se utilizó como herramienta un formulario digital en Google Forms y un taller virtual, con el fin de valorar dichas tendencias, según su relevancia, riesgo y oportunidad. Esto permitió una evaluación más rigurosa y la priorización de aquellas áreas con mayor impacto en la sociedad y su bienestar.

A partir de este trabajo, se eligieron las tendencias con mayor puntaje por tipo. En la tabla 27 se muestra el listado de las tendencias seleccionadas y la valorización por tipo según la pertinencia y evidencia referido al problema público.

⁷⁷ Es el grado de vinculación o relación que tiene la tendencia con el problema público.

⁷⁸ Es la confiabilidad de los datos cualitativos o cuantitativos que sustentan la existencia de una tendencia

Tabla 27. *Listado de tendencias seleccionadas*

N°	TENDENCIA	PERTINENCIA	EVIDENCIA	PROMEDIO
1	Digitalización de los procesos vinculados al comercio exterior	4.46	4.29	4.38
2	Aumento del comercio electrónico	4.23	4.28	4.25
3	Mayores estándares y regulaciones en materia de sostenibilidad en los mercados internacionales	4.25	4.21	4.23
4	Transformación digital de la actividad económica	4.29	4.10	4.19
5	Competencia internacional por mejorar la competitividad de la cadena logística como elemento diferenciador para el comercio	4.38	3.87	4.12
6	Desaceleración de la globalización, debilitamiento de la integración regional y expansión del unilateralismo en medidas comerciales	4.29	3.95	4.12
7	Cambio climático – mayor frecuencia e intensidad de eventos climáticos que afectan a las actividades productivas y logísticas	4.07	4.12	4.10
8	Mayor complejidad en las cadenas de valor	4.17	3.95	4.06
9	Cambios en patrones de consumo (demanda) hacia la sostenibilidad	4.05	4.02	4.04

A continuación, se describen las tendencias que presentan mayores desafíos para el escenario futuro de la PNMCE.

Tendencia 1. Digitalización de los procesos vinculados al comercio exterior Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), “la digitalización del comercio ha surgido como una fuerza transformadora, que aprovecha las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y las soluciones digitales para revolucionar los procesos comerciales tradicionales. La digitalización del comercio desempeña un papel fundamental a la hora de mejorar la eficacia de los controles fronterizos y los procedimientos de administración del comercio, reduciendo así los costos comerciales y fortaleciendo la resiliencia de las cadenas de suministro mundiales” (UNCTAD, 2023b). Sin embargo, también enfrentan una serie de desafíos en términos de ciberseguridad, dado que pueden comprometer la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información comercial sensible.

En el caso peruano, a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) y el programa FAST de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) se lograron avances en la digitalización del comercio internacional; sin embargo, hasta antes de la pandemia del COVID-19, la operatividad del comercio exterior mantenía en gran medida el intercambio de documentos en papel y de procedimientos manuales entre operadores del comercio exterior.

En ese contexto, resulta importante continuar con la modernización de la infraestructura tecnológica, la simplificación y digitalización de procedimientos que involucren al comercio exterior. Es por ello que, en los últimos años, se han adoptado reformas normativas que promueven una mayor

digitalización del comercio exterior⁷⁹, incluyendo la automatización de procedimientos y la interoperabilidad de los sistemas, lo que permite el intercambio de datos y documentos digitales de comercio exterior.

Tendencia 2. Aumento del comercio electrónico

El comercio digital, según el Fondo Monetario Internacional (FMI), se define como “todas las transacciones comerciales internacionales ordenadas y/o entregadas digitalmente” se ha convertido en un área dinámica y de rápido crecimiento de la economía global (IMF, 2023). La pandemia de la COVID 19 aceleró la tendencia global hacia el comercio electrónico.

El comercio electrónico en Perú ha experimentado un notable crecimiento, reflejado en el aumento constante de las ventas online desde US\$ 109,1 millones el 2005 hasta alcanzar los US\$ 13 mil millones el 2023 (CEPLAN, 2024a). Este crecimiento se atribuye a la facilidad de uso de las redes sociales, la mayor confianza de los consumidores en las transacciones con tarjetas de crédito y débito, y un cambio en los métodos de venta impulsado por la pandemia. Durante la pandemia, se observó un aumento generalizado en el uso de pagos digitales en el comercio electrónico a nivel mundial, y en Perú, el número de pagos digitales por persona mostró un crecimiento constante, alcanzando un promedio de 266 pagos digitales por persona en 2023. Sin embargo, en comparación con otros países de América Latina, Perú muestra un volumen de ventas online menor. La digitalización de pagos se presenta como un aspecto crucial para impulsar el crecimiento económico, la inclusión financiera y el desarrollo empresarial, subrayando la importancia de una colaboración entre el sector público y privado.

De acuerdo al informe de la UNCTAD *Perú: Evaluación sobre el estado de preparación para el comercio electrónico* (UNCTAD, 2023a), distintas estimaciones sugieren que el comercio electrónico transfronterizo representa entre el 10% y el 20% del total de las ventas, aproximadamente (Statista, 2022b; Américas Market Intelligence, 2022; EBANX, 2022). Por otra parte, los datos del Marketplace Explorer de América Latina y el Caribe (LACME) de CEPAL y ITC⁸⁰, indican que, en 2022, el 4,9% del tráfico que hubo en las plataformas en línea activas en el Perú correspondió a visitantes del extranjero. Además, conforme a la encuesta dirigida a los consumidores se desprende que el 67% de estos realizan compras o transacciones transfronterizas en plataformas o tiendas en línea del exterior, donde Estados Unidos y China lideran dicha preferencia de compra.

Tendencia 3. Mayores estándares y regulaciones en materia de sostenibilidad en los mercados internacionales

Los estándares de sostenibilidad tienen un impacto significativo en el comercio internacional al establecer criterios claros y medibles para las prácticas ambientales, sociales y de gobernanza en la producción y el comercio de bienes y servicios. Estos estándares ayudan a mejorar la transparencia y la trazabilidad en las cadenas de suministro globales, lo que a su vez fomenta la confianza entre consumidores, empresas y gobiernos. Además, al adoptar estos estándares, las empresas pueden acceder a nuevos mercados y diferenciarse frente a la competencia, cumpliendo con las crecientes demandas de los consumidores y reguladores por productos más sostenibles⁸¹. Así, en la Evaluación de desempeño ambiental del Perú de la OCDE y CEPAL, se resalta que el sector exportador peruano debe adaptarse a las exigencias de los mercados globales, las mismas que se reflejan en las regulaciones de los países a los que vende y en una mayor concientización

⁷⁹ Incluyendo el Decreto Legislativo N° 1492.

⁸⁰ <https://www.cepal.org/es/notas/marketplace-explorer-america-latina-caribe-lacme>

⁸¹ <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t81>

entre los consumidores, quienes tienen exigencias cada vez mayores en cuanto a la sostenibilidad en los procesos productivos (OECD & CEPAL, 2017).

No obstante, también se observa una tendencia hacia la aplicación de medidas comerciales unilaterales con impacto extraterritorial por parte de grandes economías, que usan su poder de mercado como medio para influir en el cambio a nivel global en materia de sostenibilidad. Esta situación genera grandes desafíos para los exportadores, en específico para las MIPYME, toda vez que se ven obligados a adaptar sus productos a requisitos adicionales, incrementando así sus costos operativos. Un ejemplo de ello es la regulación europea sobre productos libres de deforestación⁸², que exige a los exportadores demostrar que ciertos productos (entre ellos, el café, cacao, madera y aceite de palma, así como sus derivados) son libres de deforestación, requiriendo estrictos mecanismos de trazabilidad y geolocalización, y demostrar que cumplen con la legalidad en el país de origen. Además de la UE, otros países, como EEUU, Canadá, Reino Unido, y China vienen discutiendo medidas similares.

Tendencia 4. Transformación digital de la actividad económica

La transformación digital es el proceso de creación o modificación de las interacciones humanas, los negocios y experiencia del consumidor por medio de las tecnologías digitales. Según el Observatorio Nacional de Prospectiva de CEPLAN, entre las tendencias globales está la transformación tecnológica de los procesos productivos⁸³, bajo la cual la tendencia tecnológica predominante en la industria es la hiper automatización, que incluye avances como la Inteligencia Artificial integrada con software de automatización de procesos, personalización y eficiencia operativa. La transformación digital hacia el año 2040 influirá también en la estructura de los procesos organizativos. Se requerirán herramientas técnicas y software ágil para adaptarse a la evolución tecnológica. La hiper automatización en la industria implica el reemplazo humano en diversas actividades, lo que podría resultar en la pérdida de empleos y el rediseño de carreras. Según la OECD, entre el 9% y el 14% de los trabajos podrían ser automatizables, y aproximadamente el 32% podrían ser modificados significativamente (OECD, 2019). Según el Foro Económico Mundial, en el 2025, unos 85 millones de puestos de trabajo podrían ser desplazados por la automatización, pero también se podrían crear alrededor de 97 millones de nuevos empleos, especialmente para aquellos que comienzan su carrera profesional, ya que las tareas repetitivas de menor valor serán realizadas por máquinas. Para el año 2050, se espera que las plataformas digitales lideren actividades humanas como las relaciones sociales, el estudio o el trabajo. Asimismo, la transformación digital reinventó nuevos modelos de negocio, optimizando la cadena de suministro y el análisis de la experiencia del consumidor.

Por otro lado, se espera que en el futuro los medios digitales, como las redes sociales y el almacenamiento en la nube, sean fundamentales para el desarrollo de nuevos modelos de negocio, como el comercio electrónico y el trabajo en línea. Facebook alcanzó los 2,9 millones de usuarios en 2022, mientras que el mercado de videoconferencias llegó a US\$ 7,9 mil millones. Además, el mercado de almacenamiento en la nube fue de aproximadamente US\$ 260 mil millones el mismo año (CEPLAN, 2024b).

⁸² Reglamento (UE) 2023/1115 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de mayo de 2023, relativo a la comercialización en el mercado de la Unión y a la exportación desde la Unión de determinadas materias primas y productos asociados a la deforestación y la degradación forestal, y por el que se deroga el Reglamento (UE) n.º 995/2010.

⁸³ <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/tg67>

Tendencia 5. Competencia internacional por mejorar la competitividad de la cadena logística como elemento diferenciador para el comercio

En las últimas décadas, los países de América Latina y el Caribe (ALC) han impulsado la apertura comercial mediante la reducción de aranceles, tanto de manera unilateral como mediante la participación en acuerdos de integración regional y tratados de libre comercio (TLC). Sin embargo, en los últimos años, la facilitación del comercio y la eficiencia de la cadena logística se han convertido en factores críticos para la competitividad⁸⁴ en el comercio mundial⁸⁵. Así, en un entorno tan competitivo y globalizado, factores como una infraestructura deficiente, una conectividad insuficiente y servicios logísticos inadecuados, entre otros, se han constituido como uno de principales obstáculos para mejorar la competitividad de los productos peruanos en los mercados internacionales⁸⁶.

En tal sentido, a fin de consolidar al Perú como hub logístico en Sudamérica, aprovechando las nuevas infraestructuras portuarias y aeroportuarias, se requiere trabajar en el eje Chancay - Callao⁸⁷, implementar estrategias y mecanismos para mejorar la logística urbana, el transporte multimodal, la seguridad dentro de la cadena logística, y los nodos logísticos regionales y su interconexión a países de Sudamérica en beneficio y eficiencia del comercio exterior⁸⁸.

Tendencia 6. Desaceleración de la globalización, debilitamiento de la integración regional, y expansión del unilateralismo en medidas comerciales

Desde mediados de la década del 2010, se observa un creciente sentimiento en contra de la globalización en algunas de las principales economías mundiales. Esto se ha visto reflejado en la salida del Reino Unido de la Unión Europea (conocido como “BREXIT”), el retiro de los Estados Unidos del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP, ahora CPTPP); así como en políticas comerciales que llevaron a una guerra comercial entre Estados Unidos y China. Los shocks originados por la pandemia del COVID-19, que impactó fuertemente en los flujos comerciales mundiales, y la invasión rusa en Ucrania, que evidenció la dependencia energética de Europa en Rusia, impulsaron este sentimiento. Si bien el comercio mundial se recuperó rápidamente después de la pandemia, esta generó cambios en la política comercial de diversos países. Tanto EEUU como la UE impulsaron el acercamiento de sus cadenas de valor y la reducción de la dependencia de las mismas en China. El año 2025 trajo consigo cambios muy importantes en el escenario global del comercio, con un drástico incremento unilateral de aranceles por parte de los Estados Unidos, situación que ha generado tensiones comerciales con distintos socios comerciales incluyendo China y la Unión Europea, y una posible reconfiguración del comercio global (The White House, 2025).

Según la OMC, existe un incremento en el proteccionismo y cierto menoscabo a las reglas del comercio internacional, lo cual lleva a la fragmentación del comercio. Cada vez más, los países se vienen guiando por consideraciones de seguridad económica y seguridad nacional para decidir con qué países comerciar y en qué países invertir. Los países en desarrollo se ven cada vez más en

⁸⁴ <https://www.comexperu.org.pe/articulo/competitividad-logistica-para-el-comercio-exterior>

⁸⁵ Un insuficiente desarrollo de la logística afecta gravemente la competitividad de los países, así, cada día de retraso en el envío de un producto reduce el comercio en al menos 1% (6% en el caso de productos perecederos) (Djankov et al., 2010) y cada día adicional en el transporte reduce entre 1 y 1,5% la posibilidad que el país exporte (Hummels, 2001; Hummels & Schaur, 2013).

⁸⁶ Según el MTC (2023), en el Perú existe una brecha logística valorizada en más de S/ 90 mil millones que impacta negativamente el comercio exterior, donde la brecha en infraestructuras viales concentra el 54% del total, seguido por las infraestructuras portuarias y ferroviarias con el 20% cada una.

⁸⁷ <https://www.comexperu.org.pe/articulo/como-maximizar-el-potencial-logistico-del-puerto-de-chancay>

⁸⁸ <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t92>

una posición de tener que elegir entre fortalecer lazos económicos con potencias occidentales o con el eje China-Rusia. Según la OMC, se observa una fragmentación emergente en los patrones del comercio, con un mayor crecimiento del comercio dentro de bloques de ideas afines, que entre otros bloques. En el contexto regional, la Alianza del Pacífico y el MERCOSUR se han visto debilitados por diferencias en el ámbito político, que han impactado en lo comercial, dificultando progresos en el fortalecimiento del comercio intrarregional.

Según el CEPLAN, la gobernanza global se regirá en el futuro por alianzas y rivalidades geopolíticas. El Occidente se ha desestabilizado a raíz del creciente poder del Oriente, con esta nueva distribución del poder hegemónico impactando en organizaciones multilaterales como la OMC. El debilitamiento del multilateralismo se ve reflejado también en un giro hacia el unilateralismo en la aplicación de medidas comerciales.

Tendencia 7. Cambio climático – mayor frecuencia e intensidad de eventos climáticos que afectan a las actividades productivas y logísticas

El cambio climático se manifiesta cada vez más en los eventos climatológicos extremos que se dan con mayor frecuencia e intensidad en distintas partes del mundo⁸⁹. El cambio climático es causado por el aumento de la temperatura promedio global provocada por la actividad humana, la cual se estima superará en más de 2 °C los niveles preindustriales antes de fin de siglo. El cambio climático genera también el derretimiento de los glaciares; acidificación, calentamiento y aumento del nivel del mar; pérdida de tierras cultivables, y; pérdida de la biodiversidad.

Según la información del Observatorio Nacional de Prospectiva de CEPLAN sobre la Tendencia Global de aumento de la frecuencia de eventos climáticos externos⁹⁰, debido al calentamiento global, se prevé una mayor frecuencia e intensidad en los fenómenos climatológicos extremos; con una combinación de lluvias intensas, inundaciones y sequías. Estos fenómenos pueden afectar las condiciones de vida de la población; así como perturbar las actividades económicas. Además, el cambio climático puede afectar negativamente al comercio al perturbar las cadenas de distribución y suministro y aumentar los costos del comercio⁹¹. Ejemplos recientes incluyen inundaciones severas, tales como la ocurrida en el sur de Brasil el 2024, donde infraestructura crítica para el comercio exterior quedó inoperativa, incendios forestales, y olas de frío y calor. Asimismo, debido a sequías como consecuencia del cambio climático, el Canal de Panamá sufrió déficits en la afluencia de agua, lo que generó demoras en el paso de naves y mayores costos al transporte⁹².

El Perú es un país altamente vulnerable al cambio climático, y se espera que los efectos de eventos climatológicos puedan afectar significativamente las actividades productivas (especialmente en sectores como el agro y la pesca) y logística en el país, impactando negativamente en el comercio exterior (CEPAL & OCDE, 2017).

Tendencia 8. Mayor complejidad en las cadenas de valor

⁸⁹ <https://www.un.org/es/climatechange/science/causes-effects-climate-change>

⁹⁰ <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/tg46>

⁹¹ https://www.wto.org/spanish/tratop_s/envir_s/climate_intro_s.htm

⁹² https://www-atlanticcouncil-org.translate.goog/blogs/econographics/climate-drought-and-the-disrupted-future-of-global-trade/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sge#:~:text=Over%2080%20percent%20of%20all,major%20threat%20to%20global%20trade.

Las cadenas de valor complejas engloban todas las actividades necesarias para llevar un producto al mercado, desde su concepción hasta su producción, así como la investigación y desarrollo, diseño, logística y marketing, y estas tareas suelen estar ubicadas y distribuidas en distintos lugares alrededor del mundo. Esta fragmentación de la producción a través de las fronteras permite una división internacional del trabajo más especializada, y permite a los países especializarse en ciertos eslabones de la cadena, sin tener que desarrollar toda una industria en su territorio.

Además, el fortalecimiento de las cadenas de valor mundiales podría ayudar a sacar a 21,5 millones de personas de la extrema pobreza en comparación con un escenario tendencial de recuperación del COVID-19 (CEPLAN, 2023). En efecto la implementación de políticas de desarrollo de valor agregado para la exportación de bienes y servicios, la diversificación y escalamiento de oferta exportable, tienen un impacto positivo en la actividad económica y en la generación de empleos.

No obstante, las cadenas de valor se tornan más complejas y exigentes en materia de trazabilidad y cumplimiento de legalidad en los diferentes eslabones de la misma, por lo que se requiere de un esfuerzo de adaptación cada vez mayor para mantenerse en las mismas o avanzar a eslabones de mayor valor. Según el BID (2023), cambios en el entorno económico y geopolítico suman dos nuevos imperativos (adicionales a la búsqueda de eficiencia que rigió el desarrollo de cadenas globales de valor (CGVs) a lo largo de las últimas décadas) para el modelo de cadenas globales de valor: la sostenibilidad y la resiliencia. La sostenibilidad se asocia a un reconocimiento de los costos sociales de producción, tomando en consideración los impactos ambientales de las CGV y su compatibilidad con el bienestar de trabajadores y grupos de la población tales como mujeres, jóvenes y minorías. La resiliencia se refiere a la capacidad de las CGVs de recuperarse de shocks que afecten su funcionamiento.

Tendencia 9. Cambios en patrones de consumo (demanda) hacia la sostenibilidad

Los patrones de consumo alrededor del mundo vienen cambiando, volviéndose los consumidores cada vez más exigentes en relación con la sostenibilidad de los productos que consumen. Si bien esta tendencia se observa de forma más marcada en los mercados de mayores ingresos (UE, EEUU, Japón, entre otros), esta viene tomando mayor relevancia en más mercados, y poblaciones jóvenes preocupadas por el impacto ambiental y social de su consumo. Los consumidores se tornan más exigentes y están dispuestos a pagar más por productos sostenibles (Fenech et al., 2024). Sin embargo, los consumidores exigen que la sostenibilidad de un producto sea demostrable, por lo que las certificaciones internacionales y la medición de huellas ambientales han cobrado cada vez mayor importancia, así como nuevas regulaciones establecidas por las autoridades de diversos países, que buscan generar mayor transparencia y/o debida diligencia a lo largo de la cadena de valor. Una tendencia dentro de este cambio de patrones de consumo es la tendencia de "source locally" (abastecimiento local), que busca fortalecer la economía local y reducir el impacto ambiental de transportar insumos, especialmente en el sector de alimentos, al abastecerse localmente, en lugar de traerlos desde localidades más lejanas o importarlos.

Análisis de los efectos

Se elaboró la matriz de impactos de las tendencias relacionadas al problema público, en la cual se analizaron los efectos en el corto, mediano y largo plazo que podrían tener las tendencias seleccionadas, para luego proponer medidas anticipatorias para aprovechar los impactos positivos, o para disminuir o evitar los impactos negativos.

Para la elaboración de esta matriz de impactos de las tendencias relacionadas al problema público se desarrollaron reuniones con los especialistas del Grupo de Trabajo, así como con actores expertos (internos y externos).

En la siguiente tabla, se muestra los impactos de las tendencias, con la finalidad de entender cómo el comportamiento de estas afectaría de manera positiva o negativa a la política, durante su desarrollo hasta el año 2040 y cuáles serían las medidas anticipatorias.

Tabla 28. Matriz de impactos de las tendencias relacionadas al problema público

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
1	Digitalización de los procesos vinculados al comercio exterior	Mejoras en la eficiencia en el comercio Al fomentar una mayor transparencia y predictibilidad en los procesos vinculados al comercio exterior, los actores públicos y privados pueden tomar mejores decisiones, y generar ahorros en tiempo y costos para el comercio exterior, mejorando su competitividad.	Facilitación del comercio La interoperabilidad entre sistemas públicos y privados a nivel nacional e internacional facilita las operaciones de comercio exterior, simplificando procesos, generando mayor predictibilidad y facilitando que más empresas puedan incursionar exitosamente en el comercio exterior. No obstante, también se generan desafíos en términos de ciberseguridad.	Expansión a nuevos mercados La digitalización total del comercio permite eliminar barreras al comercio. Se reducen algunos riesgos, y la mayor predictibilidad en las operaciones de comercio exterior facilita la incursión de las empresas peruanas en nuevos mercados, contribuyendo a la diversificación de mercados internacionales.	• Impulsar la digitalización y centralización de las operaciones y procedimientos de comercio exterior a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior • Modernizar y mejorar la infraestructura tecnológica y digital para aumentar la eficiencia de los procesos del comercio exterior. • Apoyar a la digitalización de empresas exportadoras. • Capacitación en temas digitales a la población. • Incentivar la creación de un programa que potencie las habilidades y capacidades digitales de operadores de comercio exterior. • Mejorar y simplificar los procesos vinculados al comercio exterior y acceso a la información. • Desarrollar mecanismos de transparencia para mitigar los costos de cumplimiento de los actores vinculados en la cadena de comercio exterior. • Fomentar el uso de plataformas digitales para facilitar el comercio exterior y reducir costos. • Establecer estándares que permitan la interconexión e interoperabilidad

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
					entre sistemas digitales de comercio y entre los actores involucrados en el comercio exterior. ● Implementar medidas y protocolos para garantizar la ciberseguridad de los datos y asegurar la continuidad de los servicios públicos vinculados al comercio exterior. ● Identificar todos los trámites relacionados con el comercio exterior a fin de impulsar la digitalización y uso de plataformas tecnológicas ● Inversión en infraestructura digital. ● Buscar acuerdos de cooperación con países que cuenten con avances importantes en materia de digitalización del comercio.
2	Aumento del comercio electrónico	Dinamismo en el mercado interno La implementación del puerto de Chancay dinamizará el comercio electrónico interno y transfronterizo para aprovechar mayores oportunidades de exportación e importación . Incremento de las exportaciones El comercio electrónico facilita a las empresas peruanas el acceso a nuevos mercados internacionales a través de plataformas en línea, lo que podría aumentar las exportaciones y fortalecer la posición competitiva de Perú a nivel global. Inclusión de MIPYME en el comercio internacional Las MIPYME pueden aprovechar el comercio electrónico como una manera accesible y rentable de ingresar al	Crecimiento económico El aumento del comercio electrónico podría impulsar el crecimiento económico del país al facilitar el acceso de las empresas peruanas a nuevos mercados internacionales y aumentar las exportaciones. Incremento de la brecha digital Existe el riesgo de que el aumento del comercio electrónico pueda exacerbar la brecha digital, dejando atrás a aquellos que no tienen acceso a internet o a las tecnologías necesarias para participar en el comercio electrónico. Mayor inclusión financiera La digitalización de los pagos podría contribuir a una mayor inclusión financiera al ofrecer a más personas la posibilidad de realizar	Mayor competitividad internacional El acceso a nuevos mercados internacionales a través del comercio electrónico podría fortalecer la posición competitiva de Perú a largo plazo en la economía global. Dependencia tecnológica Existe el riesgo de que Perú pueda volverse dependiente de tecnologías extranjeras para el comercio electrónico, lo que podría aumentar la vulnerabilidad del país a posibles cambios en el entorno internacional.	● Desarrollar políticas que apoyen el crecimiento del comercio electrónico, incluyendo la mejora de la infraestructura de pago y entrega. ● Regulación y seguridad jurídica del uso de la IA, comercio electrónico, pagos electrónicos, gestión y seguridad en el tráfico de datos. ● Establecer regulaciones que protejan a los consumidores en el comercio electrónico, fomentando la confianza en las transacciones digitales. ● Verificar que el marco regulatorio sea el adecuado para operadores de comercio electrónico. ● Evaluar si los procedimientos de control facilitan el comercio electrónico transfronterizo ● Impulsar la mejora y fortalecimiento de los servicios de SERPOST aplicables al comercio electrónico.

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
		mercado internacional sin necesidad de una infraestructura física costosa en el extranjero. Necesidad de regulación Se requerirá un entorno regulatorio adecuado que fomente la innovación y proteja a los consumidores para promover el desarrollo del comercio electrónico en el país. Competencia para empresas locales que utilizan canales de comercialización tradicionales El crecimiento del comercio electrónico puede aumentar la competencia para las empresas locales que utilizan canales de comercialización tradicionales, lo que podría generar dificultades para aquellas que no se adapten rápidamente a este nuevo entorno comercial.	transacciones en línea de manera segura y conveniente, reduciendo brechas entre hombres y mujeres, entre otros. Desarrollo empresarial El comercio electrónico podría fomentar el desarrollo empresarial al ofrecer a las empresas peruanas nuevas oportunidades de crecimiento y expansión en el mercado internacional.		Fortalecer las capacidades digitales de las empresas, trabajadores, e incluso consumidores, para promover un mayor uso del comercio electrónico.
3	Mayores estándares y regulaciones en materia de sostenibilidad en los mercados internacionales	Altos costos de adaptación Los exportadores actuales enfrentan altos costos de adaptación, incertidumbre en sus ingresos, y falta de claridad sobre cómo se implementarán las medidas en el extranjero. El cumplimiento de mayores estándares y regulaciones podría aumentar los costos de producción para las empresas peruanas, lo que podría reducir su competitividad en el corto plazo. Mejora en la calidad de los productos El enfoque en la sostenibilidad puede llevar a una mejora en la calidad y posicionamiento de los productos peruanos, lo que	Desviación del comercio Las exportaciones peruanas que no cumplan con los estándares y regulaciones podrían ser desplazadas en los mercados de destino por importaciones de países que estén mejor preparados. Podría haber un desplazamiento de las exportaciones de pequeños productores y exportadores hacia aquellos de mayor tamaño, que estén mejor preparados para cumplir con las regulaciones. Las exportaciones peruanas que no cumplan los estándares se trasladarán a terceros mercados, donde no tengan esas exigencias, pero donde las condiciones	Posible mejora en la reputación internacional El cumplimiento de estándares y regulaciones de sostenibilidad podría mejorar la reputación internacional de los productos peruanos, lo que aumentaría su demanda en los mercados internacionales a largo plazo. Riesgo de exclusión Las empresas peruanas que no logren cumplir con los estándares y regulaciones de sostenibilidad podrían ser excluidas de ciertos mercados internacionales, lo que afectaría su competitividad y su capacidad de crecimiento a largo plazo. Efectos sociales	- Desarrollo de normativa para la adecuación de estándares. - Mecanismos de trazabilidad para los principales productos de exportación - Acelerar los procesos mediante los cuales las entidades regulatorias coordinan con sus pares internacionales los permisos y/o certificados para que sean reconocidos mutuamente. Esto debería considerar aumentar el capital humano e infraestructura (ejem. expertos, laboratorios) - Certificación del cumplimiento de los derechos laborales fundamentales previstos en los acuerdos comerciales

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
		aumentaría su competitividad en los mercados internacionales.	comerciales podrían no ser tan favorables, afectando sus ingresos. Acceso a nuevos mercados Las empresas peruanas que sí cumplan con los estándares y regulaciones de sostenibilidad podrán mantener e incluso aumentar su participación en mercados existentes, así como posicionarse en nuevos mercados, especialmente aquellos enfocados en la producción y consumo sostenible. Aumento de los costos de producción La implementación de medidas para cumplir con los estándares y regulaciones de sostenibilidad podría aumentar los costos de producción para las empresas peruanas, lo que podría afectar su rentabilidad a mediano plazo.	De concretarse el riesgo de exclusión, podría generarse conflicto social, pérdida de empleos, y una transición hacia actividades ilícitas, así como tensiones comerciales.	suscritos por el Perú en las cadenas de valor, en particular, que se verifique que las empresas efectivamente han erradicado el trabajo infantil. • Establecer políticas de cambio de la matriz energética, para habilitar un uso más intensivo de energías renovables; y, políticas para mejorar la gestión del agua, para evitar la sobreexplotación de acuíferos y evitar la contaminación de cuencas. • Establecer estándares claros y alcanzables en sostenibilidad que alineen las prácticas comerciales con los objetivos ambientales. • Ampliar el alcance para la aplicación del Análisis Regulatorio Ex ante a fin de evaluar la calidad regulatoria de las propuestas de reglamentos técnicos y otras medidas que tengan un efecto directo o indirecto en el comercio internacional. • Capacitación y asistencia a empresas para adecuar su oferta a las nuevas necesidades de los mercados internacionales en regulaciones, patrones de consumo y transformación digital. • Impulsar la adopción de estrategias de sostenibilidad en las ZEE para la atracción de inversiones con criterios Environmental, Social and Governance (ESG).
4	Transformación digital de la actividad económica	Aumento de la eficiencia de la producción La automatización de los procesos productivos permitirá	Incremento de la demanda de componentes y equipos tecnológicos La mayor adopción de	Mayor diversificación de las exportaciones peruanas: El aumento del uso de nuevas	• Regulación y seguridad jurídica del uso de la IA, comercio electrónico, pagos electrónicos • Capacitar en temas digitales a la

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
		a las empresas peruanas aumentar su eficiencia, reduciendo los tiempos de producción y minimizando los errores, lo que les permitirá una mayor producción con menos recursos. Reducción de los costos de producción Si bien se requiere de una inversión inicial, la automatización en los procesos productivos de bienes y servicios conducirá a una reducción significativa de los costos operativos de las empresas peruanas, lo que las hará más competitivas en el mercado internacional al ofrecer productos a precios más bajos. Aumento de la eficiencia en los procesos comerciales La expansión del uso de tecnologías digitales permitirá a las empresas peruanas optimizar sus procesos comerciales, lo que se traducirá en una mayor eficiencia en la gestión de pedidos, pagos, logística, entre otros aspectos.	tecnologías de automatización en la producción de bienes y servicios generará una creciente demanda de componentes y equipos tecnológicos, lo que podría beneficiar a los fabricantes y proveedores de tecnología y servicios tecnológicos en el país. Reducción de la demanda de mano de obra no especializada La automatización de actividades podría reducir la demanda de mano de obra no especializada, lo que podría generar desafíos en la reestructuración del mercado laboral peruano y dificultar la inserción laboral de ciertos grupos de la población. Riesgo de exclusión de empresas no adaptadas Existe el riesgo de que las empresas peruanas que no se adapten a la transformación digital sean excluidas del mercado, perdiendo competitividad y participación en la economía global. Aumento de la productividad y rentabilidad La optimización de los procesos comerciales y la reducción de los costos operativos gracias a la transformación digital se traducirá en un aumento de la productividad y rentabilidad de las empresas peruanas.	plataformas y herramientas digitales permitirá a MIPYME peruanas escalar sus operaciones productivas y de comercio exterior de bienes y servicios. La mayor demanda de componentes y equipos tecnológicos, así como de servicios vinculados a la transformación digital, genera oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios y exportaciones en el Perú. Plataformas digitales gobiernan los sectores de aprendizaje y colaboración remota Empoderando a las personas y forzando la innovación y creación de nuevos modelos de negocio para mejorar la oferta exportable de bienes y servicios. Persistencia de desafíos en la reestructuración del mercado laboral A pesar de la creación de nuevos empleos, la reestructuración del mercado laboral peruano podría llevar tiempo y generar tensiones sociales y económicas a largo plazo, especialmente si no se implementan políticas adecuadas de formación y capacitación laboral.	población / fuerza laboral. ● Proveer asistencia técnica a las empresas y a los operadores para que adopten tecnologías digitales en sus operaciones. ● Mejorar el acceso al financiamiento de las empresas para adquisición y adopción de tecnologías. ● Capacitación y asistencia a empresas para adecuar oferta a las nuevas necesidades de los mercados internacionales en regulaciones, patrones de consumo y transformación digital. ● Identificar nuevas o actualizar carreras profesionales que sean requeridas por estos actores de comercio exterior en el entorno digitalizado. ● Continuar con el proceso de adhesión del Perú al Acuerdo de Asociación sobre Economía Digital (DEPA).

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
5	Competencia internacional por mejorar la competitividad de la cadena logística como elemento diferenciador para el comercio	Incremento relativo de los costos logísticos en Perú Los exportadores actuales enfrentan altos costos logísticos para llevar sus productos a los mercados internacionales, siendo los componentes de transporte y seguridad los más afectados. El costo logístico actual representa en promedio el 16% del precio de venta final, lo que reduce la competitividad en el corto plazo.	Pérdida de clientes y menor participación en el mercado La ineficiencia dentro de la cadena logística puede llevar a la pérdida de clientes que optan por competidores con cadenas logísticas más competitivas. Asimismo, la incapacidad para cumplir con las demandas del mercado en tiempos y calidad puede reducir la cuota de mercado del país en los próximos años.	Pérdida de mercado Internacional La incapacidad para competir en términos de costo y tiempo de entrega reducirá la demanda de los productos peruanos en los mercados internacionales. Los altos costos logísticos agravarán esta situación y, por ende, afectarán la rentabilidad de las empresas y aumentarán la mortandad de las empresas exportadoras, especialmente las MIPYME. Desincentivos para la inversión extranjera Los inversores extranjeros evitan ingresar a países con infraestructuras y servicios logísticos ineficientes y, por ello, se reduciría la inversión extranjera directa en el país. Además, un país conocido por su ineficiencia logística puede sufrir un daño reputacional, afectando su atractivo como socio comercial.	• Desarrollar estrategias en el eje Chancay-Callao con miras a consolidar al Perú en un Hub logístico. • Impulsar el desarrollo de plataformas logísticas para consolidar carga y antepuertos para mejorar el flujo de camiones, con el objetivo de agilizar el transporte de mercancías y garantizar la eficiencia en las operaciones de comercio exterior. • Mejorar los mecanismos de seguridad dentro de la cadena logística; propiciando la prevención y lucha contra los ilícitos y la informalidad en el transporte. • Fomentar la interconexión y la eficiencia en los pasos fronterizos para el traslado de la carga de comercio exterior con su entorno regional terrestre, a fin de integrar los nodos logísticos a los corredores sudamericanos. • Promover la interconexión e interoperabilidad entre los actores involucrados en el comercio exterior. • Integración de la cadena logística nacional con infraestructura productiva (parques industriales, zonas económicas especiales) para generar corredores económicos que promuevan la competitividad del país. • Fomentar asociaciones entre el sector público y privado para optimizar la cadena logística. • Implementar programas de asesoramiento y

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
					capacitación en gestión de cadena de logística y estándares internacionales. ● Impulsar la implementación de mecanismos para reforzar la seguridad de la cadena logística y reducir los tiempos de atención en las operaciones de comercio exterior. ● Descentralizar la gobernanza logística, buscando mejorar los puertos regionales y el aprovechamiento de la infraestructura.
6	Desaceleración de la globalización, debilitamiento de la integración regional, y expansión del unilateralismo en medidas comerciales	Menor crecimiento del comercio Menores perspectivas de negocio impactan sobre el interés de empresas por explorar mercados internacionales. Menor desarrollo del comercio intra regional. Guerras comerciales desaceleran el comercio.	Menor desarrollo del comercio exterior Incremento del proteccionismo, mayores trabas para el comercio y la no separación entre lo político y lo comercial, dificultan el desarrollo del comercio exterior. Incremento en la aplicación de medidas comerciales unilaterales, que menoscaban las reglas del comercio internacional y pueden significar barreras al comercio para países en vías de desarrollo, generando desviación del comercio,	Fragmentación de las reglas del comercio internacional genera mayores retos de adaptación y cumplimiento para empresas exportadoras, sobre todo MIPYME, reduciendo su potencial participación en cadenas regionales y globales de valor. Menor diversificación y desarrollo del comercio en la región latinoamericana. Economías menos resilientes y menor crecimiento Una mayor autosuficiencia y la relocalización de la producción, producto de la reconsideración de estrategias comerciales de las empresas ocasionada por la pandemia y la incertidumbre en las reglas del comercio internacional, podría conducir a empeorar las perspectivas de reducción de la pobreza y alcanzar el desarrollo en países de ingresos medios y bajos. La desglobalización resta resiliencia a las economías para enfrentar shocks, así como oportunidades para mejorar la eficiencia y el crecimiento.	● Impulsar la negociación de nuevos acuerdos comerciales y optimizar o modernizar acuerdos existentes. ● Mayor difusión en la población general acerca de los beneficios del comercio exterior para el país, así como sobre las oportunidades que se generan a través de la optimización y difusión de los acuerdos comerciales y la capacidad exportadora ● Incentivar un mayor uso de los acuerdos comerciales por parte de las empresas peruanas. ● Fortalecer mecanismos de integración regional. ● Incentivar a las empresas a diversificar sus mercados de exportación para reducir la dependencia de un solo país o región. Asimismo, promover en las empresas la generación y exportación de nuevos productos e incorporar valor agregado a la oferta exportable ● Realizar estudios que permitan identificar oportunidades comerciales que

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
					existen como parte de la nueva configuración del comercio internacional. • Fortalecer las acciones de promoción comercial. • Fomentar la inversión extranjera en los sectores de manufactura, agroindustria, pesca para consumo humano, entre otros. • Impulsar la integración intrarregional, participar activamente en el espacio multilateral y buscar alianzas internacionales, estableciendo sinergias entre sectores para afrontar las potenciales barreras al comercio exterior. • Fortalecer mecanismos de detección y atención de barreras y controversias comerciales.
7	Cambio climático – mayor frecuencia e intensidad de eventos climáticos que afectan a las actividades productivas y logísticas	Eventos climáticos adversos generan incertidumbre y afectación a campañas agrícolas y pesqueras, así como a actividades logísticas a nivel nacional e internacional, impactando negativamente en el desarrollo del comercio exterior.	Incremento en costos de adaptación en la producción agrícola y pesquera, ingresos volátiles y menos predecibles. Infraestructura logística sobrepasada por eventos climatológicos genera demoras o interrupciones en el comercio.	Desaceleración y menor predictibilidad en los flujos del comercio internacional. Ingresos inciertos impactan negativamente en la rentabilidad, aumentan los costos asociados a la reducción de riesgos, y afectan a las inversiones empresariales.	• Desarrollar estrategias de adaptación y mitigación del impacto de eventos climáticos en la producción y logística. • Mejorar la infraestructura para que sea más resistente a eventos climáticos extremos. • Desarrollar planes de contingencia para mitigar los problemas de cambio climático en sectores con mayor riesgo, como el sector agrícola. • Sensibilización al sector empresarial sobre los efectos del cambio climático, mayor investigación sobre riesgos, medidas de mitigación y medidas de adaptación, programas orientados a que las empresas implementen medidas de mitigación y adaptación.

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
					• Incremento de inversión en medidas preventivas, sobre todo en las principales regiones que generalmente son afectadas, para reducir los posibles efectos negativos y aprovechar los posibles efectos positivos ante el cambio climático.
8	Mayor complejidad en las cadenas de valor	Empresas peruanas se mantienen en etapas iniciales de la cadena de valor. Una mayor competencia hace que, para mantenerse o avanzar hacia eslabones de mayor valor en las cadenas regionales y globales, las empresas peruanas deban implementar mejoras para cumplir con los requerimientos de calidad y cumplimiento de normas.	Dificultad para lograr encadenamientos Las empresas que no sean competitivas, que no implementen medidas para diversificar riesgos en sus cadenas, y que no sean flexibles, con una elevada capacidad de adaptarse a escenarios cambiantes, quedarán progresivamente fuera de las cadenas regionales y globales. Solo empresas innovadoras y con generación de valor se mantienen en capacidad de encadenarse.	Menor eficiencia y desarrollo del comercio De no adaptarse a las tendencias, exportaciones peruanas quedan rezagadas y fuera de las cadenas regionales y globales de valor, impactando en la capacidad del país de generar empleo, especializarse, e innovar.	• Promover la diversificación y escalamiento de la oferta exportable de bienes y servicios. • Promover esquemas asociativos y encadenamientos productivos competitivos y de mayor valor agregado para el comercio exterior. • Fortalecer el eje Callao-Chancay y su articulación con la infraestructura de uso industrial de la zona de influencia (zonas económicas, parques industriales u otros) para generar un ecosistema de competitividad que impulse la generación de productos con valor agregado. • Implementar mayores herramientas tecnológicas para mejorar la oferta exportadora, e impulsar la economía colaborativa. • Implementar evaluaciones de riesgo para identificar vulnerabilidades en las cadenas de suministro y desarrollar planes de contingencia. • Adoptar tecnologías que mejoren la visibilidad y la trazabilidad en las cadenas de valor,

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
					facilitando la gestión de la complejidad. - Analizar las reglas de origen para un mejor aprovechamiento de los TLCs, a fin de asegurar una mejor inserción en las cadenas globales y regionales de valor. - El desarrollo de un sistema de ZEE que priorice sectores estratégicos para lograr consolidar clústeres industriales y de servicios, que a su vez permita una mayor participación del país en las cadenas globales de valor. Este desarrollo se impulsa a través del establecimiento de un marco normativo para las ZEE y acciones de política multisectorial. - Construir un marco firme de atracción de inversión extranjera con medidas específicas para fomentar los sectores de manufactura, agroindustria, pesca para consumo humano, y otros Estudios a profundidad sobre el comportamiento del comercio exterior peruano y la integración a las cadenas regionales y globales de valor, para identificar nuevas oportunidades de aprovechamiento y también aquellos puntos que deben ser corregidos.
9	Cambios en patrones de consumo (demanda) hacia la sostenibilidad (e.g. huella de carbono, “source locally”)	Crecimiento en la demanda de productos peruanos asociados a la sostenibilidad Productos peruanos pueden ingresar a mercados nicho que valoren la sostenibilidad, como es el caso de la producción orgánica, certificada, y de la biodiversidad en el	Incremento de estándares exigidos por los consumidores Se elevan los estándares para evitar el “greenwashing” (publicidad o afirmaciones engañosas acerca del impacto ambiental de un producto) por parte de las empresas. Se exige mayor sustento relacionado a la	Más consumidores en mayor número de mercados se tornan más exigentes, al igual que los estándares de demostración de buenas prácticas. Solo empresas y productos verdaderamente sostenibles podrán aprovechar la tendencia. Aquellas que lo logren,	Acompañar las políticas productivas y comerciales con: (i) políticas de cambio de la matriz energética, para habilitar un uso más intensivo de energías renovables; y, (ii) políticas responsables de gestión del agua, para hacer las exportaciones más sostenibles y promover una

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
		caso de los alimentos; las buenas prácticas en textiles de fibras naturales, entre otros.	sostenibilidad de los productos: medición de huellas ambientales y certificaciones (no solo ambientales, sino sociales y laborales), entre otros que implican mayores costos a los productores y exportadores. Movimientos de "Source locally" o "Farm to table" podrían impactar en demanda de alimentos en países de altos ingresos, generando un posible desplazamiento de las exportaciones peruanas.	disfrutarán de altos ingresos. Mayor exposición a campañas de desprestigio Exportaciones peruanas podrían estar sujetas a campañas de desprestigio, en caso de no implementar medidas vinculadas a la sostenibilidad y/o no comunicarlas adecuadamente.	participación en encadenamientos globales de valor en etapas productivas más avanzadas (downstreaming) - Realizar estudios de seguimiento a los patrones de consumo - Efectuar investigaciones de potenciales mercados para la oferta exportable peruana de bienes y servicios cuyos patrones de consumo han cambiado por factores asociados a la sostenibilidad. - Desarrollar campañas de posicionamiento de la oferta exportable sostenible peruana en mercados internacionales. - Fomentar la innovación en el desarrollo de productos que respondan a la demanda de sostenibilidad. - Capacitación y asistencia a empresas para adecuar oferta a las nuevas necesidades de los mercados internacionales en regulaciones, patrones de consumo y transformación digital - Fortalecer la inteligencia y promoción comercial e en mercados grandes donde esta tendencia viene tomando mayor importancia (e.g. China e India). - Ofrecer incentivos a las empresas que adopten prácticas sostenibles. - Desarrollo de una estrategia posicionamiento y promoción internacional de la oferta exportable sostenible. - Fomento de la transparencia en la información sobre productos sostenibles, en

N°	Tendencias	Impactos sobre el problema público			Medidas anticipatorias
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
					particular referida a la trazabilidad y certificación. • Desarrollo de alianzas con otros países en el ámbito multilateral.

Fuente: Elaboración propia en base a talleres participativos

7.2.2. Análisis de riesgos y oportunidades

Esta sección contiene la identificación y priorización de los principales riesgos y oportunidades que tienen el potencial de condicionar la evolución de la implementación de la PNMCE. Para el Ceplan (2023) “los riesgos son potenciales situaciones de peligro o circunstancias indeseables o adversas que agudizan el problema público” y “las oportunidades se definen como condiciones o eventos potenciales que, de materializarse, tendrían un impacto positivo en el bienestar de la población o en el desarrollo nacional”.

Selección de riesgos y oportunidades

Con el total de riesgos y oportunidades identificadas en las reuniones realizadas con los especialistas del Grupo de Trabajo, se realizaron talleres con diferentes actores públicos y privados con la finalidad de priorizar aquellos riesgos y oportunidades con mayor probabilidad de ocurrencia⁹³ y potencial impacto⁹⁴, considerando una escala del 1 al 5. Para este proceso se utilizó como herramienta un formulario digital en Google Forms⁹⁵ y la votación se realizó en un taller virtual.

A partir de este trabajo, se eligieron los riesgos y oportunidades con mayor puntaje por tipo. En la tabla 31 se muestra el listado de los riesgos y oportunidades seleccionadas y la valorización por tipo según la probabilidad de ocurrencia y potencial impacto referido al problema público (ver anexo A, que contiene la lista de asistencia de los talleres con los actores internos y externos).

Tabla 29. Listado de riesgos seleccionadas

N°	RIESGOS	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	IMPACTO	PROMEDIO
1	Conflictos sociales	4.19	4.38	4.29
2	Incremento en la inseguridad ciudadana en el ambiente de negocios	4.31	4.10	4.20
3	Incremento de la magnitud y frecuencia de eventos de interrupción en la cadena logística del comercio internacional	3.60	4.62	4.11
4	Alta volatilidad de los precios de los minerales y otras materias primas	4.02	4.07	4.05
5	Incremento de costo de fletes por medidas de reducción de carbono en el transporte marítimo internacional	3.85	4.10	3.97
6	Agudización de la crisis de gobernabilidad e institucionalidad	4.05	3.86	3.95

Tabla 30. Listado de oportunidades seleccionadas

⁹³ Es la probabilidad de que ocurra en función a las demás posibilidades.

⁹⁴ Son los cambios que se podrían originar

⁹⁵ Formulario desarrollado para la priorización de riesgos y oportunidades en: <https://forms.gle/3rpUmSPJiJCwKQTV7>

N°	OPORTUNIDADES	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	IMPACTO	PROMEDIO
1	Puesta en marcha de nueva infraestructura para el comercio exterior	4.45	4.71	4.58
2	Big data e inteligencia artificial	4.17	3.98	4.07
3	Demanda internacional por productos sostenibles	4.21	3.90	4.06
4	Universalización de la economía digital	3.88	4.14	4.01

- **Riesgos**

Riesgo 1. Conflictos sociales

La exacerbación de conflictos sociales⁹⁶ internos se refiere a la intensificación de problemas sociales y tensiones en una comunidad, sociedad o país debido a conflictos socioambientales, desigualdades económicas, pérdida de empleos, polarización política, tensiones étnicas o religiosas, entre otros factores. Sus efectos abarcan violencia, fractura de la cohesión social, impacto económico negativo, inestabilidad política, desplazamientos masivos de personas y tensiones regionales. Los conflictos sociales pueden tener impactos importantes en el desarrollo del comercio exterior en función a su extensión (nacionales, regionales, focalizados), magnitud y duración. Los conflictos sociales pueden impactar directamente en la logística del comercio internacional, con el bloqueo de vías de transporte, generando demoras, mayores costos, y pérdidas para los productores o compradores, especialmente en el caso de productos perecibles de la agricultura. La afectación puede venir también de daños a la propiedad privada productiva y a limitaciones o daños a la producción destinada a la exportación. En el mediano y largo plazo, los conflictos sociales impactan negativamente en las inversiones privadas (tanto nacionales como externas) que impulsarían el comercio exterior. Los conflictos sociales prolongados podrían dañar la reputación internacional del Perú como destino seguro para la inversión y el comercio.

Riesgo 2. Incremento en la inseguridad ciudadana en el ambiente de negocios

El incremento en robos, asaltos, extorsiones y criminalidad⁹⁷ en general impacta negativamente en toda la cadena de comercio exterior, reduciendo la seguridad y competitividad de las exportaciones e importaciones. El aumento de contenedores contaminados por drogas afecta no solo la competitividad, sino también la credibilidad y reputación de las exportaciones peruanas. En el corto plazo, las empresas pueden desanimarse de participar en el comercio exterior, sobre todo las MIPYME, que tienen menor capacidad de respuesta y recursos para afrontar los efectos de la criminalidad, impactando negativamente en la inversión. En el mediano plazo, las exportaciones peruanas se ven afectadas por una pérdida de su competitividad y una pérdida reputacional a nivel internacional, lo cual impacta negativamente a la disposición de hacer negocios con empresas exportadoras peruanas y también a la inversión extranjera directa en el Perú.

Riesgo 3. Incremento de la magnitud y frecuencia de eventos de interrupción en la cadena logística del comercio internacional

Diversos eventos pueden desencadenar interrupciones en la cadena logística⁹⁸ del comercio internacional⁹⁹, como conflictos políticos, desastres de origen natural o crisis sanitarias como la pandemia del COVID-19, que demostró la vulnerabilidad de las cadenas de suministro

⁹⁶ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r2_pun

⁹⁷ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r6_cal

⁹⁸ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r17_2023

⁹⁹ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r18_2023

internacionales y su impacto en el comercio internacional. Las restricciones a la movilidad, el cierre de fronteras y las medidas de confinamiento afectaron la producción y distribución de bienes y servicios a nivel global, lo que generó interrupciones en el comercio internacional.

También el cambio climático puede tener un impacto similar: el Canal de Panamá ha tenido que modificar sus operaciones al no contar con suficiente afluencia de agua, lo que genera demoras en el paso de naves y mayores costos al transporte. Por su parte, el Canal de Suez sufrió interrupciones en su operación debido a ataques a naves comerciales por parte de rebeldes houthíes en el Mar Rojo¹⁰⁰, reduciéndose el tráfico en un 90% y generando incrementos en los fletes de entre 30 y 40%.

Una interrupción en la cadena logística puede generar no solo un incremento en tiempos y costos, sino también la pérdida o daño a la oferta exportable peruana, especialmente en el caso de productos perecibles. En el mediano y largo plazo, la afectación en el problema público será principalmente por un incremento en los costos logísticos.

Riesgo 4. Alta volatilidad de los precios de los minerales y otras materias primas

El Perú depende fuertemente de las exportaciones de minerales¹⁰¹. Al tratarse de *commodities* cuyo precio se determina en mercados internacionales¹⁰², el Perú tiene poco control sobre los mismos, y consecuentemente, sobre los ingresos recibidos por dichas exportaciones. Los precios de los minerales pueden presentar una elevada volatilidad ante eventos de gran magnitud en la esfera internacional, incluyendo crisis económicas y/o humanitarias en diferentes partes del mundo. Variaciones muy grandes pueden tener un impacto muy importante en la estabilidad económica del país, a través del efecto en las exportaciones, remesas y tipo de cambio.

Riesgo 5. Incremento de costo de fletes por medidas de reducción de carbono en el transporte marítimo internacional

El transporte marítimo, que moviliza la mayor parte de la carga en el comercio mundial, es una fuente importante de emisiones de gases de efecto invernadero. Por ello, diversos países vienen adoptando medidas para reducir dichas emisiones.

Por ejemplo, a través de organismos internacionales como la Organización Marítima Internacional (OMI), se han implementado regulaciones que obligan a las navieras a reducir sus emisiones de carbono. Un ejemplo clave es el Anexo VI del Convenio MARPOL, que exige que los buques disminuyan el contenido de azufre en los combustibles y adopten medidas para mejorar la eficiencia energética de las embarcaciones.

Estas normativas requieren que las empresas navieras inviertan en tecnologías más limpias y en el uso de combustibles con bajo contenido de azufre, que son considerablemente más costosos que los combustibles tradicionales. En ese sentido, la transición hacia un transporte marítimo más sostenible implica inversiones significativas en: modernización de flotas, equipos de tratamiento de gases de escape, combustibles alternativos, entre otros.

Además, para cumplir con los límites de emisiones, muchas navieras han optado por reducir la velocidad de sus embarcaciones (conocido como *slow steaming*), lo que disminuye el consumo de combustible, pero aumenta el tiempo de tránsito. Este aumento en el tiempo de viaje reduce la

¹⁰⁰ <https://unctad.org/es/news/la-unctad-advierte-que-las-perturbaciones-superpuestas-provocan-desafios-sin-precedentes-para>

¹⁰¹ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r9_are

¹⁰² https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/r15_2022

eficiencia operativa, lo que conlleva mayores costos asociados a la necesidad de operar más buques para cumplir con las mismas demandas logísticas.

En el caso de la Unión Europea, en el 2023, se aprobó un acuerdo para ampliar el alcance del Régimen de Comercio de Derechos de Emisión (ETS por sus siglas en inglés, Emissions Trading System) al transporte marítimo desde el 2024 (Aznar, 2023; Juárez, 2023; Rajan, 2023). Esta nueva regulación obliga a las compañías navieras a comprar permisos para emisiones de viajes que se realicen entre puertos del Espacio Económico Europeo y también viajes desde puertos europeos a terceros países.

Asimismo, cada vez más los clientes y gobiernos están ejerciendo presión para que las empresas navieras adopten prácticas más sostenibles. Esto genera una demanda creciente por servicios de transporte que cumplan con los estándares ambientales, lo cual tiende a incrementar el costo de flete debido a las inversiones necesarias para lograr esos niveles de sostenibilidad.

Riesgo 6. Agudización de la crisis de gobernabilidad e institucionalidad

La inestabilidad política que ha vivido el Perú en años recientes afecta la capacidad del Estado de implementar reformas y otras medidas de largo plazo que permitan mejorar la competitividad de la economía, reducir la informalidad, generar empleo de calidad y reducir la pobreza. De igual manera, se ve afectada la capacidad de actores privados de planear inversiones de largo plazo y de contar con un ambiente de negocios estable. Cabe resaltar, que, en las Encuestas Empresariales del Banco Mundial para el Perú del 2023, se identifica que la principal limitación del entorno empresarial identificado por empresas peruanas del sector no-agrícola es la inestabilidad política (47% de las empresas encuestadas)¹⁰³. De continuar la inestabilidad política, se dificulta la atracción de inversiones, la implementación de medidas que contribuyan a reducir las brechas en infraestructura logística, el desarrollo de sinergias entre sectores, el fortalecimiento de la gobernanza del comercio exterior, y el trabajo con las regiones para implementar medidas efectivas que contribuyan a la descentralización, afectando negativamente así el desarrollo del comercio exterior.

- **Oportunidades**

Oportunidad 1. Puesta en marcha de nueva infraestructura para el comercio exterior

La puesta en marcha de nueva infraestructura para el comercio exterior¹⁰⁴ trae nuevas oportunidades para el comercio exterior. Destaca la reciente puesta en marcha del megapuerto de Chancay, que permitirá generar ahorros de hasta diez días en el transporte de mercancías desde y hacia China, y con ello, la reducción de los costos logísticos. El desarrollo de este puerto facilitará la consolidación de la carga y, aunado a la reciente aprobación de la Ley del Cabotaje, generará grandes oportunidades para incrementar el comercio con distintos mercados, especialmente en el Asia-Pacífico, y también permitirá descongestionar el puerto del Callao¹⁰⁵. Además, se podrá consolidar los corredores logísticos interoceánicos, que dinamizarán el comercio en las regiones involucradas y países vecinos, en particular Brasil. Existe interés por países como Brasil y Ecuador por vincular sus cadenas logísticas al uso de este mega puerto, lo cual permitirá potenciar el comercio intrarregional.

Por otro lado, la ampliación del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, la ampliación del puerto del Callao, y de otras infraestructuras portuarias y aeroportuarias en diversas regiones del país, que recientemente han entrado en operación o se encuentran planificadas y priorizadas en el país

¹⁰³ <https://espanol.enterprisesurveys.org/es/data/exploreconomies/2023/peru>

¹⁰⁴ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/o11_2023

¹⁰⁵ <https://www.comexperu.org.pe/articulo/como-maximizar-el-potencial-logistico-del-puerto-de-chancay>

mediante el Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transportes al 2032 (PNSILT-2032), generará oportunidades para mejorar la eficiencia e interconexión logística y la reducción de costos.

El establecimiento de zonas económicas especiales en las áreas de influencia de las nuevas infraestructuras para el comercio exterior, se constituye como una oportunidad para atraer nuevas empresas, propiciando el desarrollo de industrias y servicios de alto valor agregado, lo cual generará la posibilidad de convertir al Perú en un *hub* productivo y de servicios modernos.

Oportunidad 2. Big data e inteligencia artificial

El *big data* y la inteligencia artificial¹⁰⁶, como tecnologías disruptivas de la Cuarta Revolución Industrial, están transformando radicalmente la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos. El *big data* se refiere a la gestión de datos masivos que son capturados, almacenados y procesados para identificar patrones y correlaciones significativas. Por otro lado, la inteligencia artificial permite a las máquinas realizar tareas que antes solo podían ser realizadas por humanos, como el reconocimiento de voz y la toma de decisiones.

En el ámbito del comercio exterior, estas tecnologías tienen un impacto significativo. El *big data* permite una mejor comprensión del comportamiento del consumidor, lo que lleva a un aumento de las ventas, suscripciones y satisfacción del cliente. También facilita la optimización de la cadena de suministro y la logística, lo que mejora la eficiencia operativa. Por otro lado, la inteligencia artificial puede personalizar las experiencias de los clientes, mejorar la selección de recursos humanos y desarrollar nuevos productos adaptados a las necesidades del mercado internacional.

Oportunidad 3. Demanda internacional por productos sostenibles

A medida que los consumidores alrededor del mundo toman mayor conciencia sobre los desafíos ambientales y sociales que enfrenta la humanidad, se genera una mayor demanda por productos sostenibles. Al respecto, el 79% de los consumidores en mercados de rápido crecimiento como China, India e Indonesia están preocupados por la sostenibilidad ambiental, una proporción incluso mayor a la hallada en mercados desarrollados como Estados Unidos y Europa (55%), según una encuesta realizada por Bain & Company (2023) a más de 23 mil consumidores en 11 países. Esta mayor preocupación se traduce en una importante demanda mundial por productos sostenibles: el 50% de los consumidores entrevistados manifestó que la sostenibilidad es uno de sus cuatro principales criterios de compra. Asimismo, los consumidores están dispuestos a pagar una prima promedio de 12% por productos sostenibles. La mayor demanda internacional por productos sostenibles tiene entonces efectos positivos potenciales para el desarrollo del comercio exterior en el Perú, en tanto nuestro país cuenta con una amplia biodiversidad, grandes extensiones de bosque, fibras naturales y prácticas sostenibles que pueden ser extendidas en diferentes sectores e industrias para posicionar al Perú como un origen de productos sostenibles. Para concretar este posible efecto positivo, es necesario que los productores y exportadores peruanos internalicen y demuestren la aplicación de buenas prácticas ambientales y sociales.

Oportunidad 4. Universalización de la economía digital

La economía digital¹⁰⁷ se refiere a la influencia de la tecnología digital en los procesos económicos, transformando la forma en que se producen y consumen bienes y servicios. Esta tendencia surge con la llegada del Internet en los años noventa y se ha consolidado con el desarrollo de tecnologías como el *big data* y la inteligencia artificial. Actualmente, la economía digital abarca la infraestructura

¹⁰⁶ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/o22_2022

¹⁰⁷ https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/o16_2024

de telecomunicaciones, las industrias de tecnologías de la información y comunicación (TIC), así como la interconexión de actividades económicas y sociales facilitadas por Internet, la computación en la nube y otras tecnologías digitales. La economía digital se caracteriza por la digitalización, la conexión, la virtualización, la personalización y la desintermediación, entre otras características. Estas cualidades permiten una mayor eficiencia en la producción y distribución de bienes y servicios, así como una mayor personalización en la oferta para los consumidores.

La economía digital puede ofrecer oportunidades significativas para el comercio exterior, facilitando el intercambio de bienes y servicios a nivel global. Al adoptar tecnologías digitales y promover la innovación en todos los sectores económicos, el Perú puede mejorar su competitividad a nivel global y aprovechar las oportunidades de crecimiento que ofrece la economía digital en el comercio internacional. Las empresas pueden utilizar tecnologías digitales para recopilar y analizar datos sobre el comportamiento y las preferencias de los consumidores, lo que les permite personalizar sus productos y servicios de manera más efectiva, satisfaciendo las necesidades específicas de cada cliente. Así, se facilita el intercambio de bienes y servicios a nivel global, impulsando el comercio exterior. La economía digital elimina las barreras geográficas, permitiendo a las empresas peruanas alcanzar mercados internacionales de manera más efectiva, lo que favorece el aumento de las exportaciones y el comercio exterior. La digitalización de la economía puede tener un impacto significativo en el crecimiento económico, ya que está asociada con una mayor productividad y eficiencia en diversos sectores. Sin embargo, el desarrollo de la economía digital también plantea desafíos y riesgos, como la desigualdad digital, la ciberdelincuencia, la concentración económica, la seguridad de los datos y el desempleo, lo que requiere una gestión cuidadosa para mitigar sus riesgos y maximizar sus beneficios.

Análisis de los efectos

Se elaboró la matriz de impactos de los riesgos y oportunidades relacionadas al problema público, en la cual se analizaron los efectos en el corto, mediano y largo plazo que podrían tener los riesgos y oportunidades seleccionadas, para luego proponer medidas anticipatorias para aprovechar los impactos positivos, o para disminuir o evitar los impactos negativos.

Para la elaboración de esta matriz de impactos de los riesgos y oportunidades relacionadas al problema público se desarrollaron reuniones con los especialistas del Grupo de Trabajo, así como con actores expertos (internos y externos).

En la siguiente tabla, se muestra los impactos de los riesgos y oportunidades, con la finalidad de entender cómo el comportamiento de estas afectaría de manera positiva o negativa a la política, durante su desarrollo hasta el año 2040 y cuáles serían las medidas anticipatorias.

Tabla 31. *Matriz de impactos de riesgos y oportunidades relacionadas al problema público*

N°	Riesgos y oportunidades		Impactos sobre el problema público	Medidas anticipatorias
1	Riesgos	Conflictos sociales	Los conflictos sociales pueden tener impactos importantes en el desarrollo del comercio exterior en función a su extensión (nacionales, regionales, focalizados), magnitud y duración. Los conflictos sociales pueden impactar directamente en la logística del comercio internacional, con el bloqueo de vías de transporte, generando demoras, mayores costos, y pérdidas para los productores o compradores, especialmente en el caso de productos perecibles de la agricultura. La afectación puede venir también de daños a la propiedad privada productiva y a limitaciones o daños a la producción destinada a la exportación. En el mediano y largo plazo, los conflictos sociales impactan negativamente en las inversiones privadas (tanto nacionales como externas) que impulsarían el comercio exterior. Los conflictos sociales prolongados podrían dañar la reputación internacional del Perú como destino seguro para la inversión y el comercio.	● Fortalecer la institucionalidad regional para el comercio exterior, a nivel de autoridades regionales y locales, y su trabajo conjunto con el sector privado, organismos no gubernamentales y sector académico. ● Desarrollar planes de contingencia ante disrupciones por conflictos sociales. ● Fomentar el diálogo entre las partes involucradas para identificar y abordar las causas subyacentes de los conflictos sociales. ● Promover prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que generen beneficios compartidos con las comunidades locales y mitiguen tensiones sociales. ● Abordar las causas del riesgo, promoviendo el diálogo como medio para la resolución de conflictos.
2		Incremento en la inseguridad ciudadana en el ambiente de negocios	En el corto plazo, el incremento de la criminalidad que afecta a operaciones de comercio exterior, genera pérdidas económicas a las empresas, las cuales pueden desanimarse de participar en el comercio exterior, sobre todo las MIPYME, que tienen menor capacidad de respuesta y recursos para afrontar los efectos de la criminalidad. En el mediano plazo, las exportaciones peruanas se ven afectadas por una pérdida de su competitividad y una pérdida reputacional a nivel internacional. En el largo plazo, se reducen los niveles de inversiones empresariales en el Perú, limitando el crecimiento del comercio internacional.	● Suscribir acuerdos con las autoridades policiales para garantizar la seguridad en el ambiente de negocios y en la cadena logística. ● Promover programas para reforzar la seguridad de la cadena logística de comercio exterior. ● Crear espacios de colaboración pública y privada para buscar alternativas de prevención y mitigación de la inseguridad en las operaciones de comercio exterior. ● Promover alianzas entre gobierno y empresas para mejorar la seguridad en zonas de alto riesgo. ● Apoyar programas de prevención de la violencia y reinserción social en comunidades vulnerables. ● Priorizar la protección de la propiedad privada, el resguardo de los activos clave de la infraestructura pública y la seguridad en general de toda la población (trabajadores, empresarios, familias). ● Invertir en inteligencia que permita anticiparse a ello, más una inversión profunda en el mejoramiento del sistema de administración de justicia. ● Aprender de otras experiencias internacionales sobre la reducción de la inseguridad ciudadana. ● Promover proyectos y/o acciones para reducir la contaminación de contenedores en la cadena logística.

N°	Riesgos y oportunidades		Impactos sobre el problema público	Medidas anticipatorias
3		Interrupción de la cadena logística del comercio internacional	Diversos eventos pueden desencadenar interrupciones en la cadena logística del comercio internacional, como conflictos internacionales, desastres de origen natural o crisis sanitarias como la pandemia del COVID-19, que demostró la vulnerabilidad de las cadenas de suministro internacionales y su impacto en el comercio internacional. También se pueden suscitar disrupciones en la cadena logística de comercio internacional por eventos climáticos. Una interrupción en la cadena logística puede generar no solo un incremento en tiempos y costos, sino también la pérdida o daño a la oferta exportable peruana, especialmente en el caso de productos perecibles. En el mediano y largo plazo, la afectación en el problema público será principalmente por un incremento en los costos logísticos y su consecuente pérdida de competitividad.	● Mejorar el desarrollo de la infraestructura de soporte a la cadena logística de comercio exterior. ● Impulsar el uso del cabotaje. ● Realizar evaluaciones periódicas de riesgos en las cadenas de suministro para identificar vulnerabilidades. ● Articulación de las ZEE con otras plataformas para el desarrollo logístico e industrial ● Orientación permanente a las empresas sobre cómo mitigar los riesgos a fin de que no impacten en la rentabilidad de los negocios ● Impulsar políticas para una mayor eficiencia de la cadena logística, diversificando proveedores, rutas y medios de transporte (mirada multimodal).
4		Alta volatilidad de los precios de los minerales y otras materias primas	El Perú depende fuertemente de las exportaciones de minerales. Al tratarse de <i>commodities</i> cuyo precio se determina en mercados internacionales, el Perú tiene poco control sobre los mismos, y consecuentemente, sobre los ingresos recibidos por dichas exportaciones. Los precios de los minerales pueden presentar una elevada volatilidad ante eventos de gran magnitud en la esfera internacional, incluyendo crisis económicas o conflictos en diferentes partes del mundo. Variaciones muy grandes pueden tener un impacto muy importante en la estabilidad económica del país, a través del efecto en las exportaciones, remesas y tipo de cambio.	● Apoyar la diversificación de la canasta exportadora hacia productos y servicios con mayor valor agregado, para reducir la dependencia de pocos productos básicos. ● Promover la inversión en sectores que generen valor agregado a minerales y otras materias primas, así como esquemas atractivos para su desarrollo.
5		Incremento de costo de fletes por medidas de reducción de carbono en el transporte marítimo internacional	La discusión en el ámbito multilateral en torno a medidas que reduzcan la emisión de gases de efecto invernadero en el transporte marítimo podría devenir en incrementos en el costo de fletes, afectando negativamente al desarrollo del comercio exterior.	● Implementar tecnologías y prácticas para mejorar la eficiencia energética y reducir emisiones en el transporte. ● Promover el uso de combustibles alternativos y energías renovables en el sector marítimo. ● Buscar el desarrollo de rutas más cortas y directas para el comercio internacional. ● Trabajar de forma coordinada con otros países de la región para desarrollar estrategias que aborden el aumento de los costos de los fletes y promuevan la sostenibilidad.

N°	Riesgos y oportunidades		Impactos sobre el problema público	Medidas anticipatorias
6		Agudización de la crisis de gobernabilidad e institucionalidad	La inestabilidad política afecta la capacidad del Estado de implementar reformas y otras medidas de largo plazo que permitan mejorar la competitividad de la economía, reducir la informalidad, generar empleo de calidad y reducir la pobreza. De igual manera, se ve afectada la capacidad de actores privados de planear inversiones de largo plazo y de contar con un ambiente de negocios estable que fomente la atracción de nuevas inversiones que contribuyan al desarrollo del comercio exterior.	● Incrementar la presencia de MINCETUR, PROMPERÚ, y demás entidades que conforman el ecosistema exportador (SENASA, ITP, SANIPES, AGROMERCADO, AGROIDEAS, entre otros) en regiones ● Invertir en el desarrollo de instituciones sólidas y transparentes que brinden certeza jurídica. ● Promover la participación ciudadana y la rendición de cuentas para mejorar la gobernanza. ● Fortalecer los espacios de diálogo público – privado que convoquen a los actores involucrados en el comercio exterior.
1	Oportunidades	Puesta en marcha de nueva infraestructura para el comercio exterior	● En el corto y mediano plazo, la implementación de nueva infraestructura para el comercio exterior permitirá mejorar la eficiencia e interconexión logística y la reducción de costos para las empresas. Asimismo, permitirá la generación de nuevas oportunidades para incrementar el comercio con distintos mercados, especialmente en el Asia-Pacífico. En el largo plazo, permitirá consolidar los corredores logísticos interoceánicos, y fortalecer la posición de Perú como <i>hub</i> logístico de la región.	● Implementar la interconexión de las infraestructuras logísticas para mejorar la eficiencia de las operaciones de comercio exterior ● Fomentar la colaboración entre el sector público y privado para financiar y desarrollar infraestructura crítica, como puertos, aeropuertos, carreteras y ferrocarriles. ● Mejorar accesos viales a puertos, vías exclusivas, antepuertos. ● Reforzar la diversificación del sistema modal de la red de transporte de carga del país, potenciando los modos alternativos al transporte vial. ● Desarrollar el sector logístico formal, moderno y desconcentrado que oferte servicios de calidad, especializados y seguros, adecuado a las necesidades de los diferentes segmentos productivos y con énfasis en la transformación de los pequeños operadores como PYMES logísticas ● Promover el uso de las zonas económicas especiales como mecanismos facilitadores del comercio exterior que permitan el aprovechamiento de las nuevas infraestructuras.

N°	Riesgos y oportunidades		Impactos sobre el problema público	Medidas anticipatorias
2		Big data e inteligencia artificial	En el ámbito del comercio exterior, estas tecnologías tienen un impacto significativo. El <i>big data</i> permite una mejor comprensión del comportamiento del consumidor y de los mercados, lo que lleva a un aumento de las ventas, suscripciones y satisfacción del cliente. También facilita la optimización de la cadena de suministro y la logística, lo que mejora la eficiencia operativa. La inteligencia artificial permite personalizar las experiencias de los clientes y desarrollar nuevos productos adaptados a las necesidades del mercado internacional.	● Regular el uso de la IA en el ámbito del comercio exterior para el sector público y privado. ● Fomentar la inversión en tecnologías de big data e inteligencia artificial, ofreciendo incentivos fiscales a empresas que implementen estas tecnologías en sus operaciones. ● Establecer alianzas con instituciones académicas para desarrollar programas de investigación y capacitación en análisis de datos e IA. ● Fortalecimiento de las capacidades de las empresas para aprovechar las oportunidades en nuevas tecnologías. ● Invertir en la educación y creación de capacidades para que las nuevas generaciones estén preparadas para un nuevo mundo digital. ● Dirigir las políticas educativas (y diseño de planes de estudio a nivel de entidades de educación superior universitarias y no universitarias) para preparar a la población peruana a los nuevos cambios o disrupciones tecnológica.
3		Demanda internacional por productos sostenibles	La mayor demanda internacional por productos sostenibles tiene efectos positivos potenciales para el desarrollo del comercio exterior en el Perú, en particular, para el desarrollo de cadenas de valor basadas en la biodiversidad. La adopción de prácticas sostenibles en diferentes sectores e industrias permitirá posicionar al Perú como un proveedor de productos sostenibles.	● Desarrollar campañas de marketing que resalten las prácticas sostenibles de los productos peruanos en mercados internacionales. ● Implementar sistemas de certificación que garanticen que los productos cumplen con los estándares de sostenibilidad, facilitando su acceso a mercados que priorizan estos criterios. ● Fortalecer las capacidades de las empresas para aprovechar las oportunidades en la demanda orientada a servicios y productos sostenibles. ● Identificar tendencias globales y productos con potencial de aprovechar esta oportunidad, para ir desarrollando su cadena de manera sostenible

N°	Riesgos y oportunidades		Impactos sobre el problema público	Medidas anticipatorias
4		Universalización de la economía digital	La economía digital puede ofrecer oportunidades significativas para el comercio exterior, facilitando el intercambio de bienes y servicios a nivel global. Al adoptar tecnologías digitales y promover la innovación en todos los sectores económicos, el Perú puede mejorar su competitividad a nivel global y aprovechar las oportunidades de crecimiento que ofrece la economía digital en el comercio internacional. Las empresas pueden utilizar tecnologías digitales para mejorar su productividad y el desarrollo de nuevos productos y servicios para los mercados internacionales. La economía digital elimina las barreras geográficas, permitiendo a las empresas peruanas alcanzar mercados internacionales de manera más efectiva, lo que favorece el aumento de las exportaciones y el comercio exterior, en especial de servicios. La digitalización de la economía puede tener un impacto significativo en el crecimiento económico, ya que está asociada con una mayor productividad y eficiencia en diversos sectores.	• Invertir en infraestructura tecnológica y de telecomunicaciones para facilitar el acceso a internet y servicios digitales en todo el país. • Promover programas de capacitación en habilidades digitales para la fuerza laboral, asegurando que los trabajadores estén preparados para la economía digital. • Dirigir las políticas educativas (y diseño de planes de estudio a nivel de entidades de educación superior universitarias y no universitarias para preparar a la población peruana a los nuevos cambios o disrupciones tecnológicas.

Fuente: Elaboración propia en base a talleres participativos

7.2.3. Formulación de escenarios

En esta sección se analizan los futuros posibles (escenarios) para reducir la incertidumbre y anticiparse al impacto favorable o desfavorable que podrían generar sobre el problema público.

De acuerdo con el Ceplan (2024) los escenarios son narrativas que describen diferentes futuros, contruidos de manera interactiva y basados en las incertidumbres del contexto, con el propósito de alertar sobre futuros plausibles y aumentar el desempeño de las organizaciones para la atención del problema público.

En ese sentido, en base al análisis de las tendencias, riesgos y oportunidades descritas en las secciones anteriores; y teniendo en cuenta las aspiraciones de la población, a continuación, se presentan los tres escenarios considerados en la PNMCE.

Cabe destacar que la construcción de estos escenarios se ha realizado a partir de los insumos, intereses y preocupaciones expresadas por los diferentes expertos participantes en la elaboración de la PNMCE.

2.1.3.1 Digitalización del comercio exterior

Este escenario agrupa las diferentes tendencias y oportunidades relacionadas a la revolución digital en la economía, en general, y en el comercio exterior, en particular. Así, este escenario recoge la aspiración de la población de contar con una mayor eficiencia del Estado y una reducción en la burocracia, mejorando la coherencia y rapidez en los trámites. Asimismo, considera la aspiración de la población de contar con capital humano calificado con capacidades y habilidades que les permitan utilizar las nuevas tecnologías digitales, así como mecanismos que fomenten la innovación y la transferencia tecnológica. Este escenario recoge elementos de las siguientes tendencias:

- Digitalización de los procesos vinculados al comercio exterior
- Aumento del comercio electrónico
- Transformación digital de la actividad económica.

Finalmente, este escenario recoge elementos de las oportunidades identificadas con relación a:

- La universalización de la economía digital
- *Big data* e inteligencia artificial

De esta manera, el escenario se describe a continuación:

La expansión y avances en la transformación digital continúa a ritmo acelerado en todo el mundo. La digitalización se extiende a todos los procedimientos y operaciones de comercio exterior, permitiendo una mayor rapidez y menores costos, en línea con las aspiraciones de la población. El comercio electrónico crece rápidamente en el mercado interno, y se convierte en una plataforma importante para el desarrollo del comercio transfronterizo. La transformación digital impacta en cada eslabón de la cadena productiva-exportadora, incidiendo en la actividad económica vinculada a la producción de bienes y servicios, así como su distribución y comercialización a nivel nacional e internacional. La universalización de la economía digital, y el uso de big data e inteligencia artificial, revoluciona la forma de hacer negocios a nivel nacional e internacional. A pesar de las aspiraciones de la población de contar con sistemas educativos que permitan generar talento humano calificado, así como mecanismos que fomenten la innovación y la transferencia tecnológica, el capital humano peruano no se encuentra preparado para aprovechar las oportunidades que genera la transformación digital.

2.1.3.2. Cambio climático

Este escenario agrupa las diferentes tendencias, riesgos y oportunidades relacionadas a los efectos que tendrá el cambio climático en el comercio exterior en el Perú y en el comercio internacional en general, con relación a cambios en la demanda y oferta de bienes y servicios a nivel internacional, preferencias de los consumidores, impactos en la logística internacional y en la producción en el país. Este escenario recoge la aspiración de la población de lograr un crecimiento económico sustentable, equitativo y con respeto al medio ambiente. Asimismo, este escenario recoge elementos de las siguientes tendencias:

- Cambio climático – mayor frecuencia e intensidad de eventos climáticos que afectan a las actividades productivas y logísticas
- Mayores estándares y regulaciones en materia de sostenibilidad en los mercados internacionales
- Cambios en los patrones de consumo (demanda) hacia la sostenibilidad

Adicionalmente, este escenario recoge elementos de los siguientes riesgos:

- Conflictos sociales
- Incremento de la magnitud y frecuencia de eventos de interrupción en la cadena logística del comercio internacional
- Incremento de costo de fletes por medidas de reducción de carbono en el transporte marítimo internacional.

Finalmente, este escenario contempla la oportunidad generada por la mayor demanda internacional por productos sostenibles.

De esta manera, el escenario se describe a continuación:

El comercio internacional se ve transformado a raíz del cambio climático. A nivel internacional, existe un incremento de la magnitud y frecuencia de eventos climáticos que afectan a las actividades productivas, especialmente en el sector agrícola y pesquero, y a la logística, incluyendo interrupciones en la cadena logística internacional. La logística se torna más cara, con un incremento del costo de fletes debido a medidas de reducción de carbono en el transporte marítimo internacional. Dada la aspiración de la población a lograr un crecimiento económico sustentable, equitativo y con respeto al medio ambiente, en este contexto existe un incremento de conflictos socio ambientales. El comercio internacional también enfrenta mayores estándares y regulaciones en materia de sostenibilidad en los mercados internacionales, así como cambios en los patrones de consumo hacia la sostenibilidad, generando una mayor demanda internacional por productos sostenibles.

2.1.3.3. Crisis económica internacional

Un escenario que impactaría directa y significativamente al comercio exterior peruano es uno de crisis económica internacional, al tener un impacto directo en la demanda internacional por productos peruanos, así como en la oferta internacional de productos de importación para el Perú, afectando a consumidores y productores nacionales, además de efectos importantes que se extenderían a toda la economía nacional. Este escenario está vinculado a las aspiraciones de la población de contar con un crecimiento económico continuo y un entorno de negocios predecible. Asimismo, recoge elementos de la tendencia de desaceleración de la globalización, debilitamiento de la integración regional y expansión del unilateralismo en medidas comerciales; así como del riesgo asociado a la alta volatilidad de los precios de los minerales y otras materias primas.

De esta manera, el escenario se describe a continuación:

A pesar de la aspiración de la población de contar con un crecimiento económico continuo, y de contar con un entorno de negocios predecible, el Perú enfrenta las consecuencias de una crisis económica global, la cual incide en la desaceleración de la globalización y el debilitamiento de la integración regional. En el marco de esta crisis, se genera una mayor volatilidad de los precios internacionales de los bienes incluidos los minerales como el cobre, el zinc y el oro.

Tabla 32. Matriz de análisis de impacto del escenario del problema público

N°	Nombre del escenario	Resumen del escenario	Análisis del impacto de los escenarios
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país			
1	Digitalización del comercio exterior	La expansión y avances en la transformación digital continúa a ritmo acelerado en todo el mundo. La digitalización se extiende a todos los procedimientos y operaciones de comercio exterior, en línea con las aspiraciones de la población, que aspira a una mayor eficiencia del Estado y una reducción en la burocracia, mejorando la coherencia y rapidez en los trámites. El comercio electrónico crece rápidamente en el mercado interno, y se convierte en una plataforma importante para el desarrollo del comercio transfronterizo. La transformación digital impacta en cada eslabón de la cadena productiva-exportadora, incidiendo en la actividad económica vinculada a la producción de bienes y servicios, así como su distribución y comercialización a nivel nacional e internacional. La universalización de la economía digital, y el uso de <i>big data</i> e inteligencia artificial, revoluciona la forma de hacer negocios a nivel nacional e internacional. A pesar de las aspiraciones de la población de contar con sistemas educativos que permitan generar talento humano calificado, así como mecanismos que fomenten la innovación y la transferencia tecnológica, el capital humano peruano	Corto plazo: al año 2026 • La digitalización de los procesos vinculados al comercio exterior permite una mayor transparencia, trazabilidad y predictibilidad permite la mejora en la toma de decisiones de actores públicos y privados. • Se generan ahorros en tiempo y costos para el comercio exterior, mejorando su competitividad y eficiencia. • Se genera la necesidad de desarrollar planes de contingencia para la operatividad y en materia de ciberseguridad. • Crecen las exportaciones gracias al comercio electrónico • Mayor inclusión de MIPYME en el comercio internacional al aprovechar el comercio electrónico como una manera accesible y rentable de ingresar al mercado internacional. • Se genera la necesidad de contar con un entorno regulatorio adecuado que

N°	Nombre del escenario	Resumen del escenario	Análisis del impacto de los escenarios
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país			
		no se encuentra preparado para aprovechar las oportunidades que genera la transformación digital.	fomente la innovación y proteja a los consumidores para promover el desarrollo del comercio electrónico. • Mayor competencia para empresas locales que utilizan canales de comercialización tradicionales. • Aumento de la eficiencia de la producción y de los procesos comerciales. • Reducción de los costos de producción debido a la automatización. Mediano plazo: al año 2030 • La interoperabilidad entre sistemas públicos y privados a nivel nacional e internacional facilita las operaciones de comercio exterior, permitiendo que más empresas puedan incursionar exitosamente en el comercio exterior. • El aumento del comercio electrónico podría impulsar el crecimiento económico del país al facilitar el acceso de las empresas peruanas a nuevos mercados internacionales y aumentar las exportaciones. • La digitalización facilita el desarrollo de nuevos bienes y servicios basados en conocimiento que puedan posicionarse en los mercados internacionales. • Incremento de la brecha digital, dejando atrás a aquellos que no tienen acceso a internet o a las tecnologías necesarias para participar en el comercio electrónico. • Mayor inclusión financiera por la digitalización de los pagos, al ofrecer a más personas la posibilidad de realizar transacciones en línea de manera segura y conveniente. • Fomentar del desarrollo empresarial por nuevas oportunidades de crecimiento y expansión en el mercado internacional. • Aumento de la productividad y rentabilidad de las empresas peruanas. • Reducción de la demanda de mano de obra no especializada y dificultad para lograr la inserción laboral de ciertos grupos de la población. • Exclusión de empresas no adaptadas. • El <i>big data</i> y la IA permiten una mejor comprensión del comportamiento del consumidor y de los mercados, llevando a un aumento de las ventas, suscripciones y satisfacción del cliente. • El <i>big data</i> facilita la optimización de la cadena de suministro y la logística, lo que mejora la eficiencia operativa. • La inteligencia artificial permite personalizar las experiencias de los clientes, y desarrollar nuevos productos adaptados a las necesidades del mercado internacional. Largo plazo: al año 2040 • Expansión a nuevos mercados por reducción de riesgos y mayor predictibilidad en las operaciones de comercio exterior, contribuyendo a la diversificación de mercados internacionales. • Acceso a nuevos mercados internacionales a través del comercio electrónico fortalece la posición

N°	Nombre del escenario	Resumen del escenario	Análisis del impacto de los escenarios
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país			
			competitiva de Perú en la economía global. • Aumento de la productividad y rentabilidad de las empresas peruanas. • Reducción de la demanda de mano de obra no especializada y dificultad para lograr la inserción laboral de ciertos grupos de la población. • Exclusión de empresas no adaptadas. • La universalización de la economía digital elimina las barreras geográficas, permitiendo a las empresas peruanas alcanzar mercados internacionales de manera más efectiva.
2	Cambio climático	El comercio internacional se ve transformado a raíz del cambio climático. A nivel internacional, existe un incremento de la magnitud y frecuencia de eventos climáticos que afectan a las actividades productivas, especialmente en el sector agrícola y pesquero, y a la logística, incluyendo interrupciones en la cadena logística internacional. La logística se torna más cara, con un incremento del costo de fletes debido a medidas de reducción de carbono en el transporte marítimo internacional. Dada la aspiración de la población a lograr un crecimiento económico sustentable, equitativo y con respeto al medio ambiente, en este contexto existe un incremento de conflictos socio ambientales. El comercio internacional también enfrenta mayores estándares y regulaciones en materia de sostenibilidad en los mercados internacionales, así como cambios en los patrones de consumo hacia la sostenibilidad, generando una mayor demanda internacional por productos sostenibles.	Corto plazo: al año 2026 • Altos costos resultantes de interrupciones en la cadena logística. • Afectación a infraestructura crítica para el comercio exterior, tales como puertos, aeropuertos, red vial y plataformas logísticas • Mayor incertidumbre y afectación a campañas agrícolas y pesqueras, así como a actividades logísticas a nivel nacional e internacional, impactando negativamente en el desarrollo del comercio exterior. • Aumento de costos de producción y pérdida de competitividad por adaptación para exportadores al cambio climático y a los estándares regulaciones establecidos a nivel internacional en dicho contexto. • Ingreso de productos peruanos sostenibles a mercados nicho con alta demanda. • Espacio de mejora en la calidad y posicionamiento de productos peruanos sostenibles, aumentando su competitividad en los mercados internacionales. Mediano plazo: al año 2030 • Incremento de costos por interrupciones a la cadena logística internacional. • Incremento en costos de adaptación en la producción agrícola y pesquera, ingresos volátiles y menos predecibles. • Infraestructura logística sobrepasada por eventos climatológicos genera demoras o interrupciones en el comercio. • Posibles conflictos socioambientales impactan en la logística del comercio, afectando a productores y compradores, especialmente en el caso de productos perecibles. • Posibles daños a la propiedad privada productiva y limitaciones o daños a la producción destinada a la exportación. • Aumento de los costos de producción por cumplimiento de estándares y regulaciones y/o voluntarios de sostenibilidad. • Desplazamiento de exportaciones peruanas que no cumplan con estándares y regulaciones de sostenibilidad de mercados de destino. • Las exportaciones peruanas que no cumplen los estándares se trasladan a terceros mercados con menores

N°	Nombre del escenario	Resumen del escenario	Análisis del impacto de los escenarios
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país			
			exigencias, pero también menores precios, afectando sus ingresos. • Empresas peruanas que cumplen con los estándares y regulaciones de sostenibilidad aumentan su participación en mercados existentes, y se posicionan en nuevos mercados. • Posible desplazamiento de exportaciones peruanas por tendencia a abastecerse localmente (<i>source locally</i>). • La adopción de prácticas sostenibles en diferentes sectores e industrias permitirá posicionar al Perú como un proveedor de productos sostenibles ante la creciente demanda internacional por dichos productos. Largo plazo: al año 2040 Desaceleración y menor predictibilidad en los flujos del comercio internacional. • Ingresos inciertos impactan negativamente en la rentabilidad, aumentan los costos asociados a la reducción de riesgos, y afectan a las inversiones empresariales. • Posible mejora en la reputación internacional ante el cumplimiento de estándares y regulaciones de sostenibilidad mejora el posicionamiento de las exportaciones peruanas. • Empresas peruanas que no logran cumplir con los estándares y regulaciones de sostenibilidad podrían ser excluidas de ciertos mercados internacionales. • De concretarse el riesgo de exclusión, podría generarse conflicto social, pérdida de empleos, y una transición hacia actividades ilícitas, así como tensiones comerciales. • Conflictos sociales impactan negativamente en las inversiones privadas (tanto nacionales como externas) que impulsarían el comercio exterior. • Conflictos sociales prolongados podrían dañar la reputación internacional del Perú como destino seguro para la inversión y el comercio. • Más consumidores en mayor número de mercados se tornan más exigentes, por lo que solo empresas y productos verdaderamente sostenibles podrán aprovechar la tendencia y acceder a altos ingresos. • Mayor exposición a campañas de desprestigio en caso de no implementar medidas vinculadas a la sostenibilidad y/o no comunicarlas adecuadamente.
3	Crisis económica internacional	A pesar de la aspiración de la población de contar con un crecimiento económico continuo, y de contar con un entorno de negocios predecible, el Perú enfrenta las consecuencias de una crisis económica global, la cual incide en la desaceleración de la globalización y el debilitamiento de la integración regional. En el marco de esta crisis, se genera una mayor volatilidad de los precios internacionales de los bienes incluidos los minerales como el cobre, el zinc y el oro.	Corto plazo: al año 2026 • Menor demanda en los principales mercados de exportación. • Menor crecimiento del comercio exterior. • Menores perspectivas de negocio impactan sobre el interés de empresas por explorar mercados internacionales. • Menor desarrollo del comercio intra regional. • Guerras comerciales desaceleran el comercio internacional.

N°	Nombre del escenario	Resumen del escenario	Análisis del impacto de los escenarios
Problema público: Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país			
			Mediano plazo: al año 2030 • Menor desarrollo del comercio exterior a nivel mundial. • Menores inversiones. • Incremento del proteccionismo, mayores restricciones al comercio exterior como respuesta a conflictos geopolíticos. • Incremento en la aplicación de medidas comerciales unilaterales, que menoscaban las reglas del comercio internacional y pueden significar barreras al comercio para países en vías de desarrollo, generando desviación del comercio • Los ingresos por exportaciones se reducen drásticamente, afectando la balanza comercial y el tipo de cambio. • Los ingresos tributarios del Perú se ven afectados, lo cual, sumado a la abrupta caída en los ingresos por canon minero, genera una afectación severa a la capacidad del Estado de atender las necesidades de la población. Largo plazo: al año • Fragmentación de las reglas del comercio internacional genera mayores retos de adaptación y cumplimiento para empresas exportadoras, sobre todo MIPYME, reduciendo su potencial participación en cadenas regionales y globales de valor. • Menor diversificación y desarrollo del comercio en la región latinoamericana. • Economías menos resilientes y menor crecimiento. • Una mayor autosuficiencia y la relocalización de la producción podría conducir a empeorar las perspectivas de reducción de la pobreza y alcanzar el desarrollo. • La desglobalización resta resiliencia a las economías para enfrentar shocks, así como oportunidades para mejorar la eficiencia y el crecimiento.

7.3. Matriz de alineamiento

Tabla 33. Matriz de alineamiento a nivel vertical

Política Nacional de Gobierno (PGG)				Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN)	
Objetivo prioritario de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior	Eje	Lineamiento	Breve sustento del alineamiento	Objetivo Nacional	Objetivo Específico
OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país	Eje 4: Reactivación económica	4.1. Garantizar la estabilidad macroeconómica con menor déficit fiscal y menor deuda pública	El incremento del comercio y la inversión como resultado del aprovechamiento de acuerdos y oportunidades comerciales contribuye al crecimiento económico y estabilidad macroeconómica.	ON 3: Competitividad e innovación Eleva los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología, y la transformación digital del país.	OE 3.2. Incrementar los niveles de empleo decente, productivo y formal en el país, en base a la garantía de los derechos laborales de las y los trabajadores, y con énfasis en los grupos en condición de vulnerabilidad y su adecuación a las tecnologías emergentes y el fortalecimiento del sistema inspectivo.
		4.2. Fomentar la inversión privada y público-privada nacional y extranjera en un ambiente de estabilidad jurídica y paz social	El marco regulatorio establecido en los acuerdos comerciales, así como el aprovechamiento de oportunidades comerciales, atrae inversiones empresariales del exterior, las mismas que refuerzan la capacidad del país para competir en el comercio internacional.		OE 3.3. Elevar los niveles de competitividad y productividad de los sectores económicos, en base a la diversificación productiva, generación de valor agregado y la innovación tecnológica dentro de todos los sectores productivos, en el marco de una economía verde y baja en carbono y con el aprovechamiento de las tecnologías emergentes.

		4.3. Reactivar las inversiones prioritarias y de alto impacto productivo y social, incluidos los acuerdos de gobierno a gobierno.	La promoción de oportunidades para las inversiones empresariales del exterior contribuye a la reactivación de la inversión prioritaria y de alto impacto en el Perú.		OE 3.4. Elevar los niveles de desarrollo productivo y sostenible de las micro, pequeñas y medianas empresas, en base al fomento del emprendimiento, la creatividad y la innovación, el acceso a servicios financieros y a entornos digitales habilitantes.
		4.5. Implementar medidas de reactivación, con énfasis en los sectores agricultura, producción, turismo, cultura, ambiente y transportes y comunicaciones.	Un mayor aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales contribuye a la reactivación de sectores con potencial exportador, incluyendo agricultura, manufacturas, servicios, pesca y acuicultura, entre otros.		
		4.9. Impulsar el crecimiento del comercio, la inversión y las exportaciones de bienes y servicios de manera sostenible, con énfasis en las agroexportaciones.	El aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales, incluyendo a través de la promoción comercial, la inteligencia comercial y la atención a barreras comerciales, impulsa directamente el crecimiento del comercio, la inversión y las exportaciones de bienes y servicios; contribuyendo al crecimiento de la economía, del empleo, y la formalización.		OE 3.7. Garantizar un mercado competitivo en el país, en base a una regulación ágil, eficiente y eficaz, con énfasis en la protección de los derechos de las y los consumidores, incluyendo el entorno digital y el ingreso libre de nuevos competidores.
		4.12. Promover el liderazgo del Perú en foros y mecanismos de integración regional y subregional con miras a generar mejores oportunidades comerciales y de inversión que permitan atender las demandas sociales y fortalecer la	Una agenda activa de negociaciones comerciales internacionales promueve el liderazgo del Perú en los foros y mecanismos de integración regional y subregional, entre ellos, en el marco de APEC, CPTPP, Alianza del Pacífico y Comunidad Andina.		

		participación efectiva de la ciudadanía			
	Eje 5: Impulso al desarrollo de los departamentos	5.3. Asegurar la ejecución de inversiones productivas y sociales, priorizando el enfoque territorial	La atracción de inversiones empresariales vinculadas al comercio en diferentes partes del territorio peruano contribuye a al desarrollo de los departamentos.		
OP2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.	Eje Reactivación económica	4: 4.9. Impulsar el crecimiento del comercio, la inversión y las exportaciones de bienes y servicios de manera sostenible, con énfasis en las agroexportaciones.	La mejora de la eficiencia del sistema logístico, incluyendo el desarrollo de infraestructura y conectividad para el comercio, y las medidas de facilitación del comercio, incluyendo el desarrollo de nodos logísticos y pasos fronterizos, contribuyen a una mayor eficiencia en el sistema de comercio en el Perú, así como en su conexión a mercados externos, contribuyendo a un mayor dinamismo económico y una mayor competitividad en el país.	ON 1: Desarrollo de las personas Alcanzar el pleno desarrollo de las capacidades de las personas, sin dejar a nadie atrás.	OE 1.6. Garantizar la mejora de la calidad de vida de las poblaciones de frontera a través de las instituciones y servicios a la población para un mejor aprovechamiento de las oportunidades de la integración fronteriza.
				ON 3: Competitividad e innovación Elevar los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y	OE 3.6: Elevar la conectividad del país en todos los ámbitos económicos y sociales, a través de una infraestructura moderna, sostenible, resiliente y de calidad, con énfasis en el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales en todas las personas, así como la conectividad de las zonas rurales y de frontera.

				tecnología, y la transformación digital	OE 3.7. Garantizar un mercado competitivo en el país, en base a una regulación ágil, eficiente y eficaz, con énfasis en la protección de los derechos de las y los consumidores, incluyendo el entorno digital y el ingreso libre de nuevos competidores.
	Eje 5: Impulso al desarrollo de los departamentos	5.2. Acercar los servicios y trámites de los distintos niveles de gobierno a la población con difícil acceso.	Las medidas destinadas a la digitalización y simplificación de los trámites y procedimientos de comercio exterior facilitan el acceso a la población de diferentes partes del territorio peruano.	ON 1: Desarrollo de las personas Alcanzar el pleno desarrollo de las capacidades de las personas, sin dejar a nadie atrás.	OE 1.6. Garantizar la mejora de la calidad de vida de las poblaciones de frontera a través de las instituciones y servicios a la población para un mejor aprovechamiento de las oportunidades de la integración fronteriza.
				ON2: Territorio sostenible Gestionar el territorio de manera sostenible a fin de prevenir y reducir los riesgos y amenazas que afectan a las personas y sus medios de vida, con el uso intensivo del conocimiento y las comunicaciones, reconociendo la diversidad geográfica y cultural, en un contexto de cambio climático.	OE 2.1. Gestionar el territorio nacional con visión estratégica e integral en todos los niveles, de tal manera que propicie el uso y la ocupación del territorio y el manejo de los recursos naturales de manera adecuada y sostenible para el desarrollo humano.

	Eje 6: Lucha contra la corrupción, orden público y seguridad, y defensa de la soberanía nacional	6.3. Fortalecer el orden interno, orden público y la seguridad ciudadana en el país.	La implementación de medidas para mejorar la seguridad de la carga y prevenir la ocurrencia de ilícitos a lo largo de la cadena logística del comercio exterior, así como medidas para fomentar la transparencia e interoperabilidad de sistemas logísticos y de procedimientos de comercio exterior, contribuyen al fortalecimiento del orden interno y seguridad ciudadana en el país.	ON 4: Democracia y paz Garantizar una sociedad justa, democrática, pacífica y un Estado efectivo al servicio de las personas, en base al diálogo, la concertación nacional y el fortalecimiento de las instituciones.	OE 4.5. Garantizar intervenciones públicas de calidad que respondan de manera oportuna a las necesidades y expectativas de las personas, tomando en cuenta la heterogeneidad territorial, social, económica, cultural e intergeneracional del país, con énfasis en el fortalecimiento de la cultura de integridad y de lucha contra la corrupción, y la transformación digital.
	Eje 9: Más infraestructura y servicios para una mejor calidad de vida	9.4. Reducir la brecha de infraestructura e impulsar inversiones en materia de transportes y comunicaciones.	El desarrollo de infraestructura estratégica para el comercio exterior, contribuye a la reducción de brecha de infraestructura en transportes y comunicaciones. Sumado a un enfoque sistémico que impulse la eficiencia del sistema logístico, incluyendo la consolidación de nodos logísticos en el territorio, se genera una mayor competitividad en la economía nacional.	ON 3: Competitividad e innovación Eleva los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología, y la transformación digital	OE 3.6: Elevar la conectividad del país en todos los ámbitos económicos y sociales, a través de una infraestructura moderna, sostenible, resiliente y de calidad, con énfasis en el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales en todas las personas, así como la conectividad de las zonas rurales y de frontera.
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	Eje 2: Concertación y diálogo nacional	2.2. Mejorar la acción coordinada de los tres niveles de gobierno.	El despliegue de acciones articuladas a lo largo de la cadena productivo-exportadora contribuye a la generación de sinergias y un mayor impacto en beneficio de la población. Adicionalmente, el desarrollo e implementación de los Planes Regionales de Exportación (PERX) fortalece la articulación público-privada en los niveles regionales y locales de gobierno.	ON 4: Democracia y paz Garantizar una sociedad justa, democrática, pacífica y un Estado efectivo al servicio de las personas, en base al diálogo, la concertación nacional y el fortalecimiento de las instituciones.	OE 4.5. Garantizar intervenciones públicas de calidad que respondan de manera oportuna a las necesidades y expectativas de las personas, tomando en cuenta la heterogeneidad territorial, social, económica, cultural e intergeneracional del país, con énfasis en el fortalecimiento de la cultura de integridad y de lucha contra la

					corrupción, y la transformación digital.
	Eje Reactivación económica	4: 4.2. Fomentar la inversión privada y público-privada nacional y extranjera en un ambiente de estabilidad jurídica y paz social	El fortalecimiento de la oferta exportable genera un mayor dinamismo y demanda inversión nacional y extranjera para su mejora e innovación continua, su escalamiento, diversificación, sostenibilidad, calidad, y el cumplimiento de estándares requeridos en el exterior.	ON 3: Competitividad e innovación Elevar los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología, y la transformación digital	OE 3.3. Elevar los niveles de competitividad y productividad de los sectores económicos, en base a la diversificación productiva, generación de valor agregado y la innovación tecnológica dentro de todos los sectores productivos, en el marco de una economía verde y baja en carbono y con el aprovechamiento de las tecnologías emergentes.
		4.4. Brindar apoyo al desarrollo empresarial, con énfasis en las Mipyme, a fin de aumentar su competitividad y productividad en apoyo al crecimiento de la economía peruana.	El apoyo al desarrollo empresarial, especialmente de las MIPYME exportadora o con potencial exportador, fortalece su capacidad para escalar diversificar, innovar y mejorar la sostenibilidad de sus bienes y servicios, incrementando su competitividad en el comercio exterior y contribuyendo al crecimiento económico del país. Asimismo, en este marco se implementan medidas destinadas a fortalecer la institucionalidad y promoción de modelos asociativos que contribuyen a mejorar la eficiencia, productividad y competitividad de los productores peruanos.		

		4.5. Implementar medidas de reactivación, con énfasis en los sectores agricultura, producción, turismo, cultura, ambiente y transportes y comunicaciones.	Las medidas para fortalecer la oferta exportable contribuyen a la reactivación económica, enfocándose en diferentes sectores económicos, destacando no solo el comercio de bienes agrícolas, pequeros y acuícolas, de la sostenibilidad, manufacturas, textiles y otros sectores productivos, sino también en el comercio de servicios basados en el conocimiento. Dichas medidas contribuyen a un mayor dinamismo del entorno de negocios y una mayor competitividad de la economía peruana.		
		4.6. Implementar medidas de mitigación y adaptación frente al cambio climático, con énfasis en la seguridad hídrica.	Las medidas destinadas a fortalecer la oferta exportable en función a modelos de negocios sostenibles, incluyendo a través de la adopción de modelos de economía circular, certificaciones, adaptación de ciertas actividades productivas, especialmente agrícolas, al cambio climático, y posicionamiento de la oferta exportable sostenible peruana en el exterior, entre otras, impulsan la prevención, control y mitigación de los impactos ambientales negativos.		OE 3.4. Elevar los niveles de desarrollo productivo y sostenible de las micro, pequeñas y medianas empresas, en base al fomento del emprendimiento, la creatividad y la innovación, el acceso a servicios financieros y a entornos digitales habilitantes.
		4.7. Impulsar la prevención, control y mitigación de los impactos ambientales negativos, promoviendo la inversión económica sostenible; así como, fortalecer los mecanismos para la gestión integral de sustancias químicas y promover la valorización y la economía circular			

		4.8. Promover la generación del empleo formal, garantizando el cumplimiento de los derechos laborales.	Un mayor dinamismo de las exportaciones, y por tanto de la oferta exportable, genera empleo formal en la economía. Cabe resaltar que no solo en el marco de los acuerdos comerciales del Perú se vela por el cumplimiento de los derechos laborales en asuntos vinculados al comercio, sino que, independientemente de ello, las empresas exportadoras peruanas a menudo son sujeto de inspección y seguimiento de parte de sus empresas clientes en el extranjero, promoviendo así el cumplimiento de los derechos laborales.		
		4.9. Impulsar el crecimiento del comercio, la inversión y las exportaciones de bienes y servicios de manera sostenible, con énfasis en las agroexportaciones.	Las medidas destinadas a fortalecer la oferta exportable contribuyen al crecimiento del comercio, la atracción de inversiones y las exportaciones de bienes y servicios de manera sostenible.		OE 3.7. Garantizar un mercado competitivo en el país, en base a una regulación ágil, eficiente y eficaz, con énfasis en la protección de los derechos de las y los consumidores, incluyendo el entorno digital y el ingreso libre de nuevos competidores.
		4.10. Promover la inversión en investigación e innovación productiva.	La investigación e innovación productiva son clave para contar con una oferta exportable competitiva. Por tal motivo, las medidas orientadas a la promoción de la investigación e innovación productiva en la cadena de desarrollo productivo-exportador contribuyen al cumplimiento de este lineamiento.		OE 3.5. Elevar la capacidad científica y de innovación tecnológica del país, en base a la investigación, creación, adaptación y transferencia tecnológica y científica, y el impulso al proceso nacional de transformación digital; favoreciendo la articulación entre la academia, el Estado, los sectores productivos y la Sociedad Civil.

		4.11. Asegurar el uso sostenible de la diversidad biológica, para fortalecer la competitividad de las actividades económicas.	Las iniciativas destinadas a promover una oferta exportable sostenible incluyen la promoción del comercio sostenible de productos de la diversidad biológica.		
	Eje 5: Impulso al desarrollo de los departamentos	5.3. Asegurar la ejecución de inversiones productivas y sociales, priorizando el enfoque territorial	Las iniciativas y servicios para el desarrollo de la oferta exportable se realizan con enfoque territorial, considerando las potencialidades y brechas de cada región.		
OP4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano	Eje 4: Reactivación económica	4.2. Fomentar la inversión privada y público-privada nacional y extranjera en un ambiente de estabilidad jurídica y paz social.	El incremento de la participación de las ZEE en el comercio exterior requiere y conlleva a la atracción de inversión privada y público-privada nacional y extranjera, a partir de un marco legal predecible y atractivo, infraestructura productiva y de conectividad, y servicios públicos oportunos y eficientes.	ON3: Competitividad e innovación Eleva los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología, y la transformación digital del país.	OE 3.2. Incrementar los niveles de empleo decente, productivo y formal en el país, en base a la garantía de los derechos laborales de las y los trabajadores, y con énfasis en los grupos en condición de vulnerabilidad y su adecuación a las tecnologías emergentes y el fortalecimiento del sistema inspectivo.
		4.3. Reactivar las inversiones prioritarias y de alto impacto productivo y social, incluidos los acuerdos de gobierno a gobierno.	Se buscará promover las inversiones para impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales.		OE 3.3. Elevar los niveles de competitividad y productividad de los sectores económicos, en base a la diversificación productiva, generación de valor agregado y la innovación tecnológica dentro de todos los sectores productivos, en el marco de una economía verde y baja en carbono y con el aprovechamiento de las tecnologías emergentes.

		4.5. Implementar medidas de reactivación, con énfasis en los sectores agricultura, producción, turismo, cultura, ambiente y transportes y comunicaciones.	Se buscar generar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales, propiciando un mayor dinamismo en empresas que pertenecen a sectores priorizados.		OE 3.6. Elevar la conectividad del país en todos los ámbitos económicos y sociales, a través de una infraestructura moderna, sostenible, resiliente y de calidad, con énfasis en el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales en todas las personas, así como la conectividad de las zonas rurales y de frontera.
		4.9. Impulsar el crecimiento del comercio, la inversión y las exportaciones de bienes y servicios de manera sostenible, con énfasis en las agroexportaciones.	Las medidas destinadas a fortalecer las ZEE tienen como objetivo incrementar su participación en el comercio exterior y la atracción de inversiones en el país.		OE 3.7. Garantizar un mercado competitivo en el país, en base a una regulación ágil, eficiente y eficaz, con énfasis en la protección de los derechos de las y los consumidores, incluyendo el entorno digital y el ingreso libre de nuevos competidores.
		4.10. Promover la inversión en investigación e innovación productiva.	El marco regulatorio de las ZEE busca promover la atracción de empresas innovadoras, las cuales a su vez cuentan con mejores condiciones para competir en los mercados internacionales.		
	Eje 5: Impulso al desarrollo de los departamentos	5.3. Asegurar la ejecución de inversiones productivas y sociales, priorizando el enfoque territorial.	Las medidas destinadas a mejorar la competitividad de las ZEE para el comercio exterior conllevan la ejecución de inversiones productivas en diferentes partes del territorio. Esto incluye las inversiones productivas de las empresas instaladas en las ZEE, así como las inversiones necesarias para brindarle la infraestructura de soporte, servicios necesarios, y conectividad a la ZEE.	ON 2: Territorio sostenible Gestionar el territorio de manera sostenible a fin de prevenir y reducir los riesgos y amenazas que afectan a las personas y sus medios de vida, con el uso intensivo del conocimiento y las comunicaciones, reconociendo la diversidad geográfica y cultural, en un contexto de cambio climático.	OE 2.1 Gestionar el territorio nacional con visión estratégica e integral en todos los niveles, de tal manera que propicie el uso y la ocupación del territorio, y el manejo de los recursos naturales de manera adecuada y sostenible para el desarrollo humano.

	Eje 9: Más infraestructura y servicios para una mejor calidad de vida	9.2. Reducir la brecha de servicios de agua potable, agua para uso de riego, saneamiento, energía y conectividad, prioritariamente en el ámbito rural y periurbano.	Las medidas destinadas a mejorar la competitividad de las ZEE incluyen el desarrollo de infraestructura para reducir brechas de servicios de agua, conectividad y energía en las zonas en las que se encuentran ubicadas.	ON 3: Competitividad e innovación Elevar los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología, y la transformación digital	OE 3.6: Elevar la conectividad del país en todos los ámbitos económicos y sociales, a través de una infraestructura moderna, sostenible, resiliente y de calidad, con énfasis en el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales en todas las personas, así como la conectividad de las zonas rurales y de frontera.
		9.4. Reducir la brecha de infraestructura e impulsar inversiones en materia de transportes y comunicaciones.	Para impulsar su participación en el comercio exterior, se requiere dotar a las ZEE de infraestructura de transporte desde y hacia puertos y aeropuertos, centros logísticos, centros de producción, y conectividad que facilite la llegada y salida de trabajadores de las ZEE y sus empresas, entre otros.		
OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	Eje 4: Reactivación económica	4.4. Brindar apoyo al desarrollo empresarial, con énfasis en las Mipyme, a fin de aumentar su competitividad y productividad en apoyo al crecimiento de la economía peruana.	El apoyo al desarrollo empresarial, especialmente de las MIPYME exportadoras y con potencial exportador, fortalece su capacidad para diversificar, innovar y mejorar la sostenibilidad de sus bienes y servicios, incrementando su competitividad en el comercio exterior y contribuyendo al crecimiento económico del país.	ON 1: Desarrollo de las personas Alcanzar el pleno desarrollo de las capacidades de las personas, sin dejar a nadie atrás.	OE 1.5. Garantizar la igualdad de oportunidades y la inclusión social de todas las personas: especialmente de las mujeres y los grupos vulnerables; así como el respeto y valoración a su diversidad cultural, étnica y de género.
				ON 3: Competitividad e innovación Elevar los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología, y la	OE 3.3. Incrementar los niveles de empleo decente, productivo y formal en el país, en base a la garantía de los derechos laborales de las y los trabajadores, y con énfasis en los grupos en condición de vulnerabilidad y su adecuación a las tecnologías emergentes y el fortalecimiento del sistema inspectivo.

				transformación digital del país.	OE 3.4. Elevar los niveles de desarrollo productivo y sostenible de las micro, pequeñas y medianas empresas, en base al fomento del emprendimiento, la creatividad y la innovación, el acceso a servicios financieros y a entornos digitales habilitantes.
					OE 3.5. Elevar la capacidad científica y de innovación tecnológica del país, en base a la investigación, creación, adaptación y transferencia tecnológica y científica, y el impulso al proceso nacional de transformación digital; favoreciendo la articulación entre la academia, el Estado, los sectores productivos y la Sociedad Civil.
		4.8. Promover la generación del empleo formal, garantizando el cumplimiento de los derechos laborales.	Las empresas que exportan deben ser formales, y el fortalecimiento de sus capacidades y conocimientos permite fomentar la generación de empleo formal, decente y productivo.	ON 4 Democracia y Paz Garantizar una sociedad justa, democrática, pacífica y un Estado efectivo al servicio de las personas, en base al diálogo, la concertación nacional y el fortalecimiento de las instituciones.	OE 4.5. Garantizar intervenciones públicas de calidad que respondan de manera oportuna a las necesidades y expectativas de las personas, tomando en cuenta la heterogeneidad territorial, social, económica, cultural e intergeneracional del país, con énfasis en el fortalecimiento de la cultura de integridad y de lucha contra la corrupción, y la transformación digital.
		4.9. Impulsar el crecimiento del comercio, la inversión y las exportaciones de bienes y servicios de manera sostenible, con énfasis en las agroexportaciones.	El fortalecimiento de las capacidades de los actores del comercio es una herramienta transversal que mejora la gestión de las empresas y les permite ampliar sus operaciones de comercio e inversión; y lo que resulta en mayores exportaciones.		

	Eje 5: Impulso al desarrollo de los departamentos	5.1. Implementar la modernización de la gestión de los gobiernos regionales y locales para asegurar la calidad de los bienes y servicios que brindan.	Las medidas destinadas al fortalecimiento de capacidades de los actores del comercio exterior, tienen un énfasis importante el trabajo con los gobiernos regionales y locales, así como en el fortalecimiento de la gobernanza público-privada en las regiones, a través de los Comités Regionales de Comercio Exterior (CERX)	ON 4: Democracia y paz Garantizar una sociedad justa, democrática, pacífica y un Estado efectivo al servicio de las personas, en base al diálogo, la concertación nacional y el fortalecimiento de las instituciones.	OE 4.6. Consolidar el proceso de descentralización del país y ordenamiento territorial.
		5.2. Acercar los servicios y trámites de los distintos niveles de gobierno a la población con difícil acceso.	Se fortalece las capacidades de los GORE a fin de que puedan brindar servicios de calidad en asuntos vinculados al comercio exterior a la población a nivel regional y local.		

Tabla 34. Matriz de alineamiento a nivel horizontal

Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior			Política Nacional de Competitividad y Productividad			
Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas	S1.1.1: Gestión de información de oportunidades comerciales accesible para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.	Política Nacional de Competitividad y Productividad	OP7. Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios	LP 7.4. Generar capacidades para la internacionalización de las empresas y la diversificación de mercados, mediante la inserción y escalamiento en las cadenas globales y regionales de valor, así como la promoción de diversas modalidades de internacionalización	Asistencia técnica y capacitaciones para la internacionalización y gestión exportadora
	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.				
OP2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de	L2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindadas de manera oportuna/continua para los usuarios de comercio exterior.			LP 7.2: Optimizar el acceso a servicios logísticos para fortalecer la cadena logística de	Provisión de infraestructura para servicios logísticos.

facilitación del comercio exterior, para los usuarios del comercio exterior en el país.		S2.1.3. Control de ingreso de mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para los operadores de comercio exterior.			comercio exterior (seguridad, puertos, aeropuertos, etc.).	
	L2.2: Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior	S2.2.1: Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.			LP 7.3: Consolidar el sistema de facilitación del comercio y la coordinación entre las entidades involucradas, así como los mecanismos de lucha contra los delitos aduaneros.	Sistema integrado de intercambio de información entre los diversos agentes públicos vinculados a las operaciones de comercio exterior
		S2.2.2: Programa para la mejora de los procesos de comercio exterior de manera oportuna y continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.				
		S2.2.3: Gestión de información de servicios logísticos, accesibles y continuos en beneficio de los usuarios de comercio exterior				
	L2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país	S2.4.1. Asistencia técnica continua en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior			LP 7.2: Optimizar el acceso a servicios logísticos para fortalecer la cadena logística de comercio exterior (seguridad, puertos, aeropuertos, etc.).	Provisión de infraestructura para servicios logísticos.
		S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional, fiable en beneficio de los gobiernos regionales.				

OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes. S.3.1.2. Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportunas dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador.		OP7. Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios	LP 7.1 Desarrollar una oferta exportable diversificada y competitiva, incluyendo la asociatividad y el desarrollo productivo con estándares internacionales de calidad, con la participación de la micro, pequeña y mediana empresa	Asistencia técnica y capacitaciones para la mejora de sus productos y/o competencias de comercialización
	L3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuna para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.		OP6: Generar las condiciones para desarrollar un ambiente de negocios productivo.	LP 6.1 Mejorar los instrumentos de desarrollo productivo, asociatividad y de articulación empresarial, fomentando el desarrollo de economías de escala.	Asistencia técnica para el cumplimiento de las obligaciones del sector empresarial, el conocimiento de los trámites y procedimientos para obtener sus autorizaciones, y la capacitación técnica para el aumento de la productividad en las empresas

	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S.3.4.1. Financiamiento para la internacionalización oportuno para empresas exportadoras y con potencial exportador. S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsables, oportuno y continuo para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.		OP7. Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios	LP 7.4. Generar capacidades para la internacionalización de las empresas y la diversificación de mercados, mediante la inserción y escalamiento en las cadenas globales y regionales de valor, así como la promoción de diversas modalidades de internacionalización	Asistencia técnica y capacitaciones para la internacionalización y gestión exportadora
	L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.		OP3: Generar el desarrollo de las capacidades para la innovación, adopción y transferencia de mejoras tecnológicas	LP 3.4. Acelerar los procesos de innovación, absorción tecnológica y digitalización, a través de la articulación de acciones públicas y privadas y de una revisión periódica de la combinación de políticas públicas de innovación	Innovación, absorción tecnológica y digitalización a través de una mejor articulación, desarrollo de capacidades y uso de recursos.

OP4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano	L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor.	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad accesible oportuno para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.		OP7. Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios	LP 7.4. Generar capacidades para la internacionalización de las empresas y la diversificación de mercados, mediante la inserción y escalamiento en las cadenas globales y regionales de valor, así como la promoción de diversas modalidades de internacionalización	Asistencia técnica y capacitaciones para la internacionalización y gestión exportadora
	L4.3: Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales.	S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.				
OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.		OP7. Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios	LP 7.4. Generar capacidades para la internacionalización de las empresas y la diversificación de mercados, mediante la inserción y escalamiento en las cadenas globales y regionales de valor, así como la promoción de	Asistencia técnica y capacitaciones para la internacionalización y gestión exportadora
		S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.				

	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador. S5.2.2 Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.			diversas modalidades de internacionalización	
Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior			Política Nacional de Desarrollo Industrial			
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país	L.1.4 : Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.	Política Nacional de Desarrollo Industrial	OP 02: Incrementar la complejidad de los productos manufacturados en las empresas del sector manufactura	2.3. Mejorar mecanismos para incentivar la inversión en productos industriales intensivos en capital con ventajas comparativas para las empresas del sector manufacturero	2.3.1 Desarrollo de un portafolio de proyectos de inversión empresarial para ramas industriales y/o productos de media y alta tecnología, como promoción de la inversión extranjera en el Perú.
OP2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del	L2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindadas de manera oportuna/continua para los usuarios de comercio exterior.		OP 03: Incrementar la infraestructura productiva industrial adecuada y servicios especializados para las empresas manufactureras	3.1. Implementar los proyectos de parques industriales articulados con la ENDPI para las empresas del sector manufacturero	3.1.1 Asistencia técnica para el desarrollo de infraestructura productiva, de transporte, logística, servicios básicos y complementarios

comercio exterior en el país	L2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país	S2.4.1. Asistencia técnica continua en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior		OP 02: Incrementar la complejidad de los productos manufacturados en las empresas del sector manufacturero	2.7. Implementar estrategias comerciales articuladas a las cadenas globales de valor para las empresas del sector manufacturero.	2.7.1 Asistencia técnica integral en la formación de cadenas logísticas desde los centros de producción o distribución hasta los puertos y viceversa para productos manufacturados de media y alta tecnología
		S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional, fiable en beneficio de los gobiernos regionales.				2.7.2 Programa de fortalecimiento de capacidades en temas de comercio exterior para las empresas manufactureras no primarias de media y alta tecnología
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.	S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.		OP 02: Incrementar la complejidad de los productos manufacturados en las empresas del sector manufacturero	2.1 Priorizar medidas de apoyo a los productos manufactureros intensivos en tecnología con ventajas comparativas y/o de alto valor agregado con incidencia en la economía nacional.	2.1.1 Estudios para la priorización y desarrollo de productos manufactureros intensivos en tecnología con ventajas comparativas y/o productos altamente estratégicos con incidencia en la economía del país

					1.3. Mejorar los instrumentos en materia de gestión empresarial de acuerdo con las necesidades de las empresas del sector manufacturero 1.3.3 Asistencia técnica en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para las empresas.
				OP 01: Incrementar la productividad de las empresas del sector manufactura	1.7. Implementar medidas para incrementar el uso de los estándares de calidad en procesos y productos (bienes y/o servicios) en las empresas del sector manufacturero. 1.7.1 Fortalecimiento de capacidades para la adopción de estándares de calidad pertinentes para empresarios/as y trabajadores/as del sector manufactura
				OP 02: Incrementar la complejidad de los productos manufacturados en las empresas del sector manufacturero	2.6. Desarrollar líneas de apoyo financieras y no financieras para la implementación de estándares de calidad en productos de las empresas del sector manufacturero 2.6.1 Instrumentos de apoyo financiero y no financiero para la implementación de estándares de calidad en ramas industriales y/o productos de media y alta tecnología
		S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.		OP 03: Incrementar la infraestructura productiva industrial adecuada y servicios especializados para las empresas manufactureras	3.3 Mejorar la diversidad, accesibilidad y cobertura pública y privada de servicios de infraestructura de la calidad, 3.3.1 Servicio de elaboración de normas técnicas peruanas (NTP) u otros documentos de normalización

					desarrollo productivo, innovación, digitalización, transferencia y extensionismo tecnológico en las empresas del sector manufacturero.	orientados a la demanda
						3.3.2 Servicio de acreditación orientada a la demanda de organismos de evaluación de la conformidad (OEC)
	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsables, oportuno y continuo para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.		OP 01: Incrementar la productividad de las empresas del sector manufactura	1.1 Fortalecer los instrumentos financieros tradicionales y alternativos acorde con las necesidades y tamaño de las empresas del sector manufacturero.	1.1.1 Desarrollo de instrumentos financieros que promuevan el acceso al sistema financiero a las empresas.
					1.6. Incrementar los servicios para la absorción y adaptación tecnológica en materia de innovación, Industria 4.0, digitalización y economía circular en las empresas del sector manufacturero.	1.6.2 Fondos de cofinanciamiento en innovación apropiados para las empresas del sector manufactura no primaria
						1.6.3 Fondos concursables apropiados para incrementar la transferencia tecnológica a las

						empresas del sector manufactura no primaria
	L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.		OP 02: Incrementar la complejidad de los productos manufacturados en las empresas	2.4. Mejorar mecanismos para la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en las empresas del sector manufacturero	2.4.1 Servicios tecnológicos y de innovación en ramas industriales y/o productos con valor agregado que participan en cadenas globales de valor 2.4.2 Difusión de los incentivos a la investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+i) en empresas de manufactura no primaria de media y alta tecnología 2.4.3 Fondos para proyectos y actividades de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) pertinentes, dirigidos a los actores del SINACTI, en el sector manufactura de media y alta tecnología

		S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.		OP 01: Incrementar la productividad de las empresas del sector manufactura	1.3. Mejorar los instrumentos en materia de gestión empresarial de acuerdo con las necesidades de las empresas del sector manufacturero	1.3.1 Fortalecimiento de capacidades de gestión empresarial e innovación pertinentes para las empresas 1.3.4 Asistencia técnica para la incorporación de tecnología y digitalización de procesos productivos en las empresas 1.3.5 Instrumentos orientados a la gestión empresarial, tecnología, digitalización o innovación dirigidos a las empresas
	L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.		OP 01: Incrementar la productividad de las empresas del sector manufactura	1.3. Mejorar los instrumentos en materia de gestión empresarial de acuerdo con las necesidades de las empresas del sector manufacturero 1.6. Incrementar los servicios para la absorción y adaptación tecnológica en materia de innovación, Industria 4.0, y digitalización	1.3.2 Fortalecimiento de capacidades en la gestión ambiental pertinentes para las empresas 1.6.5 Programa de adopción de buenas prácticas de economía circular con pertinencia en las empresas del sector manufactura no primaria

					economía circular en las empresas del sector manufacturero.	
OP4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.	L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las ZEE en las cadenas regionales y globales de valor.	S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.		OP 02: Incrementar la complejidad de los productos manufacturados en las empresas del sector manufactura	2.7. Implementar estrategias comerciales articuladas a las cadenas globales de valor para las empresas del sector manufacturero.	2.7.1 Asistencia técnica integral en la formación de cadenas logísticas desde los centros de producción o distribución hasta los puertos y viceversa para productos manufacturados de media y alta tecnología
OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.		OP 01: Incrementar la productividad de las empresas del sector manufactura	1.7. Implementar medidas para incrementar el uso de los estándares de calidad en procesos y productos (bienes y/o servicios) en las empresas del sector manufacturero.	1.7.1 Fortalecimiento de capacidades para la adopción de estándares de calidad pertinentes para empresarios/as y trabajadores/as del sector manufactura
				OP 02: Incrementar la complejidad de los productos manufacturados en las empresas del sector manufactura	2.7. Implementar estrategias comerciales articuladas a las cadenas globales de valor para las empresas del	2.7.2 Programa de fortalecimiento de capacidades en temas de comercio exterior para las empresas manufactureras no

					sector manufacturero.	primarias de media y alta tecnología.
Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior			Política Nacional para la Calidad			
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.	Política Nacional para la Calidad	OP2: Ampliar la oferta de servicios de la infraestructura de la calidad (IC) en las entidades públicas y privadas competentes a nivel nacional	L2.2: Fortalecer las capacidades para la aplicación e implementación de servicios IC en las entidades del sector público, privado y la academia a nivel nacional	23. Servicio de fortalecimiento de capacidades para el uso de estándares internacionales de calidad orientado a la mejora de la competitividad. 25. Servicios de capacitación empresarial oportuna en gestión de la calidad que incorpora temas de Infraestructura de la Calidad (IC)
OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.		OP3 Incrementar el nivel de cultura de la calidad en la ciudadanía	L3.1. Implementar mecanismos que promuevan el incremento del uso de bienes y servicios que incorporan estándares de calidad, en la ciudadanía, entidades públicas, empresas y academia.	29. Servicio de información sobre el conocimiento y los beneficios de la aplicación de normas técnicas peruanas focalizado a Mipyme de cadenas productivas y clústeres priorizados

Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior			Política Nacional de Igualdad de Género			
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S.3.4.1. Financiamiento para la internacionalización oportuno para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Política Nacional de Igualdad de Género	OP 4: Garantizar el ejercicio de los derechos económicos y sociales de las mujeres	4.3 Fortalecer la inserción laboral formal de las mujeres	4.3.6 Financiamiento para mujeres que lideran emprendimientos y empresas, de manera sostenible y efectiva
OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.				4.3.5 Capacitación y asistencia técnica en: gestión empresarial, productividad con innovación tecnológica y para la internacionalización de las empresas, dirigidas a las mujeres
Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior			Política Nacional Agraria 2021 - 2030			
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio

OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.	Política Nacional Agraria 2021 - 2030	OP1 Incrementar el nivel de integración vertical de los productores agrarios en la cadena de valor	1.1 Mejorar los mecanismos de financiamiento, de aseguramiento agrario, y recursos no reembolsables de los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y empresariales.	1.1.1 Servicio de mecanismos de apoyo para la articulación de los productores agrarios al mercado.
						1.1.2 Servicio de proyectos para la reconversión y diversificación productiva agraria para los productores agrarios.
	L3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuna para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.			1.3 Desarrollar programas de fortalecimiento de capacidades productivas y comerciales para los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y empresariales.	1.3.1 Programa de fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial, comercial y productiva para los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y empresariales.
						1.3.2 Servicio de capacitación en procesos de transformación de asociaciones de productores agrarios familiares (en transición y consolidados) a

						cooperativas agrarias.
	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.4.2: Programa de cofinanciamiento no reembolsables oportuna y continua para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.			1.1 Mejorar los mecanismos de financiamiento, de aseguramiento agrario, y recursos no reembolsables de los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y empresariales.	1.1.1 Servicio de mecanismos de apoyo para la articulación de los productores agrarios al mercado.
OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsables, oportuno y continuo para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.			1.3 Desarrollar programas de fortalecimiento de capacidades productivas y comerciales para los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y productores agrarios empresariales.	1.3.1 Programa de fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial, comercial y productiva para los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y empresariales.

Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior			Política Nacional de Ambiente al 2030			
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.	Política Nacional de Ambiente al 2030	Mejorar el desempeño ambiental de las cadenas productivas y de consumo de bienes y servicios, aplicando la economía circular.	L1. Generar las condiciones en las entidades públicas y privadas para el tránsito hacia una economía circular	OP7S2 Fortalecimiento de capacidades, de manera precisa, en materia de economía circular, buenas prácticas, producción limpia y gestión ambiental, dirigido a los agentes económicos del sector producción.
					L3. Mejorar la sostenibilidad de los bionegocios y eco negocios desarrollados por las comunidades nativas, comunidades campesinas, y otras localidades de pueblos indígenas u originarios y la población local.	OP7S4 Fortalecimiento de capacidades de manera fiable para emprendimientos basados en productos de la biodiversidad para actores económicos y sociales.
					L4. Mejorar la ecoeficiencia en la cadena de producción de bienes y la provisión de servicios públicos y privados.	OP7S5 Fortalecimiento de capacidades para la implementación de medidas de ecoeficiencia en las entidades del sector público, de manera fiable.

Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior		Política Nacional de Inclusión Financiera				
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S.3.4.1. Financiamiento para la internacionalización oportuno para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Política Nacional de Inclusión Financiera	OP1. Generar una mayor confianza de todos los segmentos de la población en el sistema financiero	L3. Implementar mecanismos que fomenten el acceso y el uso de servicios financieros formales	S 1.3.1. Promover el acceso al sistema financiero de la población usuaria y de la población gestora de los programas sociales con transferencias monetarias a través de la bancarización
				OP 2. Contar con una oferta de servicios financieros suficientes y adecuada a las necesidades de la población	2.3. Fomentar la oferta de servicios simples, innovadores, seguros, eficientes y adecuados	
Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior		Política Nacional de Transformación Digital				
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Política Nacional de Transformación Digital	OP 2. Vincular la economía digital a los procesos productivos sostenibles del país.	2.3 Fortalecer el desarrollo del comercio electrónico nacional e internacional en beneficio de las micro, pequeñas y medianas empresas, en alianza con el sector privado	S.2.3.1 Programa de economía digital de manera continua para los integrantes del Sistema Nacional de Transformación Digital, con énfasis en emprendimientos y mype.
		S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con			2.1 Fortalecer la transformación digital de las micro, pequeñas y medidas empresas	S2.1.1 Programa de transformación digital progresivo y continuo, en beneficio de los integrantes del Sistema Nacional de Transformación Digital, con énfasis en emprendimientos y mype.

		potencial exportador.			2.2 Fortalecer el ecosistema de acceso a fondos y acompañamiento para emprendimientos digitales	S2.2.1 Programa de fortalecimiento de incubadoras y aceleradoras de manera fiable para emprendimientos digitales y de base tecnológica con énfasis en regiones de mayor necesidad económica S2.2.3 Programa de Financiamiento de Soluciones de transformación digital de manera sostenible, con énfasis en sectores productivos para los integrantes del Sistema Nacional de Transformación Digital S2.2.4 Programa de intermediación entre inversionistas y emprendedores de manera sostenible para los integrantes del Sistema Nacional de Transformación Digital, con énfasis para emprendimientos y negocios digitales
Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior		Política Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación				
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y	Política Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación	OP.02. Incrementar la apropiación social de la CTI en la sociedad en general	L.02.01 Incrementar la valoración de la CTI en la sociedad en su conjunto	S.02.01.01 Promoción de espacios de manera continua para el acercamiento al avance científico y tecnológico dirigido a la sociedad en general S.02.01.03 Fortalecimiento de capacidades en materia de propiedad intelectual de manera satisfactoria para las personas naturales y jurídicas

		organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación. S3.5.2: Programa de Innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios oportuno, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.			L.04.04 Fortalecer los mecanismos de producción científicos y tecnológicos de los actores del SINACTI	S.04.04.01 Servicio de difusión de estudios técnicos en CTI, de manera efectiva, para los actores del SINACTI
					L.04.04 Fortalecer los mecanismos de producción científicos y tecnológicos de los actores del SINACTI	S.04.04.07 Generación de tecnologías desarrolladas por el INIA, de forma satisfactoria, para los pequeños y medianos productores agrarios organizados
					L.04.04 Fortalecer los mecanismos de producción científicos y tecnológicos de los actores del SINACTI	S.04.04.08 Servicio de difusión de investigaciones científicas en recursos genéticos para la alimentación y la agricultura, de manera estandarizada, dirigido a los actores del SINACTI
					L.04.04 Fortalecer los mecanismos de producción científicos y tecnológicos de los actores del SINACTI	S.04.04.10 Servicio de fortalecimiento de capacidades en transferencia de conocimientos y tecnológicas agrarias, de manera satisfactoria, dirigido a los proveedores de asistencia técnica (PAT)
				OP.04. Mejorar la generación de conocimiento científico y tecnológico del SINACTI, de acuerdo con las prioridades del país		
				OP.05. Incrementar la innovación en el SINACTI	L.05.02 Mejorar la vinculación academia-industria para el desarrollo de la innovación en los actores del SINACTI.	S.05.02.01 Servicio de promoción de espacios de articulación de innovación en cadenas de valor, de manera efectiva, para los actores de la academia e industria.
Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior		Política Nacional de Acuicultura al 2030				
Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio	Nombre de la Política	Objetivo prioritario	Lineamiento	Servicio

OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de la oferta exportable de las empresas exportadoras y con potencial exportador	S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.	Política Nacional de Acuicultura al 2030	OP 04 Consolidar la participación de las empresas acuícolas en el mercado	4.1.1 Incrementar la participación en los mercados internos y extranjeros de las empresas acuícolas peruanas.	4.1.1.2 Servicio para el fortalecimiento de acceso y consolidación de empresas acuícolas en mercados de exportación
						4.1.1.3 Servicio de Certificación de productos acuícolas con la denominación "Acuicultura Sostenible"
	L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.		OP 05 Fortalecer la sostenibilidad de la acuicultura	5.1.2 Fortalecer las tecnologías y prácticas de sostenibilidad en las cadenas de valor acuícolas	5.1.2.1 Programa de incentivos económicos para el fortalecimiento de tecnologías y prácticas de sostenibilidad y economía circular en acuicultura promoviendo la reducción de externalidades negativas que genera la acuicultura
						5.1.2.3 Servicio de fortalecimiento de capacidades y conocimientos sobre sostenibilidad ambiental y social en el sector privado

7.4. Matriz de consistencia

Tabla 35. *Matriz de consistencia*

Problem a Público	Causas directas	Causas indirectas	Futuro deseado al año 2035	Alternativas de solución seleccionada s	Objetivos Prioritarios	Indicador	Lineamiento s	Servicios	Receptor	Proveedor	Alcan ce	Estándar de cumplimie nto	Indicador de calidad
Insuficie nte desarroll o del comercio exterior en el país	CD1: Insuficiente aprovechami ento de los acuerdos y oportunidade s comerciales internacionale s	1.1: Alta asimetría de la información	Para el año 2040, se ha logrado un significativo desarrollo del comercio exterior peruano, reflejado en un incremento de la participación del Perú en el comercio mundial de 0,23% a 0,3%. Este desarrollo es reflejo de los avances para superar las barreras y	- Fortalecer la presencia de empresas en mercados internacionale s - Consolidar una red de inteligencia y vigilancia de mercados internacionale s, que mejore la producción y difusión de información de mercados.	OP1: Profundizar el aprovechami ento de los acuerdos y oportunidade s comerciales internacionale s para las empresas en el país	1. Valor total de las exportacio nes no minero energética s al mundo 2. Valor de las exportacio nes no minero energética s dirigidas a países con los que se cuenta con acuerdos comerciale	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionale s de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales internacionales oportuno para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.	Empresas exportadoras y con potencial exportador	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ	Nacion al	Oportunida d	Porcentaje de productos de inteligencia comercial que se publican en los plazos programados.

		1.5: Brechas de negociación, optimización de acuerdos comerciales y otros mecanismos para su aprovechamiento	limitaciones en el comercio exterior del país, que impedían la plena integración y aprovechamiento de oportunidades comerciales en la economía internacional. Como resultado de ello, el comercio exterior ha favorecido un crecimiento económico descentralizado, inclusivo y sostenible, generando un impacto positivo en el desarrollo y bienestar del país.	- Consolidar la apertura de mercados a través de la negociación de nuevos acuerdos comerciales, la optimización de acuerdos existentes, y la negociación de protocolos sanitarios y fitosanitarios y acuerdos de facilitación de inversiones.		s en vigencia.	L.1.2: Mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales para los bienes y servicios, en beneficio de las empresas.	Sin servicio (Lineamiento normativo e instrumental)					
		1.2: Presencia de barreras comerciales e imposición de medidas restrictivas al comercio exterior		- Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales - Aprovechamiento de instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior y atención de posibles barreras comerciales.			L.1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.	S1.3.1. Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior S1.3.2. Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, para productores, exportadores e importadores.	Empresas vinculadas con el comercio exterior: Empresas exportadoras o con potencial exportador, empresas importadoras, y operadores de comercio exterior. Productores, exportadores e importadores.	Responsable: MINCETUR, Con participación de: INDECOPI, SENASA, DIGESA, DIGEMID, SANIPES, reguladores en general. Responsable: MINCETUR	Nacional Nacional	Oportunidad Fiabilidad	Porcentaje de posibles contingencias atendidas oportunamente. Porcentaje de certificados de origen correctamente emitidos

		1.3: Insuficiente estrategia de atracción de inversiones empresariales		- Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales - Establecer mecanismos de atracción de inversiones para el desarrollo del sector de servicios, la mejora de la oferta exportable con componente tecnológico o de innovación, y la generación de encadenamientos productivos para la exportación.			L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.	Empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú	Responsable: PROMPERU	Nacional	Idoneidad	Porcentaje de empresas extranjeras que han recibido información especializada durante su proceso de atención/asistencia.
		1.4: Insuficiente promoción comercial en los mercados internacionales		- Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales - Fortalecer la promoción comercial, a			L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	Empresas exportadoras o con potencial exportador	Responsable: PROMPERU	Nacional	Idoneidad	Porcentaje de agendas comerciales implementadas de manera idónea

				fin de ampliar su alcance en términos de empresas y sectores atendidos, y de adaptar sus servicios a la madurez y nivel de consolidación de empresas de distintos tamaños.			empresas exportadoras.	S1.5.2: Organización de espacios de articulación de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior.	Actores de interés de la política exterior.	Responsable: MRE	Nacional	Continuidad	
	CD2: Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior	2.1: Limitada infraestructura logística		- Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub Logístico sudamericano . - Fortalecer la conectividad multimodal y logística para el comercio exterior.	OP2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.	Indicador de Facilitación del Comercio (IFC)	L2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindada de manera continua para los usuarios de comercio exterior. S2.1.2. Organización de espacios de articulación para la atracción de inversiones extranjeras en proyectos de infraestructura pública del sistema logístico, de manera continua dirigidos a entidades públicas.	Usuarios del comercio exterior.	Responsable: MTC	Nacional	Continuidad	Porcentaje de reportes de información sobre plataformas logísticas publicados de manera continua.
									ProInversión, MTC, Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales (Municipalidades), ANP, ANIN	Responsable: MRE	Nacional	Continuidad	

							S2.1.3. Control de ingreso de mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para los operadores de comercio exterior.	Operadores de comercio exterior.	Responsable: SUNAT	Nacional	Integral	Promedio de tiempo total de liberación de mercancías que cumplan con los requisitos de importación de mercancías para el consumo en las Intendencias de Aduana de Frontera.
		2.2: Insuficiente digitalización y uso de tecnologías emergentes en los procedimientos de comercio exterior		- Facilitar las operaciones de comercio exterior en el país.		L2.2: Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior	S2.2.1: Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.	Usuarios de comercio exterior (exportadores, importadores, operadores logísticos y entidades relacionadas con el comercio exterior).	Responsable: MINCETUR	Nacional	Continuidad	Porcentaje de horas de disponibilidad continua de la plataforma VUCE para los usuarios de comercio exterior.
		2.4: Insuficiente desarrollo de los sistemas logísticos integrados e interoperables		- Modernizar los procedimientos de comercio exterior y los servicios logísticos para los usuarios del comercio exterior.			S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	Operadores de comercio exterior, importadores y exportadores.	Responsable: MINCETUR Con participación de: MINSA, SUNAT, SENASA, SANIPES	Nacional	Pertinencia	Porcentaje de incidencias atendidas de manera pertinente.
		2.3: Ineficiencia de los servicios logísticos y los procedimientos necesarios para el comercio exterior										

								S2.2.3: Gestión de información de servicios logísticos, continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	Usuarios de comercio exterior	Responsable: MINCETUR	Nacional	Continuidad	Porcentaje de horas de disponibilidad continua de la plataforma MISLO con disponibilidad permanente para los usuarios de comercio exterior.
								S2.2.4: Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de manera oportuna a los operadores de comercio exterior.	Usuarios de comercio exterior	Responsables: MINCETUR	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de fiscalizaciones realizadas en los plazos establecidos.
				- Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub Logístico sudamericano .		L2.3: Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.	S2.3.1: Detección de amenazas e incumplimiento aduanero en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	Usuarios de comercio exterior.	Responsable: SUNAT	Nacional	Eficaz	Porcentaje de ajuste tributario en las operaciones de comercio exterior con eficacia en la detección de amenazas de incumplimientos aduaneros.	
				- Mejorar los servicios logísticos y la seguridad de la cadena logística.			S2.3.2: Intervenciones policiales efectivas contra la criminalidad dedicada al tráfico ilícito de drogas y delitos conexos en la cadena logística, de manera oportuna, en	Usuarios de comercio exterior	Responsable: MININTER	Nacional	Oportunidad	Número de intervenciones policiales ejecutadas contra el tráfico ilícito de drogas en aeropuertos y puertos a nivel nacional realizadas oportunamente.	

								beneficio de los usuarios de comercio exterior.					
								S2.3.3: Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera oportuna, para las empresas exportadoras y con potencial exportador.	Mipyme en 18 regiones	Responsable: PRODUCE – CLCDAP.	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de capacitaciones realizadas dentro del plazo de programación para las empresas exportadoras y con potencial exportador.
				- Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub Logístico sudamericano. - Brindar asistencia para el aprovechamiento de nodos logísticos regionales y su integración a los corredores logísticos sudamericanos.			L2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.	S2.4.1: Asistencia técnica oportuna en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior.	Usuarios de comercio exterior	Responsable: MINCETUR	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de asistencias técnicas realizadas de manera oportuna.
								S 2.4.2: Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional idónea en beneficio de los Gobiernos Regionales.	Gobiernos Regionales	Responsable: MTC	Nacional y Regional	Idoneidad	Porcentaje de asistencias técnicas para el planeamiento logístico de transporte regional que reciben una opinión favorable.

													- Porcentaje de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizadas de manera oportuna.
	CD3: Limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior	3.1: Limitada diversificación, sofisticación y cumplimiento de estándares de bienes y servicios		- Diversificar la oferta exportable de bienes y servicios. -Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo exportador de bienes y servicios y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales.	OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	1. Número de subpartidas arancelarias no minero energéticas con montos de exportación mayores a un millón US\$ anual. 2. Evolución del valor total de las exportaciones de servicios no tradicionales	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S3.1.1: Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.	Empresas y organizaciones de productores exportadoras y con potencial exportador	Responsable: MINCETUR Con participación de PRODUCE- MIDAGRI – MINAM – PROMPERU - INACAL	Nacional	Oportunidad	-Porcentaje de asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad y cumplimiento de requisitos de acceso de la oferta exportable de bienes realizadas de manera oportuna.
								S3.1.2: Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportunas dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador.	Empresas exportadoras y con potencial exportador del sector servicios	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas de manera oportuna.

				- Fortalecer el financiamiento para el comercio exterior.			vinculadas al comercio exterior.	S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsable, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.	Empresas exportadoras y con potencial exportador, con énfasis en Mipyme y organizaciones de productores	Responsable: MINCETUR Participación: PRODUCE PROINNOVATE y MIDAGRI AGROIDEAS	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de contratos de cofinanciamiento no reembolsables firmados oportunamente por empresas exportadoras. Porcentaje de organizaciones agrarias con potencial exportador que reciben oportunamente el primer cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocios.
		3.3: Insuficiente desarrollo de la innovación e inversión tecnológica para el comercio exterior		- Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana - Promover la investigación, desarrollo e innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios basados en el conocimiento.			L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a cadenas de exportación.	Empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a cadenas de exportación.	Responsable: Mincetur Con participación: PRODUCE (ITP), PROMPERU, INIA	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de capacitaciones técnicas realizadas en innovación en los plazos establecidos. Número de servicios tecnológicos brindados por la red a empresas exportadoras e importadores oportunamente.

		3.4: Insuficiente desarrollo de modelos de negocios sostenibles para el comercio exterior		- Generar una oferta exportable sostenible - Promover el desarrollo del comercio sostenible para las exportaciones .			L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.	Empresas exportadoras y con potencial exportador	Responsable: MINCETUR Con participación: MINAM, PRODUCE, PROMPERU	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas de manera oportuna.
	CD4. Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales para su participación en el comercio exterior	4.1: Bajo nivel de incentivos no tributarios para el desarrollo empresarial en las ZEE		- Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables.	OP4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.	Porcentaje de participación de las exportaciones de bienes de las empresas de las ZEE en las exportaciones nacionales.	L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las ZEE en las cadenas regionales y globales de valor.	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad, oportuno para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.	Empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales.	Responsable: MINCETUR Con participación de: PRODUCE - SUNAT	Regional	Oportunidad	Porcentaje de acompañamientos técnicos realizados según lo programado.
				- Establecer adecuadas condiciones e incentivos de carácter no tributario orientados a incrementar la competitividad de las empresas en las ZEE.				S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.	Empresas de las Zonas Económicas Especiales.	Responsable: MINCETUR Con participación: PRODUCE	Regional	Oportunidad	Porcentaje de asistencias técnicas para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor realizadas según lo programado.

		4.2: Inadecuado marco regulatorio que ofrezca seguridad jurídica a las empresas de las ZEE		- Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables.			L4.2: Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las ZEE.	S4.2.1. Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura de manera oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales.	Administraciones de las Zonas Económicas Especiales	Responsable: MINCETUR	Regional	Oportunidad	Porcentaje de asistencias técnicas para la gestión de las inversiones en infraestructura efectuadas según lo programado.
				-Implementar infraestructura de calidad para la atracción de operadores y empresas generadoras de valor agregado en las ZEE.				S4.2.2 Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales, de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.	Administraciones y empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales	Responsable: MINCETUR	Regional	Oportunidad	Porcentaje de supervisiones del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales realizadas en el plazo programado.
		4.3: Ineficiente identificación y promoción de sectores estratégicos en las ZEE		- Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables.				S4.3.1. Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.	Administraciones de las ZEE	Responsable: MINCETUR Con participación de: PROMPERÚ PRODUCE	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de acompañamientos para la atracción de nuevas empresas realizados en el plazo programado.
				- Promover la conformación de clústeres en sectores estratégicos a través de la integración de las ZEE con									

				infraestructura productiva, logística y tecnológica.								
CD5: Insuficientes capacidades de los actores del comercio exterior	5.1: Escaso uso de tecnologías digitales para el comercio exterior	- Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.	OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	1. Número de empresas exportadoras consolidadas. 2. Porcentaje del valor de las exportaciones totales realizadas por Mipyme.	L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Empresas exportadoras y con potencial exportador de los sectores de vestimenta, manufacturas diversas y alimentos.	Responsable: PROMPERU. Con participación de MINCETUR	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de asistencias técnicas en la implementación del comercio electrónico transfronterizo realizadas de manera oportuna.	
		- Fomentar la transformación digital y comercio electrónico en las empresas.				S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios	PROMPERU	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de asistencias técnicas en transformación digital realizadas de manera oportuna.	
	5.2: Insuficiente desarrollo del capital humano para el comercio exterior	- Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de		L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y	Empresas exportadoras y con potencial exportador	Responsable: MINCETUR Con participación de: AGROMERCADO, INACAL, INDECOPI	Nacional	Idoneidad	Porcentaje de capacitaciones para la competitividad e internacionalización realizadas de manera idónea.		

			bienes y servicios.			servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	con potencial exportador.					
			-Desarrollar las capacidades de los actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.				S5.2.2 Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Empresas exportadoras y con potencial exportador	PROMPERU	Nacional	Idoneidad	Porcentaje de acompañamientos en gestión exportadora calificados como idóneos por las empresas exportadoras y con potencial exportador.
							S5.2.3. Capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.	Empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios	Responsable: MINCETUR Con participación: PROMPERÚ	Nacional	Idoneidad	Porcentaje de capacitaciones para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios realizadas de manera idónea.
		5.3: Insuficientes capacidades de los actores que brindan servicios de apoyo al comercio exterior					S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportuno dirigido a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia	Profesionales de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior	MINCETUR	Nacional	Oportunidad	Porcentaje de capacitaciones en materia comercio exterior realizadas de manera oportuna.

								vinculadas al comercio exterior.					
								S5.2.5 Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.	Empresa privada, academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior	Responsable: MRE - APCI	Nacional	Periodicidad	Número de capacitaciones en materia de Cooperación Técnica Internacional (CTI) realizadas anualmente.
		5.4: Brechas de optimización de la gobernanza en el comercio exterior		- Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios. - Fortalecer el marco institucional, información y los			L5.3: Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.	S5.3.1. Asistencia técnica integral para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior dirigido a miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.	Miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.	MINCETUR	Nacional	Integral	Porcentaje de asistencias técnicas en el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior realizadas de manera integral.

				mecanismos de articulación público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios y para la toma de decisiones de política comercial.				S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continua para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.	Entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior	MINCETUR	Nacional	Continuidad	Número de proyectos de cooperación internacional vinculados al desarrollo del comercio exterior gestionados de manera continua.
				- Ecosistema articulado de actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios, debidamente capacitados. - Fortalecer el marco institucional, información y los mecanismos de articulación público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios y para la toma			L5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo, para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.	Actores del comercio exterior.	MINCETUR	Nacional	Continuidad	Porcentaje de estudios y reportes sobre comercio exterior que se encuentran actualizados continuamente.

				de decisiones de política comercial.									

7.5. Fichas técnicas de indicadores de objetivos y servicios

7.5.1. Fichas técnicas de los objetivos prioritarios

OBJETIVO PRIORITARIO 1

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Objetivo prioritario:	OP1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
Nombre del indicador:	Valor total de las exportaciones no minero energéticas al mundo.
Justificación:	El indicador permitirá medir la capacidad exportadora del país, considerando las exportaciones totales, excluyendo productos minero-energéticos, cuyos niveles de venta suelen depender de factores externos globales, distintos al aprovechamiento de acuerdos y oportunidades comerciales. El indicador mide el desempeño de las exportaciones de bienes del Perú, excluyendo los bienes que no están relacionados con la minería (metálica y no metálica), ni con hidrocarburos, lo que permite evaluar la diversificación y competitividad de otros sectores productivos (ej: agroindustria, manufactura, textiles, etc.), cuyos niveles de venta suelen depender de factores externos globales.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Responsable de análisis de resultados: Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales (DGNCI) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
Limitaciones para la medición del indicador:	La información de las exportaciones de bienes proporcionadas por SUNAT se actualiza mensualmente, generando alteraciones en el valor del indicador.
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> $XNME = XT - [XMM + XMNM + XH]$ XNME: Exportaciones no minero energéticas XT: Exportaciones totales XMM: Exportaciones minería metálica XMNM: Exportaciones minería no metálica XH: Exportaciones de hidrocarburos <u>Especificaciones técnicas:</u> Consideraciones de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de Información – DDPI • No minero-energéticos: productos que están en los factores: agropecuario, pesquero, textiles, químico, siderúrgico, metalúrgico, metal mecánico, madera/papeles, otros). • Minero-energéticos: productos que están en los sectores minerales metálicos (cobre, oro, zinc, otros), no metálicos (antracitas, fosfato de calcio, otros) e hidrocarburos (gas natural, crudo de petróleo, otros). • Exportaciones no minero energéticas: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes exportados por el Perú que no están relacionados con la minería (metálica y no metálica), ni con hidrocarburos. Se mide en millones de dólares americanos. • Exportaciones totales: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes exportados por el Perú. Se mide en millones de dólares americanos. • Exportaciones minería metálica: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes minerales metálicos exportados por el Perú (cobre, oro, zinc, otros). Se mide en millones de dólares americanos. • Exportaciones minería no metálica: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes minerales no metálicos exportados por el Perú (antracitas, fosfato de calcio, otros). Se mide en millones de dólares americanos. • Exportaciones hidrocarburos: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes hidrocarburos exportados por el Perú (gas natural, crudo de petróleo, otros). Se mide en millones de dólares americanos.

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR												
Sentido esperado del indicador:		Ascendente.										
Proceso de Recolección y análisis		La SUNAT proporciona de manera mensual la información estadística de exportaciones a través del servidor FTP del MINCETUR. 1. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) procesa la información remitida por la SUNAT y organiza la correspondiente a XNME: Exportaciones no minero energéticas, XMM: Exportaciones minería metálica, XMNM: Exportaciones minería no metálica y, XH: Exportaciones de hidrocarburos. 2. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) calcula y elabora los resultados del indicador. 3. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) remite los resultados del indicador a la Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales (DGNCI) para su análisis y recomendaciones de la política pública. 4. La Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales (DGNCI) remite el análisis de resultados a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.										
Fuente y bases de datos:		Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). Base de datos: Estadísticas de comercio exterior.										
Línea de base		Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto (US\$ millones)	23 237	24 853	25 645	27 077	28 851	31 289	32 471	33 627	35 603	37 199	38 930	44 633

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR	
Objetivo prioritario:	OP1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
Nombre del indicador:	Valor de las exportaciones no minero energéticas dirigidas a países con los que se cuenta con acuerdos comerciales en vigencia.
Justificación:	El indicador mide la evolución de las exportaciones no minero energéticas a mercados con los que mantenemos acuerdos comerciales en vigencia y en los cuales, por tanto, existe el potencial de aprovechamiento de condiciones arancelarias preferenciales. Ello permitirá contar con una medida inicial de cobertura de los acuerdos comerciales.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Responsable de análisis de resultados: Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales (DGNCI) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
Limitaciones para la medición del indicador:	Se trata de un indicador de cobertura de acuerdos comerciales, más no mide el uso efectivo de las preferencias arancelarias, pues existen casos en los que las empresas podrían decidir no acogerse a las mismas por motivos particulares, tales como:
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> $XNME_i = XT_i - [XMM_i + XMNM_i + XH_i]$ Donde: XNME: Exportaciones no minero energéticas XT: Exportaciones totales XMM: Exportaciones minería metálica XMNM: Exportaciones minería no metálica XH: Exportaciones de hidrocarburos i: País con el cual el Perú tiene un acuerdo vigente <u>Especificaciones técnicas:</u> Consideraciones Dirección de Desarrollo y Procesamiento de Información - DDPI ● No mineros energéticos: productos que están en los sectores: agropecuario, pesquero, textiles, químico, siderúrgico, metalúrgico, metalmecánico, madera/ papeles, otros. ● Países con acuerdo comercial: en vigencia son países o economías con los que a la fecha se cuenta o, espera contar, con acuerdo comercial firmado y vigente. La lista de estos países es provista por la Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales. ● Exportaciones no minero energéticas a los países con acuerdo vigente: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes exportados por el Perú a los países con acuerdo vigente que no están relacionados con la minería (metálica y no metálica), ni con hidrocarburos. Se mide en millones de dólares americanos. ● Exportaciones totales: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes exportados por el Perú a los países con acuerdo vigente. Se mide en millones de dólares americanos. ● Exportaciones minería metálica: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes minerales metálicos exportados por el Perú a los países con acuerdo vigente: (cobre, oro, zinc, otros). Se mide en millones de dólares americanos. ● Exportaciones minería no metálica: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes minerales no metálicos exportados por el Perú a los países con acuerdo vigente (antracitas, fosfato de calcio, otros). Se mide en millones de dólares americanos. Exportaciones hidrocarburos: Se considera a la suma del valor FOB (Free on board) de todos los bienes hidrocarburos exportados por el Perú a los países con acuerdo vigente (gas natural, crudo de petróleo, otros). Se mide en millones de dólares americanos.
Sentido esperado del indicador y tipo de agregación:	Ascendente

FICHA TÉCNICA DEL INDICADOR

Proceso de Recolección y análisis	1. La SUNAT proporciona de manera mensual la información estadística de exportaciones a través del servidor FTP del MINCETUR. 2. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) procesa la información remitida por la SUNAT y organiza la correspondiente a XNME: Exportaciones no minero energéticas, XMM: Exportaciones minería metálica, XMNM: Exportaciones minería no metálica y, XH: Exportaciones de hidrocarburos, con los mercados con los que se mantiene acuerdos comerciales vigentes. 3. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) calcula y elabora los resultados del indicador. 4. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) remite los resultados del indicador a la Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales (DGNCI) para su análisis y recomendaciones de política pública. 5. La Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales (DGNCI) remite el análisis de resultados a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y bases de datos:	Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). Base de datos: Estadísticas de comercio exterior. Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo											
Línea de base	Logros esperados											
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto (US\$ millones)	21 429	23 406	24 245	25 680	27 447	29 970	31 141	32 250	34 171	35 702	37 364	42 837

OBJETIVO PRIORITARIO 2

Ficha técnica del indicador	
Objetivo prioritario:	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Nombre del indicador:	Indicador de Facilitación del Comercio (IFC)
Justificación:	El Indicador de Facilitación del Comercio (IFC) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es un indicador diseñado para evaluar y comparar la eficiencia de los países en materia de comercio exterior. Este indicador permite identificar fortalezas y desafíos en la facilitación del comercio, priorizar áreas de acción y movilizar asistencia técnica de manera más específica. Los componentes del indicador establecen variables específicas, especialmente aquellas basadas en hechos relacionadas con los procesos administrativos existentes en la frontera y su implementación en la práctica, la proporción de transacciones comerciales que pueden procesarse antes de la llegada de las mercancías a la frontera, o la cobertura de los programas de comerciantes certificados. El indicador coadyuva en la formulación de políticas tanto en países desarrollados como en desarrollo y evalúan el estado de sus esfuerzos en facilitación del comercio, identificando desafíos y oportunidades de progreso. En ese sentido, es esencial monitorear los avances que tiene el Perú en materia de facilitación del comercio y por ello, el indicador de facilitación de la OCDE permitirá al Perú identificar las fortalezas y los desafíos en materia de facilitación del comercio relacionados al Objetivo Prioritario N°02.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Responsable de análisis de resultados: La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
Limitaciones para la medición del indicador:	- El indicador se basa en una metodología propia de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que recoge información a través de preguntas dirigidas a una muestra de usuarios. Por lo tanto, no se recopila información de todos los casos posibles. - El Indicador de Facilitación del Comercio (IFC) es una publicación reciente, que cuenta con 3 publicaciones. - El Indicador de Facilitación del Comercio (IFC) se publicará cada 2 años, lo que implica que la evaluación no podrá realizarse de manera anual.
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> $IFC: \frac{\sum Ci}{N^{\circ} Ci}$ IFC: Indicador de Facilitación de Comercio $\sum Ci$ = Sumatoria de la puntuación de cada componente establecido en el indicador. N° Ci= Número de componentes del indicador <u>Especificaciones Técnicas:</u>

Ficha técnica del indicador								
		- Este indicador se basa en la puntuación establecida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y va desde 0 hasta 2, para cada uno de los 12 componentes que considera el IFC, siendo 2 la puntuación más alta posible. - El IFC se desagrega por componentes para identificar fortalezas y debilidades específicas.						
Sentido esperado del indicador y tipo de agregación:		Ascendente.						
Proceso de Recolección y análisis		- La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) recolecta la información del IFC para el Perú, publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). https://www.compareyourcountry.org/trade-facilitation/en/1/default/PER/default - La DFCE esquematiza la información y analiza los resultados. - La DFCE, brinda los resultados para el seguimiento y evaluación del objetivo prioritario a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.						
Fuente y bases de datos:		Fuente de datos: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Base de datos: Reporte de Indicadores de Facilitación de Comercio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).						
Línea de base		Logros esperados						
Año	2024	2026	2028	2030	2032	2034	2035	2040
Valor absoluto	1.617	1.638	1.658	1.678	1.690	1.70	1.70	1.71

OBJETIVO PRIORITARIO 3

Ficha técnica del indicador	
Objetivo prioritario:	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador
Nombre del indicador:	Número de subpartidas arancelarias no minero energéticas con montos de exportación mayores a un millón US\$ anual
Justificación:	Este indicador permitirá medir la evolución del número de productos no minero-energéticos que conforman la oferta exportable peruana como una medida de diversificación de la oferta exportable.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Responsable de análisis de resultados: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Limitaciones para la medición del indicador:	Al excluir las exportaciones mineras y energéticas del indicador, se deja de lado información relevante acerca del desarrollo de productos de mayor valor agregado en dichos sectores. Al tratarse de un indicador agregado de las exportaciones, no brinda información sobre la evolución de sectores específicos de exportación.
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> El cálculo del indicador queda establecido por la siguiente fórmula: $Valor\ del\ indicador = \sum A$ A= Número total de subpartidas arancelarias nacionales a 10 dígitos del sector no minero-energético que registran exportaciones anuales mayores a US\$ 1 millón. <u>Especificaciones técnicas:</u> Consideraciones de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de Información - DDPI • No minero-energético: productos que están en los sectores: agropecuario, pesquero, textiles, químico, siderúrgico, metalúrgico, metalmecánico, madera/papeles y otros. • Minero-energéticos: productos que están en los sectores minerales metálicos: (cobre, oro, zinc, otros), no metálicos (antracitas, fosfato de calcio, otros) hidrocarburos (gas natural, crudo de petróleo, otros).
Sentido esperado del indicador y tipo de agregación:	Ascendente
Proceso de Recolección y análisis	1. La SUNAT proporciona de manera mensual la información de exportaciones embarcadas en el servidor FTP del MINCETUR, el cual es tomado por la DDPI para su respectivo análisis y procesamiento de la información.

Ficha técnica del indicador												
		2. La SUNAT proporciona de manera mensual la información estadística de exportaciones a través del servidor FTP del MINCETUR. 3. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) procesa la información remitida por la SUNAT y organiza la correspondiente a XNME: Exportaciones no minero energéticas, XMM: Exportaciones minería metálica, XMNM: Exportaciones minería no metálica y, XH: Exportaciones de hidrocarburos, con montos de exportación mayores a un millón US\$ anual. 4. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) calcula y elabora los resultados del indicador. 5. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) remite los resultados del indicador a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) para su análisis y recomendaciones de política pública.										
Fuente y bases de datos:		Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). Base de datos: Estadísticas de comercio exterior.										
Línea de base		Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto (número)	810	826	835	843	851	860	868	877	886	895	904	950

OBJETIVO PRIORITARIO 3

Ficha técnica del indicador	
Objetivo prioritario:	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador
Nombre del indicador:	Valor total de las exportaciones de servicios no tradicionales
Justificación:	El indicador permitirá medir el valor monetario de los servicios exportados no tradicionales, que incluyen a los servicios basados en conocimiento. Un incremento en este indicador refleja una mayor capacidad del país para ofrecer servicios globalmente competitivos y diversificados. El indicador mide el valor monetario de las exportaciones de servicios no tradicionales del Perú, que incluyen a los servicios basados en conocimiento y cuyos niveles de venta suelen depender de factores externos globales.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Responsable de análisis de resultados: Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Limitaciones para la medición del indicador:	La exportación de servicios en el Perú se mide a través de encuestas, lo cual limita de manera importante su nivel de precisión, además, no se cuenta con la desagregación de los servicios no tradicionales.
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> $\text{Valor del indicador} = \sum A$ Donde A= Valor de exportación de servicios no tradicionales (US\$ Millones) <u>Especificaciones técnicas:</u> Las exportaciones de servicios no tradicionales corresponden al sector "otros servicios" del cuadro N° 105 publicado trimestralmente en el portal web del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), que incluye servicios de gobierno, financieros (incluidos los servicios de intermediación financiera medidos indirectamente-SFMI), de informática, regalías, alquiler de equipo y servicios empresariales, entre otros.
Sentido esperado del indicador y tipo de agregación:	Ascendente
Proceso de Recolección y análisis	- La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) consulta la información publicada en la nota semanal del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). - Luego de obtener la información del cuadro N° 105, la DDPI procede a reclasificar los rubros de servicios en i) servicios relacionados al turismo (viajes y pasajeros) y ii) los servicios no relacionados al turismo que incluyen a otros transportes, seguros/reaseguros, comunicaciones, fletes y otros servicios). - Finalmente, el rubro de otros servicios es clasificada como los servicios no tradicionales que incluyen a los servicios empresariales, servicios de gobierno, servicios financieros y otros servicios. - La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) calcula y elabora los resultados del indicador.

Ficha técnica del indicador												
		5. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) analiza los resultados. 6. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), remite los resultados del indicador a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) para su análisis y recomendaciones de política pública.										
Fuente y bases de datos:		Fuente de datos: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) Base de datos: Cuadro N° 105 de la nota semanal, publicado trimestralmente en el portal web del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), que incluye servicios de gobierno, financieros (incluidos los servicios de intermediación financiera medidos indirectamente-SFMI), de informática, regalías, alquiler de equipo y servicios empresariales, entre otros. https://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-de-la-nota-semanal.html										
Línea de base		Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto (US\$ millones)	1 131	1 662	1 740	1 807	1 866	1 926	2 033	2 145	2 265	2 391	2 525	3 320

OBJETIVO PRIORITARIO 4

Ficha técnica del indicador	
Objetivo prioritario:	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales (ZEE) en el comercio exterior peruano
Nombre del indicador:	Porcentaje de participación de las exportaciones de las empresas de las ZEE en las exportaciones nacionales.
Justificación:	El porcentaje de participación de las exportaciones de las empresas de las ZEE en las exportaciones nacionales permite conocer la contribución de estas herramientas al comercio exterior peruano. A través de este indicador, se destaca el desempeño de las operaciones de exportación generadas desde las ZEE, lo que permite evidenciar la dinámica del comercio exterior en estas áreas y su impulso para la participación en las cadenas globales de valor.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Responsable de análisis de resultados: Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Limitaciones para la medición del indicador:	La información sobre las operaciones de exportación desde las ZEE es registrada por los sistemas operativos de cada ZEE, considerando diferentes criterios y formatos, lo que afecta el proceso de normalización de datos realizado por la DZEE.
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> $Valor\ del\ indicador = \frac{\sum X_{it}}{XN_t} * 100$ Donde: X = Valor de las exportaciones de bienes generadas por las empresas instaladas en ZEE (en millones de dólares) XN = Valor de las exportaciones nacionales de bienes en términos nominales (en millones de dólares). i = Zona Económica Especial operativa. t = Año analizado. <u>Especificaciones técnicas:</u> - Para el cálculo del numerador, se realiza la sumatoria de los valores exportados por las empresas instaladas en las zonas económicas especiales operativas en el año t. - Para el cálculo del denominador, se toma en cuenta la información de las exportaciones nacionales de bienes, calculada por la Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior.
Sentido esperado del indicador y tipo de agregación:	Ascendente.

Ficha técnica del indicador												
Proceso de Recolección y análisis		1. Las ZEE remiten mensualmente la información estadística referida al ingreso, permanencia y salida de mercancías al MINCETUR. 2. La Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE), a través de Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) procesa la información remitida por las ZEE y solicita a la Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) los valores exportados nacionales. 3. La Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior a través de la DZEE, calcula y elabora los resultados del indicador. 4. La DGFCE realiza el análisis de los resultados obtenidos. 5. La DGFCE remite los resultados del indicador a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCCE).										
Fuente y bases de datos:		Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y Administraciones de las Zonas Económicas Especiales. Base de datos: • Información estadística mensual referida al ingreso, permanencia y salida de mercancías de las ZEE, emitida por la DZEE con base a los registros remitidos por las ZEE. • Información estadística sobre exportaciones de bienes generada por la Dirección General de Investigación y Estudios de Comercio Exterior (DGIECE) - Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) del MINCETUR										
Línea de base		Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	$\frac{88}{74431}$	$\frac{103}{83358}$	$\frac{111}{84899}$	$\frac{123}{87833}$	$\frac{135}{91537}$	$\frac{148}{96809}$	$\frac{163}{104838}$	$\frac{179}{106336}$	$\frac{197}{110655}$	$\frac{217}{112458}$	$\frac{239}{114185}$	$\frac{385}{120997}$
Valor relativo	0.12%	0.12%	0.13%	0.14%	0.15%	0.15%	0.16%	0.17%	0.18%	0.19%	0.21%	0.32%

OBJETIVO PRIORITARIO 5

Ficha técnica del indicador	
Objetivo prioritario:	OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior
Nombre del indicador:	Número de empresas exportadoras consolidadas
Justificación:	Este indicador mide la cantidad de empresas que han logrado mantener una actividad exportadora sostenida en el tiempo, demostrando capacidad de inserción y estabilidad en los mercados internacionales, facilitando la orientación de los programas de apoyo a empresas, enfocándose en aquellas con mayor potencial de internacionalización. De este modo, proporciona una evaluación más efectiva de la fortaleza del sector exportador para contribuir de manera sostenida a la actividad económica.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Responsable de análisis de resultados: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Limitaciones para la medición del indicador:	La información de las exportaciones de bienes proporcionada por SUNAT se actualiza mensualmente y afecta a los registros de los últimos 2 años, lo cual genera también actualizaciones del valor del indicador. Según el calendario de actualización del Régimen de Exportaciones Definitivas de SUNAT, el acceso a la información de registros regularizados/definitivos para la mayoría de rubros de las exportaciones de bienes correspondientes al año t se obtienen con un rezago de un (01) mes (i.e. la información a diciembre del año t está disponible en febrero del año t+1). No obstante, esto no es así para los registros de embarques mineros (en el caso de concentrados de minerales metalíferos el plazo de la regularización de la exportación se amplía hasta siete meses según lo establece el Decreto Supremo N°367-2019-EF Art. 83, reglamentado en el Procedimiento General DESPA PG 02 - Art. A.7 Inc. 1 de SUNAT). Por lo anteriormente citado, a partir de 2021, la información de exportaciones que publica la DGIECE corresponde al registro total de embarques (regularizados + no regularizados) por lo que las cifras que emplea MINCETUR pueden diferir a las que reportan otras instituciones.
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> $NEXC\ t = \sum N$ Donde: N: Número de empresas exportadoras consolidadas en el año t, t= año actual t-1= año anterior t-2= dos años antes t-3= tres años antes t-4= cuatro años antes <u>Especificaciones Técnicas:</u> Se considera como empresa exportadora consolidada a aquella que ha realizado exportaciones de manera consecutiva durante los últimos cinco años, según los registros de SUNAT.
Sentido esperado del indicador y tipo de agregación:	Ascendente.

Ficha técnica del indicador												
Proceso de Recolección y análisis		1. La SUNAT proporciona de manera mensual la información estadística de exportaciones a través del servidor FTP del MINCETUR. 2. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) procesa la información remitida por la SUNAT y organiza la correspondiente a las empresas exportadoras consolidadas. 3. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) calcula y elabora los resultados del indicador. 4. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) remite los resultados del indicador a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE).										
Fuente y bases de datos:		Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). Base de datos: Estadísticas de comercio exterior.										
Línea de base		Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto (número)	3 318	3 401	3 424	3 468	3 523	3 602	3656	3711	3766	3823	3 880	4 180

OBJETIVO PRIORITARIO 5

Ficha técnica del indicador	
Objetivo prioritario:	OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Nombre del indicador:	Valor de las exportaciones totales realizadas por Mipyme.
Justificación:	El indicador permitirá medir la contribución de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) a la actividad exportadora de bienes. El indicador mide el valor total de las exportaciones de bienes realizadas por las Mipyme. Una evolución positiva de este valor constituye una medida inicial de cobertura de la asistencia técnica y la efectividad de los programas de apoyo para el fortalecimiento de capacidades.
Responsable del indicador:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Responsable de análisis de resultados: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
Limitaciones para la medición del indicador:	La información de las exportaciones de bienes proporcionada por SUNAT se actualiza mensualmente y afecta a los registros de los últimos dos años, lo cual genera también actualizaciones del valor del indicador.
Método de cálculo:	<u>Fórmula de indicador:</u> $X \text{ Mipyme} = \text{sumatoria } A$ X Mipyme: Valor de las exportaciones totales realizadas por Mipyme A= Valor de las exportaciones realizadas por Mipyme <u>Especificaciones técnicas:</u> • Mipyme: micro, pequeñas y medianas empresas. • La clasificación del estrato empresarial se realiza en función de sus ventas anuales reportadas a la SUNAT: Micro ≤ 150 UIT, Pequeña ≤ 1 700 UIT, Mediana ≤ 2 300 UIT y Grande > 2 300 UIT.
Sentido esperado del indicador y tipo de agregación:	Ascendente
Proceso de Recolección y análisis	1. La SUNAT proporciona de manera mensual la información estadística de exportaciones a través del servidor FTP del MINCETUR. 2. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) procesa la información remitida por la SUNAT y organiza la correspondiente a las micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras. 3. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) calcula y elabora los resultados del indicador. 4. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre el Comercio Exterior (DGIECE), a través de la Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información (DDPI) remite los resultados del indicador a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) para su análisis y recomendaciones de política pública.

Ficha técnica del indicador												
Fuente y bases de datos:		Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT). Base de datos: Estadísticas de comercio exterior.										
Línea de base		Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto (X Mipyme) (US\$ millones)	3273	3534	3673	3816	3966	4121	4282	4450	4624	4805	4993	6050

7.5.2. Fichas técnicas de los indicadores de calidad y cobertura

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.		
Lineamiento de la política	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.		
Nombre del servicio	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales oportuno para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.		
Nombre del indicador	Porcentaje de productos de inteligencia comercial que se publican en los plazos programados.		
Justificación	El indicador es una medida relevante para evaluar el grado de cumplimiento de la acción orientada a mejorar la provisión oportuna de información estratégica sobre mercados internacionales, productos y tendencias globales en beneficio de los actores del comercio exterior. Además, este indicador es factible de ser calculado por las entidades responsables, ya que se cuenta con registros sistematizados de los cronogramas de publicación, así como con la trazabilidad de cada producto entregado. Asimismo, el indicador se vincula directamente con la acción y productos específicos que forman parte de la estrategia de inteligencia comercial de la política.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\%PB = (PPP / TPP) * 100$ %PB = Porcentaje de productos de inteligencia comercial que se publican en los plazos programados. PPP = Productos publicados dentro del plazo. TPP= Total de productos programados. Especificaciones técnicas: • Productos de inteligencia comercial: Son recursos de información vinculados con la inteligencia comercial para el aprovechamiento de las oportunidades comerciales en el mercado internacional. Estos incluyen: estudios de mercado, informes y fichas producto-mercado, guías de mercado, infografías, reportes estadísticos, reportes de vigilancia tecnológica, por citar algunos de los más representativos, desarrollados por la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales - MINCETUR y por PROMPERÚ. • Se consideran dentro del plazo cuando se han realizado de acuerdo a la fecha del cronograma anual de cada institución. • Un producto de inteligencia comercial se considera publicado, cuando este es difundido en las páginas web de Mincetur y PROMPERÚ, de acuerdo con el cronograma anual.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de Recolección y análisis	1. La DDMI solicita a la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial de PROMPERÚ, la información respecto a los productos publicados. 2. La DDMI consolida la información incluyendo su propia información.		

	3. La DDMI, realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. 4. La DDMI y la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial analizan la información. 5. La DDMI reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR y PROMPERÚ Base de datos PROMPERÚ: Reporte de Publicaciones. Base de datos MINCETUR: Reporte de Publicaciones.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	70%	70%	74%	74%	74%	79%	79%	79%	83%	83%	88%	89%
Valor absoluto	119/170	121/173	130/175	133/178	134/180	143/181	147/185	148/186	157/188	161/192	171/193	177/200

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.		
Lineamiento de la política	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.		
Nombre del servicio	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales oportuno para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.		
Nombre del indicador	Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben información estratégica de inteligencia comercial.		
Justificación	El indicador es una medida relevante para evaluar el grado de cumplimiento de la acción orientada a que las empresas reciban información estratégica sobre mercados internacionales, productos y tendencias globales. Además, este indicador es factible de ser calculado por las entidades responsables, ya que se cuenta con registros sistematizados de los participantes en actividades de difusión, capacitación y asistencia técnica de inteligencia comercial. Asimismo, el indicador se vincula directamente con la acción y productos específicos que forman parte de la estrategia de inteligencia comercial de la política.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se cuenta con limitación.		
Método de cálculo	Fórmula: $N = D + C + AT$ N: Sumatoria del número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben información estratégica de inteligencia comercial en el año "t". D: número de empresas u organizaciones que participan en actividades de difusión de inteligencia comercial en el año "t". C: número de empresas u organizaciones que participan en actividades de capacitación de inteligencia comercial en el año "t". AT: número de empresas u organizaciones que participan en actividades de asistencia técnica de inteligencia comercial en el año "t". "t": Año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - El indicador se calculará a partir de registro de participantes en cada actividad de difusión, capacitación y asistencia técnica de inteligencia comercial organizada por la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales - MINCETUR y por PROMPERÚ. - Dentro de las empresas exportadoras y con potencial exportador se incluyen a las organizaciones.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La DDMI solicita a PROMPERÚ, la información respecto al número de participantes en actividades de difusión y asistencia técnica. - La DDMI consolida la información incluyendo su propia información. - La DDMI, le realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. - La DDMI y la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial analizan la información.		

	5. La DDMI reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR y PROMPERÚ Base de datos: Registros de empresas u organizaciones participantes en actividades de difusión, capacitación y asistencia técnica de inteligencia comercial.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	1,290	1,402	1,462	1,555	1,621	1,635	1,669	1,683	1,698	1,722	1,737	1,832

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento de la política	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.
Nombre del servicio	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales accesible para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.
Nombre del indicador	Número de productos de inteligencia comercial accedidos por los usuarios a través de la plataforma digital.
Justificación	El indicador es una medida relevante para evaluar el grado de cumplimiento de la acción orientada al acceso a productos de inteligencia comercial (documentos) sobre oportunidades comerciales en los mercados internacionales a través de plataformas digitales. Además, este indicador es factible de ser calculado por las entidades responsables, ya que se cuenta con registros de acceso (descargas) a los productos de inteligencia comercial. Asimismo, el indicador se vincula directamente con la acción y productos específicos que forman parte de la estrategia de inteligencia comercial de la política.
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial - PROMPERÚ. Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales – MINCETUR.
Limitaciones para la medición del indicador	No se cuenta con limitación.
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $N = \sum P$ N: Sumatoria del número de productos de inteligencia comercial sobre oportunidades comerciales en los mercados internacionales accedidos por los usuarios a través de la plataforma digital en el año "t". P: Productos de inteligencia comercial. "t": Año que se ejecuta la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> - El indicador se calculará a partir del registro de descargas de productos de inteligencia comercial sobre oportunidades comerciales en los mercados internacionales en las plataformas digitales (actualmente Exportemos.pe). - Productos de inteligencia comercial: Son recursos de información vinculados con la inteligencia comercial para el aprovechamiento de las oportunidades comerciales en el mercado internacional, que incluyen: estudios de mercado, informes y fichas producto-mercado, guías de mercado, infografías, reportes estadísticos, reportes de vigilancia tecnológica, por citar algunos de los más representativos.

Sentido esperado del indicador	No definido	Tipo de indicador de servicio						Cobertura					
Proceso de recolección y análisis	1. La DDMI solicita a la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial de PROMPERÚ, la información respecto al número de productos de inteligencia comercial que han sido accedidos por los usuarios en las plataformas digitales. 2. La DDMI, realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. 3. La DDMI y la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial analizan la información. 4. La DDMI reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.												
Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERÚ Base de datos: Reporte de productos de inteligencia sobre oportunidades comerciales en los mercados internacionales que han sido accedidos (descargados) en las plataformas digitales (actualmente Exportemos.pe).												
	Línea base	Logros esperados											
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040	
Valor absoluto	1 047	972	955	950	891	902	929	941	952	963	975	1 018	

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento de la política	L.1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.
Nombre del servicio	S1.3.1 Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de posibles contingencias atendidas oportunamente.
Justificación	El indicador permite medir la capacidad de respuesta ante las posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior peruano, como cambios regulatorios, restricciones en mercados, o barreras innecesarias. Una atención oportuna contribuye a mitigar impactos negativos sobre las exportaciones e importaciones, y a mejorar la resiliencia de las empresas frente a un entorno internacional cambiante. Además, el indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, dado que se cuenta con información provenientes de bases de datos de acceso público sobre las nuevas medidas, así como la trazabilidad de la atención de las posibles contingencias. Asimismo, el indicador se vincula directamente con el servicio al medir si las acciones frente a posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior fueron implementadas oportunamente.
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior (DRTCE) – MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior (DRTCE) – MINCETUR
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $\%MA = (MA/MI) \times 100$ %MA = Porcentaje de posibles contingencias atendidas oportunamente en el año t MA = Número de posibles contingencias atendidas en el año "t" MI = Total de posibles contingencias identificadas en el año "t". t = Año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Contingencias atendidas: Casos identificados donde se han iniciado acciones para prevenir las posibles contingencias. Dichas acciones incluyen la implementación de estrategias multisectoriales para la eliminación de barreras injustificadas al comercio o acciones para facilitar la adaptación de las empresas a las nuevas condiciones. Las atenciones, son implementadas por la Dirección de Coherencia Jurídica y Defensa de los Compromisos Comerciales Internacionales, la Dirección de Requisitos Técnicos de Comercio Exterior y de la Dirección de Asuntos Multilaterales del Mincetur, en coordinación con las entidades competentes según la naturaleza de la medida. - Posibles contingencias: Medidas identificadas pueden incluir cambios regulatorios, restricciones comerciales, medidas no arancelarias, medidas de defensa comercial, entre otras medidas que puedan generar efectos al comercio exterior de las empresas. Estas se identifican a través de informes técnicos, reportes de monitoreo en mesa de trabajo público – privadas, notificaciones de la Organización Mundial de Comercio, entre otros mecanismos.

	Se consideran contingencias atendidas oportunamente aquellas que se han iniciado acciones dentro de los 60 días desde que se identificó la contingencia.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente			Tipo de indicador de servicio				Calidad				
Proceso de recolección y análisis	- La DRTCE solicita a la Dirección de Coherencia Jurídica y Defensa de los Compromisos Comerciales Internacionales y a la Dirección de Asuntos Multilaterales del Mincetur, información sobre las posibles contingencias que han sido atendidas. - La DRTCE consolida la información, incluyendo su propia información. - La DRTCE realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador y analiza la información. - La DRTCE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio los resultados correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Organización Mundial del Comercio Base de datos: Sistema ePing de la OMC Fuente: Comunidad Andina Base de datos: Sistema de Información de Notificación y Reglamentación Técnica (SIRT) Fuente: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) Base de datos: Sistema de información de comercio exterior de la ALADI Fuente: Reguladores* Base de datos: Proyectos normativos sobre medidas que puedan afectar el comercio exterior Fuente: Sector Privado** Base de datos: Comunicaciones sobre posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0	85.7%	87.5%	88.9%	90.0%	90.9%	91.7%	92.3%	92.9%	93.3%	93.8%	95.2%
Valor absoluto	0	30/35	35/40	40/45	45/50	50/55	55/60	60/65	65/70	70/75	75/80	100/105

*Reguladores: MINSA, MTC, PRODUCE, MINAM, MINEM, MIDAGRI

**Sector Privado: Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Cámara de Comercio de Lima (CCL), COMEXPERU, Asociación de Exportadores (ADEX).

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento de la política	L.1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.
Nombre del servicio	S1.3.1 Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del indicador	Número de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior peruano atendidas.
Justificación	El indicador permite cuantificar la capacidad operativa del servicio para responder ante las posibles contingencias que representen un impacto negativo en las exportaciones e importaciones. Al medir cuántas de estas situaciones son efectivamente atendidas, se obtiene una visión clara del nivel de acción institucional frente a factores externos que podrían afectar a las empresas peruanas vinculadas al comercio exterior. Además, el indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se basa en información provenientes de bases de datos de acceso público sobre las nuevas medidas, así como la trazabilidad de la atención de las posibles contingencias. Asimismo, el indicador se vincula directamente con el servicio dado que permite medir el alcance de la respuesta de la institución para atender posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior.
Responsables	Integración de datos e información: Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior (DRTCE) – MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior (DRTCE) – MINCETUR
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $MA = \sum M_i$ MA = Número total de posibles contingencias atendidas en el año t. Mi = Posible contingencia específica atendida. t: año de intervención. Especificaciones técnicas: - Contingencias atendidas: Casos identificados donde se han iniciado acciones para prevenir las posibles contingencias. Dichas acciones incluyen la implementación de estrategias multisectoriales para la eliminación de barreras injustificadas al comercio o acciones para facilitar la adaptación de las empresas a las nuevas condiciones. Las atenciones, son implementadas por la Dirección de Coherencia Jurídica y Defensa de los Compromisos Comerciales Internacionales, la Dirección de Requisitos Técnicos de Comercio Exterior y de la Dirección de Asuntos Multilaterales del Mincetur, en coordinación con las entidades competentes según la naturaleza de la medida. - Posibles contingencias: Medidas identificadas pueden incluir cambios regulatorios, restricciones comerciales, medidas no arancelarias, medidas de defensa comercial, entre otras medidas que puedan generar efectos al comercio exterior de las empresas.

	Estas se identifican a través de informes técnicos, reportes de monitoreo en mesa de trabajo público – privadas, notificaciones de la Organización Mundial de Comercio, entre otros mecanismos.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente			Tipo de indicador de servicio				Cobertura				
Proceso de recolección y análisis	1. La DRTCE solicita a la Dirección de Coherencia Jurídica y Defensa de los Compromisos Comerciales Internacionales y a la Dirección de Asuntos Multilaterales del Mincetur, información sobre las posibles contingencias que han sido atendidas. 2. La DRTCE consolida la información, incluyendo su propia información. 3. La DRTCE realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador y analiza la información. 4. La DRTCE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio los resultados correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Organización Mundial del Comercio Base de datos: Sistema ePing de la OMC Fuente: Comunidad Andina Base de datos: Sistema de Información de Notificación y Reglamentación Técnica (SIRT) Fuente: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) Base de datos: Sistema de información de comercio exterior de la ALADI Fuente: Reguladores* Base de datos: Proyectos normativos sobre medidas que puedan afectar el comercio exterior Fuente: Sector Privado** Base de datos: Comunicaciones sobre posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	0	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	105

*Reguladores: MINSA, MTC, PRODUCE, MINAM, MINEM, MIDAGRI

**Sector Privado: Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Cámara de Comercio de Lima (CCL), COMEXPERU, Asociación de Exportadores (ADEX).

	FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS		
Objetivo prioritario	OP1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.		
Lineamiento de la política	L1.3. Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.		
Nombre del servicio	S1.3.2 Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, a los productores, exportadores e importadores.		
Nombre del indicador	Porcentaje de certificados de origen correctamente emitidos.		
Justificación	Este indicador es necesario para medir la correcta aplicación de las reglas y procedimientos de origen establecidos en los acuerdos comerciales, pues evalúa la emisión de certificados de origen. Asimismo, el indicador es factible de ser calculado dado que los certificados de origen son emitidos mediante la plataforma de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, por lo cual se cuenta con información disponible y actualizada. Finalmente, el indicador permite realizar el seguimiento oportuno a las entidades delegadas que emiten los certificados de origen.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) - MINCETUR. Responsable del servicio: Dirección de la Unidad de Origen (DUO) MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	Posibles inconsistencias en la información contenida en las bases de datos de los certificados de origen emitidos por las entidades delegadas.		
Método de cálculo	Fórmula: $= \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A = Cantidad de certificados de origen correctamente emitidos a nivel nacional, del total de la muestra analizada. B= Total de la muestra de Certificados de Origen analizados. Especificaciones técnicas: - Si la entidad emite más de 60 certificados de origen en el periodo a supervisar, se toma como muestra 60 certificados de origen, caso contrario, se toma la totalidad de certificados de origen emitidos. - Se considerarán certificados de origen correctamente emitidos cuando se ha cumplido las disposiciones establecidas en el capítulo de reglas de origen, en el marco de cada acuerdo comercial.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de la Unidad de Origen (DUO) solicita a la Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) la base de datos de los certificados de Origen emitidos, considerando el periodo de supervisión.											
	2. La DVUCEPT remite las bases de datos y la DUO valida si la información corresponde al pedido solicitado.											
	3. La DUO selecciona aleatoriamente una muestra de certificados de origen emitidos para su correspondiente revisión.											
	4. La DUO realiza la revisión de los certificados de origen seleccionados. En dicha revisión, se analiza la información consignada tanto en el certificado de origen, así como la declaración jurada de origen.											
	5. La DUO reporta a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) los resultados de los indicadores.											
	6. La DGFCE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior los resultados correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de la Unidad de Origen - MINCETUR Base de Datos: Dirección de Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	80%	80%	80%	82%	82%	82%	84%	84%	84%	85%	85%	85%
Valor absoluto	1680 / 2100	1680/ 2100	1680 / 2100	1763 / 2150	1763 / 2150	1763 / 2150	1848 / 2200	1848 / 2200	1848 / 2200	1892 / 2225	1892 / 2225	1892 / 2225

	FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS		
Objetivo prioritario	OP1. Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.		
Lineamiento de la política	L1.3. Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.		
Nombre del servicio	S1.3.2. Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, a productores, exportadores e importadores.		
Nombre del indicador	Número de certificados de origen emitidos.		
Justificación	Este indicador es necesario para cuantificar el número de certificados de origen emitidos en el servicio. Asimismo, el indicador es factible de ser calculado dado que los certificados de origen emitidos se registran en la plataforma de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, por lo cual se cuenta con información disponible y actualizada. Además, el indicador permite realizar el seguimiento oportuno a las empresas y entidades que han emitido los certificados de origen.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCTP) - Mincetur. Responsable del servicio: Dirección de la Unidad de Origen (DUO) – Mincetur.		
Limitaciones para la medición del indicador	Posibles inconsistencias en la información contenida en las bases de datos de los certificados de origen emitidos.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $A = \sum \text{Certificados de origen emitidos a nivel nacional.}$ A = Cantidad de certificados de origen emitidos a nivel nacional en el año “t”. T = Año de análisis <u>Especificaciones técnicas:</u> Se considerarán certificados de origen emitidos cuando el trámite de emisión del certificado de origen haya finalizado, es decir, cuando el certificado de origen esté numerado.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura.
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de la Unidad de Origen (DUO) solicita a la Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) la base de datos de los certificados de origen, de manera mensual. - La DVUCEPT remite las bases de datos y la DUO valida si la información es correcta.		

	3. La DUO analiza las estadísticas de la cantidad de emisión de certificado de origen emitidos y construye el indicador. 4. La DUO reporta a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) los resultados de los indicadores. 5. La DGFCE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior los resultados correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de la Unidad de Origen - MINCETUR Base de Datos: Datos de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	190,000	190,150	190,200	190,250	190,300	190,350	190,400	190,450	190,500	190,550	190,600	190,850

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país
Lineamiento de la política	L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.
Nombre del indicador	Porcentaje de empresas extranjeras que han recibido información especializada durante su proceso de atención/asistencia.
Justificación	El indicador mide la proporción de empresas de capital extranjero que, durante su proceso de atención por parte de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales (DI) de PROMPERÚ, han recibido información especializada adaptada a su interés sectorial, territorial o estratégico. Este indicador permite identificar el grado en que el servicio prestacional incorpora un valor técnico diferenciado en la atención, más allá del envío de información genérica o el primer contacto. Refleja el esfuerzo institucional por proporcionar contenidos relevantes y pertinentes que faciliten la toma de decisiones de inversión y reinversión en el país. Se justifica su incorporación como indicador de producto, ya que permite cuantificar la entrega de un insumo concreto (información especializada), siendo útil para monitorear mejoras en la capacidad de respuesta estratégica del servicio, orientar la asignación de recursos técnicos y fortalecer la coordinación interna. Su seguimiento permite retroalimentar el diseño de herramientas de inteligencia, adaptar los contenidos informativos a la demanda real de inversionistas y elevar la calidad institucional del servicio de promoción de inversiones empresariales. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable ya que se cuenta con registros de las atenciones/asistencias. Asimismo, el indicador se vincula directamente con el servicio de información y asistencia para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ. Responsable del Servicio: Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ.
Limitaciones para la medición del indicador	Dependencia de un registro completo y uniforme de las atenciones en el sistema de gestión.
Método de cálculo	Fórmula: $\left(\frac{A}{B}\right) \times 100$ A = N° de empresas extranjeras con información especializada. B = N° total de empresas extranjeras asistidas.

	Especificaciones técnicas: - Se considera empresas extranjeras con información especializada a aquellas empresas que durante su proceso de atención han recibido información especializada en materia sectorial, territorial o estratégica a la medida. - Se considera información especializada: aquella que, durante el proceso de atención a empresas de capital extranjero, ha sido elaborada o seleccionada por la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ en función de las características sectoriales, territoriales o estratégicas del inversionista, e incluye datos, análisis o insumos que van más allá de información general de dominio público. Ejemplos: estudios sectoriales, análisis de mercado, información sobre incentivos aplicables, datos logísticos y regulatorios, y cualquier otro contenido adaptado a las necesidades y contexto del potencial inversionista. - Se consideran el total de empresas extranjeras atendidas al número de empresas extranjeras con los cuales la Dirección de Promoción de Inversiones viene sosteniendo comunicación en su proceso de atención.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente		Tipo de indicador de servicio				Calidad					
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales, ordena la información respecto de empresas extranjeras que han recibido información especializada durante su proceso de atención. - La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales, realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. - La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales analiza la información. - La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales. Base de datos: Registros administrativos de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	60%	60%	70%	70%	70%	80%	80%	80%	90%	90%	90%	95%
Valor absoluto	67/112	70/117	82/119	84/121	86/124	100/126	103/129	104/131	120/134	123/137	125/139	142/150

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS

Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
Lineamiento de la política	L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.
Nombre del indicador	Número de empresas extranjeras asistidas en el proceso de inversión o reinversión.
Justificación	El indicador mide el alcance e impacto del servicio brindado por la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales (DI) en PROMPERÚ en términos de la cantidad de empresas extranjeras que reciben asistencia en su proceso de inversión o reinversión en el Perú. Esto permite evaluar el alcance del servicio y la capacidad del país para atraer y retener inversión extranjera. Además, el seguimiento de este indicador proporciona información clave para la toma de decisiones en la mejora de los mecanismos de promoción y facilitación de inversiones. Asimismo, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros de atenciones y se vincula directamente con la acción que forman parte de la estrategia de asistencia en el proceso de inversión o reinversión.
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ Responsable del Servicio: Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ
Limitaciones para la medición del indicador	No se cuentan con limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Número de empresas extranjeras asistidas} = \sum_{i=1}^n \text{Empresas}_{\text{asistidas}}$ Especificaciones técnicas: - El indicador se calcula como el número total de empresas extranjeras que reciben asistencia formal en su proceso de inversión o reinversión en Perú durante el año "t". - t = Año que se ejecuta la intervención. - Empresas asistidas: Empresas extranjeras que han recibido información, orientación o apoyo en su proceso de inversión o reinversión en el país. - Frecuencia de medición: Anual. - Desagregación posible: Por sector económico, país de origen del inversionista, tipo de inversión (nueva inversión o reinversión). - Para la recolección de información se consideran todas las actividades de asistencia desarrolladas por la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de PROMPERÚ en el año "t". Para cada asistencia se debe contar con un registro el cual

	debe ser uniforme y consolidado en una base de datos centralizada para facilitar el análisis posterior.											
	Para el análisis de esta información se tendrá en cuenta el número total de empresas participantes en el periodo “t” en comparación con periodos anteriores e identificación de tendencias, lo cual servirá de herramienta para la planificación y mejora del servicio.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente				Tipo de indicador de servicio				Cobertura			
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales, ordena la información respecto de empresas extranjeras que han recibido información especializada durante su proceso de atención. - La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales, realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. - La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales analiza la información. - La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales. Base de datos: Registros administrativos de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	112	117	119	121	124	126	129	131	134	137	139	150

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.		
Lineamiento de la política	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.		
Nombre del servicio	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.		
Nombre del indicador	Porcentaje de agendas comerciales implementadas de manera idónea.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar si los servicios de emparejamiento comercial han sido adecuados a las necesidades de las empresas exportadoras y con potencial exportador, y han permitido generar oportunidades de negocio. Su medición es viable, ya que se basa en encuestas de satisfacción que realiza Promperú al término de las actividades de promoción comercial.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: PROMPERU - Dirección de promoción de exportaciones. Responsable del Servicio: PROMPERU - Dirección de promoción de exportaciones.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se presentan limitaciones para la medición del indicador.		
Método de cálculo	Fórmula: $S=(A/B)$ A: Número agendas comerciales realizadas de manera idónea en el año "t" B: Total agendas comerciales realizadas en el año "t" t: Año de ejecución del servicio Especificaciones técnicas: - Agendas realizadas: consisten en la programación de reuniones de negocios que se brindan a las empresas exportadoras que participan en las actividades de promoción comercial. - Al finalizar cada actividad de promoción comercial, las empresas beneficiarias completan una encuesta utilizando una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 representa "nada satisfecho" y 5 "totalmente satisfecho". La encuesta incluye preguntas orientadas a evaluar aspectos relacionadas con la idoneidad del servicio. Se considera que una capacitación es idónea cuando obtiene una puntuación promedio superior a 3 por parte de las empresas participantes.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú, recopila y analiza la información de las encuestas de evaluación de agendas realizadas en el año "t". - La Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú, calcula el indicador y analiza los resultados. - La Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú, reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior de Mincetur las estadísticas correspondientes al periodo.		

Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERU Base de datos: Registro de actividades ejecutadas del Sistema Éxito de PROMPERÚ.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	70%	72%	73%	74%	75%	76%	77%	78%	79%	80%	81%	86%
Valor absoluto	161,438/230,625	140,472/195,100	145,270/199,000	150,220/203,000	155,250/207,000	160,512/211,200	165,858/215,400	171,366/219,700	177,039/224,100	182,880/228,600	188,811/233,100	213,280/248,000

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS

Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
Lineamiento de la política	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.
Nombre del servicio	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
Nombre del indicador	Número de empresas que reciben los servicios de emparejamiento comercial.
Justificación	Este indicador es relevante porque permite conocer el alcance de las empresas exportadoras que reciben los servicios de emparejamiento comercial. Esta acción contribuye a ampliar la cobertura de los servicios de la institución sobre la base de empresas exportadoras del sector exportador no tradicional. Su medición es viable, ya que se basa en los registros administrativos generados, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Promoción de las Exportaciones – PROMPERU. Responsable del Servicio: Dirección de Promoción de las Exportaciones – PROMPERU.
Limitaciones para la medición del indicador	No se presentan limitaciones para la medición del indicador.
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $N = \sum P$ P= Número de empresas que reciben los servicios de emparejamiento comercial en el periodo “t” t: Año de ejecución del servicio <u>Especificaciones técnicas:</u> - Para la recolección de información se consideran todas las actividades de promoción comercial desarrolladas por la Dirección de Promoción de las Exportaciones de PROMPERÚ, en las que se generen agendas de negocios para las empresas exportadoras y con potencial exportador, en el periodo “t”. - Para cada participación se debe contar con un registro de asistencia el cual debe ser uniforme y estar consolidado en una base de datos centralizada para facilitar el análisis posterior. - Para el análisis de esta información se tendrá en cuenta el número total de empresas que participan en las actividades de promoción comercial el periodo “t” en comparación con periodos anteriores, lo cual servirá de herramienta para la planificación y mejora del servicio.

Sentido esperado del indicador	Ascendente				Tipo de indicador de servicio				Cobertura			
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú, analiza y valida la información. 2. La Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú, calcula el indicador y analiza los resultados. 3. La Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú, reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior de Mincetur las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERÚ. Base de datos: Registro de actividades ejecutadas del Sistema Éxito de PROMPERÚ.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor	1875	1951	1990	2030	2070	2112	2154	2197	2241	2286	2331	2480

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.
Lineamiento de la política	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Nombre del servicio	S1.5.2. Organización de espacios de articulación comercial de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de espacios de articulación comercial organizados de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior
Justificación	Este indicador mide el grado de cumplimiento de los espacios de articulación comercial organizados por el Ministerio de Relaciones Exteriores y permite evaluar si se han realizado de manera continua por la entidad en el marco de las acciones de la política exterior. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros que proviene de fuentes internas. Estos registros contienen la fecha programada, fecha real de ejecución, responsables y cobertura, lo cual permite comparar el cumplimiento respecto a lo programado.
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Promoción Económica - Ministerio de Relaciones Exteriores Responsable del Servicio: Dirección de Promoción Comercial - Ministerio de Relaciones Exteriores
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $PAEAC = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ PAEAC = Porcentaje de espacios de articulación comercial organizados de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior. A= Número de espacios de articulación comercial realizados como mínimo uno en un mes en el año t. B=Total de espacios de articulación programados en el año t. t = año en que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Se considera que un espacio de articulación comercial ha sido organizado de manera continua cuando mantiene una periodicidad establecida en el plan institucional (mensual), asegurando su sostenibilidad en el tiempo. - Espacios de articulación comercial programadas, son aquellas planificadas al inicio de

	cada año, que se realizan mensualmente. Se considera espacio de articulación a los foros, ruedas de negocios, ferias, seminarios, webinars, presentaciones país y otros eventos estratégicos.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente.			Tipo de indicador de servicio				Calidad				
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores solicita a los Órganos del Servicio Exterior las actividades proyectadas para el siguiente año. 2. La Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores aprueba las actividades que realizarán los Órganos del Servicio Exterior. 3. La Dirección de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores solicita a los Órganos del Servicio Exterior reportar la información sobre las actividades realizadas de espacios de articulación para el cálculo del indicador. 4. La Dirección de Promoción Comercial analiza la información y calcula el indicador. 5. La Dirección General de Promoción Económica reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del Mincetur.											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores Base de datos: Registros administrativos de la Dirección de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	50.7%	56.8%	60.7%	64.4%	67.8%	72.0%	77.1%	81.8%	89.1%	95.2%	97.3%	98.4%
Valor absoluto	38/75	46/81	51/84	56/87	61/90	67/93	74/96	81/99	90/101	99/104	108/111	120/122

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país.		
Lineamiento de la política	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.		
Nombre del servicio	S1.5.2 Organización de espacios de articulación comercial de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior.		
Nombre del indicador	Número de espacios de articulación comercial realizados.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar el alcance de los espacios de articulación brindados por el Ministerio de Relaciones Exteriores en el marco de las acciones de política exterior. Su medición es viable, ya que se basa en los registros generados por las entidades, lo que asegura la disponibilidad de la información necesaria para su cálculo. Además, el indicador tiene una vinculación directa con el servicio brindado, ya que permite medir la eficacia temporal en la provisión del servicio.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Promoción Económica - Ministerio de Relaciones Exteriores. Responsable del Servicio: Dirección de Promoción Comercial - Ministerio de Relaciones Exteriores		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\text{Indicador} = \sum A$ A= Número de espacios de articulación comercial realizadas en el año "t". t : año en que se realiza la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> - Número de espacios de articulación comercial realizadas en el año "t". - Se considera espacio de articulación a los foros, ruedas de negocios, ferias, seminarios, webinars, presentaciones país y otros eventos estratégicos.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores solicita a los Órganos del Servicio Exterior la información sobre las actividades realizadas de espacios de articulación para el cálculo del indicador.		

	2. La Dirección de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores analiza la información y calcula el indicador. 3. La Dirección General de Promoción Económica reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del Mincetur.											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores. Base de datos: Registros administrativos de la Dirección de Promoción Comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	38	46	51	56	61	67	74	81	90	99	108	120

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo Prioritario	OP2.Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del servicio	S2.1.1 Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindada de manera continua para los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del indicador	Porcentaje de reportes de información sobre plataformas logísticas publicados de manera continua.		
Justificación	El indicador permite medir la disponibilidad y regularidad en la publicación de reportes sobre plataformas logísticas, lo que asegura un flujo constante de información relevante para la gestión y toma de decisiones en el ámbito del transporte vinculado al comercio exterior. Su seguimiento refleja el grado de cumplimiento en la generación de información pública estandarizada y accesible para los actores involucrados, contribuyendo a la transparencia y al fortalecimiento de la planificación logística nacional. Asimismo, es factible de medir, dado que depende de registros administrativos verificables, y su carácter porcentual permite comparaciones periódicas sobre la continuidad en la difusión de estos reportes.		
Responsable de indicador	Responsable de la medición integración de datos e información: Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal. Responsable del Servicio: Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal		
Limitaciones para la medición del indicador	La información puede estar dispersa, de acuerdo al estado en el que se encuentra el proyecto en el IMIAPP, INVIERTE.PE, el Código único de inversión, en un repositorio de proyectos del MTC u otra institución, en ese sentido la identificación de la información publicada puede implicar un trabajo manual de consolidación.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $X/Y*100$ X = Número de reportes de información sobre plataformas logísticas vinculadas al comercio exterior publicadas de manera continua. Y = Total de reportes de información sobre plataformas logísticas vinculadas al comercio exterior programados en el año. <u>Especificaciones Técnicas:</u> - Reportes de información sobre plataformas logísticas publicadas de manera continua: Se considera a aquellos reportes sobre plataformas logísticas que cumplen con la periodicidad establecida de manera semestral. - La información que se recopila debe estar en canales oficiales como el IMIAPP, INVIERTE.PE, el Código único de inversión o código de idea, también se recogerá la información sobre el proceso o avance en el que se encuentra su implementación. - Total, de reportes de información sobre plataformas logísticas vinculadas al comercio exterior programados: Corresponde al total de reportes que deben ser generados y publicados según la planificación institucional.		
Sentido esperado del indicador	No definido	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección	1. La Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal recopila información sobre los registros de plataformas logísticas. 2. Se sistematiza la información recopilada y realiza el cálculo del indicador. 3. Se realiza un análisis del indicador de cara a los reportes de cumplimiento y seguimiento. 4. La Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal reporta indicador calculado a la Dirección General de Políticas y Desarrollo de Comercio Exterior, en el marco del seguimiento y evaluación de la PNCE.											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones Bases de datos: Registros del MTC, IMIAPP, INVIERTE.PE.											
	Línea de base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Valor absoluto	0	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$	$\frac{2}{2} \cdot 100$

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS

Objetivo Prioritario	OP2.Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del servicio	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindada de manera continua para los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de plataformas logísticas sobre las cuales se brinda información en los reportes semestrales.		
Justificación	El indicador mide el alcance que tienen los reportes respecto de la cantidad de plataformas sobre las cuales se brinda información y/o que son incluidas en el reporte. Con lo cual se garantiza que la información que se brinda incluya un mayor contenido sobre plataformas logísticas de manera progresiva.		
Responsable de indicador	Responsable de la medición integración de datos e información: Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal. Responsable del Servicio: Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal a través de la Dirección de Políticas y Normas de Transporte Acuático y Logística.		
Limitaciones para la medición del indicador	La información puede estar dispersa desde el nivel de idea en INVIERTE.PE o la documentación en un repositorio de proyectos del MTC u otras instituciones. La identificación de la información publicada puede implicar un trabajo manual de consolidación.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\sum X_i$ X_i = Número de plataformas sobre las cuales se brinda información en los reportes semestrales. $X_i = [1,16]$ <u>Especificaciones Técnicas:</u> Las Plataformas vinculadas al comercio exterior sobre las cuales se brinda información, son las siguientes: los centros de carga aérea, antepuertos, plataformas de atención en frontera, puertos secos y zonas de actividades logísticas, los cuales han sido identificados y priorizados en el PNSILT.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección	1. La Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal recopila información anual sobre los registros de plataformas logísticas. 2. Se sistematiza la información recopilada y realiza el cálculo del indicador. 3. Se realiza un análisis del indicador de cara a los reportes de cumplimiento y seguimiento. 4. La Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal reporta indicador calculado a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior, en el marco del seguimiento y evaluación de la PNMCE.		

Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones											
	Bases de datos: Registros del MTC, IMIAPP, INVIERTE.PE.											
	Línea de base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor	0	4	5	5	6	6	7	7	8	8	10	14

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES DE SERVICIOS

Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.1.2. Organización de espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior de manera continua dirigidos a entidades públicas.
Nombre del indicador	Porcentaje de espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior realizados de manera continua en beneficio de las entidades públicas
Justificación	Este indicador mide el grado de cumplimiento de los espacios de articulación para la difusión relacionadas con proyectos de inversión pública en infraestructura logística asociada al comercio exterior realizados por el Ministerio de Relaciones Exteriores y permite evaluar si se han realizado de manera continua por la entidad en el marco de las acciones de la política exterior. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros que provienen de fuentes internas. Estos registros contienen la fecha programada, fecha real de ejecución, responsables y cobertura, lo cual permitir comparar el cumplimiento respecto a lo programado.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Promoción Económica – Ministerio de Relaciones Exteriores Responsable del Servicio: Dirección de Promoción de Inversiones – Ministerio de Relaciones Exteriores.
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.
Método de cálculo	<u>Fórmula</u> $Indicador = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A= Número de espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior realizados de manera continua en beneficio de las entidades públicas en el año t B= Número de espacios de articulación programados en el año t t= año en que se ejecuta la intervención <u>Especificaciones Técnicas:</u> Se considera que un espacio de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior ha sido organizado de manera continua cuando mantiene una periodicidad mensual establecida en el plan institucional asegurando su sostenibilidad en el tiempo.

	- Espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior programados, son aquellos planificados al inicio de cada año, que se realizan mensualmente. - Se considera espacios de articulación a los foros, mesas de trabajo, entre otros eventos.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente.				Tipo de indicador de servicios				Calidad			
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores solicita a los Órganos del Servicio Exterior las actividades proyectadas para el siguiente año. - La Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores aprueba las actividades que realizarán los Órganos del Servicio Exterior. - La Dirección de Promoción de Inversiones del Ministerio de Relaciones Exteriores solicita a los Órganos del Servicio Exterior reportar la información sobre las actividades realizadas de espacios de articulación para el cálculo del indicador. - La Dirección de Promoción de Inversiones analiza la información y calcula el indicador. - La Dirección General de Promoción Económica reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del Mincetur.											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerios de Relaciones Exteriores Base de datos: Registros administrativos de la Dirección de Promoción de Inversiones del Ministerio de Relaciones Exteriores											
	Línea de base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	42.19%	47.83%	48.61%	51.35%	56.58%	60.26%	64.20%	67.07%	71.43%	75.58%	82.02%	94.57%
Valor absoluto	27/64	33/69	35/72	38/74	43/76	47/78	52/81	55/82	60/84	65/86	73/89	87/92

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES DE SERVICIOS

Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del servicio	S2.1.2. Organización de espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior de manera continua dirigidos a entidades públicas.		
Nombre del indicador	Número de entidades públicas que participan en los espacios de articulación de oportunidades de inversión realizados.		
Justificación	El indicador es adecuado porque identifica y cuantifica el número de entidades públicas que participan en el espacio de articulación, permite realizar un seguimiento y tomar acciones necesarias para la mejora en el alcance del espacio de articulación. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable ya que se cuenta con registros.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Promoción Económica – Ministerio de Relaciones Exteriores Responsable del Servicio: Dirección de Promoción de Inversiones – Ministerio de Relaciones Exteriores.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula $\text{Indicador} = \sum A$ A= Número de entidades públicas que participan en los espacios de articulación de oportunidades de inversión realizados en el año t. t= Año en que se realiza la intervención Especificaciones técnicas: - Se considera una entidad pública que participa en los espacios de articulación realizados a aquellas instituciones de otro sector como el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), el Ministerio de Energía y Minas (MINEM), PROINVERSIÓN, el Ministerio de la Producción (PRODUCE) y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), con la proyección de ampliar su alcance a gobiernos locales y regionales. - Se considera que un espacio de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior ha sido realizado cuando este haya sido informado sobre sus resultados a la Dirección General de Promoción Económica - Se considera espacios de articulación a los foros, mesas de trabajo, entre otros eventos.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicios	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección General de Promoción Económica del Ministerio de Relaciones Exteriores solicita a los Órganos del Servicio Exterior la información sobre las actividades realizadas de espacios de articulación para el cálculo del indicador.		

	2. La Dirección de Promoción de Inversiones analiza la información y calcula el indicador. 3. La Dirección General de Promoción Económica reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del Mincetur											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores Base de datos: Registros administrativos de la Dirección de Promoción de Inversiones del Ministerio de Relaciones Exteriores											
	Línea de base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	6	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo Prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.1.3. Control de ingreso las mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para las operaciones de comercio exterior.
Nombre del indicador	Promedio de tiempo total de liberación de mercancías que cumplan con los requisitos de importación de mercancías para el consumo en las Intendencias de Aduana de Frontera.
Justificación	El indicador permite medir los tiempos de atención del despacho de importación de mercancías para el consumo, asegurando un buen servicio y la predictibilidad en los tiempos para los usuarios del comercio exterior. Además, el indicador es factible de ser calculado ya que se cuenta con la información necesaria de los tiempos. Así mismo, el indicador se vincula directamente con el servicio de atención en el control de ingreso de las mercancías.
Responsable de indicador	Responsable de medición e integración de datos: Oficina de Gestión y Coordinación Aduanera (OGCA) - SUNAT Responsable del Servicio: Intendencia Nacional de Desarrollo e Innovación Aduanera (INDIA) - SUNAT
Limitaciones para la medición del indicador	No hay limitaciones para la medición del indicador
Método de cálculo	<u>FÓRMULA DE CÁLCULO DEL INDICADOR:</u> Promedio de tiempo de liberación = Sumatoria del TTLM de cada Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) / Cantidad total de DAM Tiempo Total de Liberación de Mercancías (TTLM) = (A-B) A = Fecha de autorización del levante de la DAM. B = Fecha de la llegada. DAM = Declaración Aduanera de Mercancías Unidad de medida: Horas (Hrs) <u>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:</u> A. <u>RESPECTO A LA FORMULA DE CÁLCULO</u> 1) Medición para la Intendencia de Aduana de Tumbes, la Intendencia de Aduana de Paita, la Intendencia de Aduana de Puno, la Intendencia de Aduana de Tacna y la Intendencia de Aduana de Puerto Maldonado. Se incluyen aduanas con movimiento anual mayor a 200 DAM del régimen de importación para el consumo. 2) Se excluye para el cálculo: 2.1) Las DAM anuladas, legajadas, con régimen precedente, en abandono legal. 2.2) Las DAM cuya mercancía se destine desde la ZOFRATACNA y desde las Zonas Especiales de Desarrollo – ZED. 2.3) Las DAM en las que no exista uno o más datos (fechas u horas) necesarios para el cálculo del indicador.

	2.4) Las DAM diferidas acogidas a la prórroga especial prevista en el Art. 132° de la Ley General de Aduanas o a la suspensión de plazo decretado por haberse declarado el Estado de Emergencia Nacional.												
	2.5) Las DAM sin garantía previa y con deuda tributaria aduanera y recargos pendientes de pago por más de 120 horas desde su numeración.												
	3) Si la fecha de la autorización del levante de la DAM es anterior a la fecha de la llegada, el valor (A-B) = Ø.												
	4) El tiempo será medido a través del estadístico del promedio de las DAM según fecha de levante en cada periodo de medición.												
	5) El reporte estadístico mostrará la información por aduana, por modalidad de despacho (urgente, anticipado y diferido) y por canal de control.												
	6) La información de la fecha de llegada del medio de transporte considerará la registrada en el Portal del funcionario Aduanero.												
	7) La estimación de la línea base y proyecciones de metas se dan según los escenarios actuales. De cambiar estos se deben realizar nuevas estimaciones.												
	B. <u>RESPECTO A LOS DATOS HISTÓRICOS:</u>												
	Los datos históricos han sido elaborados por la Oficina de Gestión y Coordinación Aduanera.												
	C. <u>OTRAS CONSIDERACIONES:</u>												
	1) La meta del indicador y las exclusiones podrán ser revisadas y, de corresponder, ajustadas por la SUNAT en los meses de mayo y setiembre.												
	2) El indicador considera, tanto para medir la ejecución anual del TTLM a nivel nacional y desagregado por órganos desconcentrados, como para lo señalado en el literal A4, el siguiente procedimiento de redondeo: si el valor del primer decimal es menos a cinco (5) se ajustará a la unidad inmediata inferior, si es igual o superior a cinco (05) se ajustará a la unidad inmediata superior.												
Sentido esperado del indicador	Descendente					Tipo de indicador de servicio		Calidad					
Proceso de recolección y análisis	De la Recolección: 1. La INDIA define los campos y parámetros para la obtención de la data del indicador. 2. La OGCA realiza el procesamiento de la información considerando los campos y parámetros definidos. 3. La OGCA registra los resultados en el Sistema Integrado de Gestión y Administración (SIGA), de corresponder, solicita justificación de incumplimiento o sobre cumplimiento. 4. La OGCA remitir la información a INDIA para su análisis. 5. La INDIA remite la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior - MINCETUR Del Análisis: La INDIA evalúa los elementos o factores que explican el resultado del indicador y coordina acciones para garantizar el cumplimiento del indicador.												
Fuente y base de datos	Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT Base de datos: Sistema de Despacho Aduanero (SDA)												
	Línea base	Logros esperados											
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040	
Valor en absoluto (*)	819840/39040	855093/40719	855093/40719	855093/40719	855093/40719	855093/40719	849392/42470	849392/42470	849392/42470	849392/42470	849392/42470	841621/44296	
Valor relativo	21	21	21	21	21	21	20	20	20	20	20	19	

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo Prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento	L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.1.3. Control de ingreso las mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para las operaciones de comercio exterior. .
Nombre del indicador	Porcentaje de Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAM) del régimen de importación para el consumo atendidas dentro de las 48 horas en las Intendencias de Aduana de Frontera
Justificación	El indicador es adecuado porque permite conocer el porcentaje de DAM que se atienden en el plazo de 48 horas, los plazos de atención del despacho aduanero es un aspecto importante para la toma de decisiones por parte de los usuarios de comercio exterior. Además, el indicador es factible de ser calculado ya que se cuenta con la información necesaria para su medición. Así mismo, el indicador se vincula directamente con la acción del servicio.
Responsable de indicador	Responsable de medición e integración de datos: Oficina de Gestión y Coordinación Aduanera (OGCA) – SUNAT Responsable del Servicio: Intendencia Nacional de Desarrollo e Innovación Aduanera (INDIA) - SUNAT
Limitaciones para la medición del indicador	No hay limitaciones para la medición del indicador
Método de cálculo	<u>FÓRMULA DE CÁLCULO DEL INDICADOR:</u> $PDIA = (A/B) \times 100$ PDIA: Porcentaje de DAM de importación para el consumo atendidas dentro de las 48 horas. A = Cantidad de DAM con un tiempo total de despacho (TTD) <= 48 horas. B = Cantidad total de DAM. DAM = Declaración Aduanera de Mercancías Tiempo total de despacho (TTD) = (C-D) C = Fecha de autorización del levante de la DAM. D = Fecha de la llegada. <u>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:</u> A. <u>RESPECTO A LA FORMULA DE CÁLCULO</u> - Medición para la Intendencia de Aduana de Tumbes, la Intendencia de Aduana de Paita, la Intendencia de Aduana de Puno, la Intendencia de Aduana de Tacna y la Intendencia de Aduana de Puerto Maldonado. Se incluyen aduanas con movimiento anual mayor a 200 DAM del régimen de importación para el consumo. - DAM numeradas antes de la llegada del medio de transporte. - Se excluye para el cálculo: - Las DAM anuladas, legajadas, con régimen precedente, en abandono legal y numeradas después de la llegada. - Las DAM cuya mercancía se destine desde la ZOFRATACNA y desde las Zonas Especiales de Desarrollo (ZED). - Las DAM en las que no exista uno o más datos (fechas u horas) necesarios para el cálculo del indicador.

	4) Si la fecha de la autorización del levante de la DAM es anterior a la fecha de la llegada, el valor de (C-D) = Ø. 5) El tiempo será medido a través del estadístico del promedio de las DAM según fecha de levante en cada periodo de medición. 6) El reporte estadístico mostrará la información por aduana, por modalidad de despacho (urgente y anticipado) y por canal de control. 7) La información de la fecha de llegada del medio de transporte considerará la registrada en el Portal del funcionario Aduanero. 8) La estimación de la línea base y proyecciones de metas se dan según los escenarios actuales. De cambiar estos se deben realizar nuevas estimaciones. B. <u>RESPECTO A LOS DATOS HISTÓRICOS:</u> Los datos históricos han sido elaborados por la Oficina de Gestión y Coordinación Aduanera. C. <u>OTRAS CONSIDERACIONES:</u> 1) La meta del indicador y las exclusiones podrán ser revisadas y, de corresponder, ajustadas por la SUNAT en los meses de mayo y setiembre. 2) El indicador considera, tanto para medir la ejecución anual nacional y desagregada por órganos desconcentrados, como para lo señalado en el literal A5, el siguiente procedimiento de redondeo: si el valor del primer decimal es menos a cinco (5) se ajustará a la unidad inmediata inferior, si es igual o superior a cinco (05) se ajustará a la unidad inmediata superior.												
	Sentido esperado del indicador	Ascendente					Tipo de indicador de servicio				Cobertura		
	Proceso de recolección y análisis	De la Recolección: 1. La INDIA define los campos y parámetros para la obtención de la data del indicador. 2. La OGCA realiza el procesamiento de la información considerando los campos y parámetros definidos. 3. La OGCA remite la información a INDIA para su análisis. 4. La INDIA remite la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior - MINCETUR Del Análisis: La INDIA evalúa los elementos o factores que explican el resultado del indicador y coordina acciones para garantizar el cumplimiento del indicador.											
	Fuente y base de datos	Fuente: SUNAT Base de datos: Sistema de Despacho Aduanero (SDA)											
		Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040	
Valor en absoluto (*)	31,217/38,518	31,217/38,518	31,217/38,518	31,217/38,518	31,217/38,518	31,217/38,518	35,720/44,099	35,720/44,099	35,720/44,099	35,720/44,099	35,720/44,099	38,693/47,186	
Valor relativo	81%	81%	81%	81%	81%	81%	81%	81%	81%	81%	81%	82%	

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.1: Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de horas de disponibilidad continua de la plataforma VUCE para los usuarios de comercio exterior.
Justificación	Este indicador permite medir la capacidad de la plataforma VUCE para operar de forma ininterrumpida, garantizando que los usuarios del comercio exterior puedan acceder, tramitar y gestionar sus procedimientos en línea durante todo el año. Dado que los procesos de comercio exterior están sujetos a cronogramas logísticos internacionales, compromisos aduaneros y tratados de libre comercio, la alta disponibilidad operativa de la plataforma VUCE es crítica para asegurar la continuidad del flujo de mercancías, evitar retrasos, costos adicionales o pérdidas económicas y cumplir con estándares internacionales de facilitación del comercio. Además, el indicador es factible de ser calculado ya que se cuenta con registros de la disponibilidad mensual a través del monitoreo y soporte de la plataforma VUCE.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas – MINCETUR.
Limitaciones para la medición del indicador	Dependencia de herramientas técnicas, automatizadas y especializadas de monitoreo, los cuales puede afectar su precisión, cuya configuración puede ser incompleta o inexacta.
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\text{Indicador} = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A= Número de horas en que la plataforma VUCE estuvo operativa y disponible con acceso normal a los servidores donde se alojan todos los componentes de la VUCE (se incluyen los tiempos de mantenimientos programados si están planificados y notificados a los usuarios). B= Total de horas previstas del periodo de evaluación. <u>Especificaciones técnicas:</u> - El tiempo de disponibilidad de los servidores se refiere al tiempo efectivo durante el cual los usuarios de comercio exterior pueden realizar sus operaciones, se incluyen los tiempos de mantenimientos programados si están planificados y notificados a los usuarios. - El periodo total considerando es de un año (365 días), contabilizando las 24 horas al día.

Sentido esperado del indicador	Ascendente.				Tipo de indicador de servicio				Calidad			
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador mediante la plataforma VUCE.											
	2. La DVUCEPT es la encargada de procesar los datos para calcular el indicador.											
	3. La DVUCEPT analiza la información.											
	4. La DVUCEPT reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.											
	5. La DGFCE enviará la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas.											
	Base de datos: Reportes de disponibilidad de la plataforma VUCE elaborado por el proveedor del servicio de monitoreo y soporte de la infraestructura de la VUCE.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	95.0%	95.6%	96.0%	96.3%	96.6%	97.0%	97.3%	97.6%	98.0%	98.3%	98.4%	98.6%
Valor absoluto	8322/8760	8374/8760	8409/8760	8435/8760	8462/8760	8497/8760	8523/8760	8549/8760	8584/8760	8611/8760	8620/8760	8637/8760

FICHA TÉCNICA DE INDICADORES DE SERVICIOS

Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L2.1. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.1: Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.
Nombre del indicador	Número de trámites de comercio exterior realizados a través de la plataforma VUCE.
Justificación	El indicador permite medir la cobertura a través del nivel de uso efectivo que tiene la plataforma de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) por parte de los actores del comercio exterior, reflejando el grado de digitalización, alcance operativo e impacto funcional del sistema en los procesos de exportación, importación y tránsito de mercancías. Debido que la VUCE es una plataforma única de servicios digitales interoperables, es fundamental contar con un indicador que cuantifique la cantidad total de trámites realizados, ya que este valor refleja la cobertura real de la plataforma en relación a los flujos comerciales del país. El indicador puede ser calculado ya que se cuenta con registros de las solicitudes gestionadas a través de la plataforma VUCE.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas – MINCETUR.
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.
Método de cálculo	<u>Fórmula</u> $Indicador = \sum A$ A= Número de trámites realizados por la plataforma VUCE para trámites de comercio exterior del periodo. <u>Especificaciones técnicas:</u> Número de trámites realizados por la plataforma VUCE en el periodo corresponde a la cantidad de solicitudes (SUCES) de los componentes de mercancías restringidas y origen gestionadas por medios electrónicos en la plataforma VUCE.

Sentido esperado del indicador	Ascendente.			Tipo de indicador de servicios			Cobertura					
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador mediante la plataforma VUCE. 2. La DVUCEPT es la encargada de procesar los datos para calcular el indicador. 3. La DVUCEPT analiza la información. 4. La DVUCEPT reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. 5. La DGFCE enviará la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas. Base de datos: Reportes del BI de la VUCE y Registros de solicitudes (SUCes) gestionadas por los componentes de la VUCE.											
	Línea de base		Logros esperados									
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor agregado	768,693	783,165	790,035	796,904	803,774	810,644	817,513	824,383	831,252	838,122	844,991	879,339

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de incidencias atendidas de manera pertinente.
Justificación	El indicador permite cuantificar el avance de la atención de las incidencias de los procesos de comercio en los que se ha generado mejoras. El indicador permite realizar el seguimiento y monitoreo oportuno para tomar las acciones correctivas necesarias para la mejora continua del servicio. Además, el indicador es factible de ser calculado ya que se cuenta con la información de intervenciones realizados.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR.
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\text{Indicador} = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A= Número de incidencias atendidas de manera pertinente en el año t. B= Total de incidencias identificadas que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías en el año t. t = Año que se realiza la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> - Se considera como número de incidencias atendidas en el año “t”, aquellas sobre las cuales se inicia algún tipo de acción. - El total de incidencias identificadas son aquellas que se identifican en mesas técnicas, grupos de trabajo, comités públicos – privado, entre otros, para su atención. - Se consideran incidencias atendidas de manera pertinente, aquellas que han tenido una correcta identificación del tipo incidencia, y se han iniciado acciones

	correctivas necesarias según dicha clasificación, dentro de los plazos de atención establecidos por la DFCE.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio										Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador. 2. La DFCE realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. 3. La DFCE analiza la información. 4. La DFCE reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE). 5. La DGFCE reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) Base de datos: Reportes de datos de la Dirección de Facilitación del Comercio Exterior.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	30%	35%	40%	42%	44%	49%	51%	53%	58%	60%	63%	78%
Valor absoluto	13/43	15/43	17/43	18/43	19/43	21/43	22/43	23/43	25/43	26/43	27/43	34/43

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del servicio	S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de usuarios beneficiados por la atención de incidencia.		
Justificación	El indicador es adecuado porque cuantifica el número de usuarios beneficiados que reciben el servicio, permite realizar un seguimiento oportuno y tomar las acciones correctivas necesarias para la mejora continua del servicio. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable ya que se cuenta con los registros de atenciones.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $Indicador = \sum A$ A= Cantidad de usuarios beneficiados por el servicio procesos de comercio exterior. <u>Especificaciones técnicas:</u> La cantidad de usuarios beneficiados son todos aquellos que han sido atendidos en incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías, al menos una vez.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador. - La DFCE realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. - La DFCE analiza la información. - La DFCE reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE).		

	5. La DGFCE reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE). Base de datos: Reportes de datos de la Dirección de Facilitación del Comercio Exterior.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	200	280	290	300	310	320	330	340	350	360	370	420

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L.2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del servicio	S2.2.3. Gestión de información de servicios logísticos continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del indicador	Porcentaje de horas de disponibilidad continua de la plataforma MISLO con disponibilidad permanente para los usuarios de comercio exterior.		
Justificación	Este indicador permite medir el tiempo disponible de la plataforma MISLO para los usuarios de comercio exterior, asegurando que se brinde la información de manera continua de los diferentes operadores de comercio exterior que brindan servicios para los usuarios de comercio exterior. Además, permite realizar un seguimiento oportuno y tomar las acciones correctivas necesarias para la mejora continua del servicio. Asimismo, la información necesaria para el cálculo del indicador es accesible y se encuentra en los registros internos del Mincetur, lo cual facilita la recolección periódica de datos y permite hacer un seguimiento comparativo entre diferentes periodos.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\text{Indicador} = (A/B) * 100$ A= Número de horas en que la plataforma MISLO estuvo operativa y disponible con acceso normal a los usuarios de comercio exterior. B= Total de horas previstas del periodo de evaluación. <u>Especificaciones técnicas:</u> - El tiempo de disponibilidad de la plataforma se refiere al tiempo efectivo durante el cual los usuarios de comercio exterior pueden acceder al mismo. - El periodo total considerando es de un año (365 días), contabilizando las 24 horas del día.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de Servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	La Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador mediante la plataforma VUCE.		

	2. La DVUCEPT es la encargada de realizar el procesamiento de datos para el cálculo del indicador. 3. La DVUCEPT analiza la información y la envía a la Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE). 4. La DFCE reporta a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo. 5. La DGFCE reporta y/o envía la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas Base de datos: Reporte de la Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas sobre el MISLO.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	95.0%	95.6%	96.0%	96.3%	96.6%	97.0%	97.3%	97.6%	98.0%	98.3%	98.6%	99%
Valor absoluto	8322/8760	8375/8760	8410/8760	8436/8760	8462/8760	8497/8760	8523/8760	8550/8760	8585/8760	8611/8760	8637/8760	8672/8760

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del servicio	S2.2.3. Gestión de información de servicios logísticos accesibles y continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de listas de precios de servicios logísticos publicados.		
Justificación	El indicador es relevante, ya que permite cuantificar el número de listas de precios publicadas en la plataforma, información que resulta clave para los usuarios de comercio exterior en sus operaciones. Asimismo, este indicador facilita un seguimiento continuo de la frecuencia y consistencia en la publicación de dicha información, lo que a su vez permite identificar oportunidades de mejora y aplicar acciones correctivas que contribuyan a la transparencia y eficiencia del servicio ofrecido. Además, la información necesaria para el cálculo del indicador es accesible y se encuentra en los registros internos del Mincetur, lo cual facilita la recolección periódica de datos y permite hacer un seguimiento comparativo entre diferentes periodos.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $Indicador = \sum A$ A= Número de lista de precio que se publican. <u>Especificaciones técnicas:</u> Se considera que la lista de precios fue publicada cuando se encuentre en la plataforma del MISLO y sea de acceso público para los usuarios.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador mediante la plataforma VUCE. - La DVUCEPT es la encargada de realizar el procesamiento de datos para el cálculo del indicador.		

	3. La DVUCEPT analiza la información y la envía a la Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE). 4. La DFCE reporta a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo. 5. La DGFCE reporta y/o envía la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas Base de datos: Reportes del MISLO.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor agregado	1400	1500	1550	1550	1600	1600	1650	1650	1700	1700	1750	1750

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del servicio	S2.2.4. Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de manera oportuna a los operadores de comercio exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de fiscalizaciones realizadas en los plazos establecidos.
Justificación	Este indicador es fundamental para medir el grado de cumplimiento de las acciones de fiscalización planificadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y permite evaluar si la ejecución de las actividades de fiscalización se realizó en los plazos oportunos previstos por la entidad anualmente. Específicamente, el indicador se enfoca en aspectos clave como la publicación y actualización de los servicios ofrecidos, así como en el avance hacia la digitalización de los procesos vinculados al comercio exterior. La información requerida para calcular este indicador es accesible y se encuentra en los registros administrativos internos del Mincetur, lo cual facilita la recolección periódica de datos y permite hacer un seguimiento comparativo entre diferentes periodos. Asimismo, el indicador se vincula directamente con la provisión del servicio que son las fiscalizaciones a los operadores de comercio exterior.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) - MINCETUR.
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $Indicador = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A= Número de fiscalizaciones realizadas en los plazos establecidos. B= Número de fiscalizaciones programadas. <u>Especificaciones Técnicas:</u> - El número de fiscalizaciones realizadas en los plazos establecidos son aquellas que se llevan a cabo en la fecha programada o antes de la misma, y que contarán con un acta de fiscalización. - El número de fiscalizaciones planificadas, son aquellas programadas a inicio de cada año.

Sentido esperado del indicador	Ascendente.					Tipo de indicador de servicio			Calidad			
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) solicita a la Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas (DVUCEPT) la base de datos de los operadores de comercio exterior autorizados.											
	2. La DVUCEPT remite la base de datos de los operadores de comercio exterior autorizados y la DFCE valida si la información corresponde al pedido solicitado.											
	3. La DFCE elabora el plan anual de fiscalizaciones a operadores de comercio exterior autorizados de acuerdo a la base de datos proporcionado por la DVUCEPT.											
	4. La DFCE es la encargada de analizar los resultados del indicador, el mismo que será enviado a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.											
	5. La DGFCE enviará la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE), la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), Autoridad Portuaria Nacional (APN) y la Asociación Marítima del Perú (ASMARPE).											
	Base de datos: Reportes proporcionados sobre la cantidad de operadores de comercio exterior existentes.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	75%	85%	90%	95%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Valor absoluto	168/224	184/216	194/216	205/216	216/216	220/220	230/230	240/240	255/255	260/260	270/270	290/290

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del servicio	S2.2.4. Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de manera oportuna y continua los operadores de comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de fiscalizaciones realizadas a los operadores de comercio exterior.		
Justificación	Este indicador permite medir el nivel de actividad y presencia institucional en las fiscalizaciones a los operadores de comercio exterior respecto a la publicación y actualización de los servicios que brindan, así como la digitalización de sus procesos de comercio. Así, el indicador relevante porque cuantifica el número de fiscalizaciones, permitiendo realizar el seguimiento oportuno a los operadores. Asimismo, la obtención de la información para la construcción del indicador es accesible y se encuentra en los registros administrativos internos del Mincetur, lo cual facilita la recolección periódica de datos.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) - MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $Indicador = \sum A$ A= Número de fiscalizaciones realizadas a los operadores de comercio exterior. <u>Especificaciones técnicas:</u> El número de fiscalizaciones realizadas se consideran cuando estas fueron informadas mediante actas a los operadores intervenidos.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) realiza las fiscalizaciones a operadores de comercio exterior de acuerdo al plan anual de fiscalizaciones. - La DFCE registra la información en una base de datos de las fiscalizaciones realizadas en un periodo. - La DFCE realiza el procesamiento de la información para el cálculo del indicador. - La DFCE realiza el análisis del indicador y lo reporta a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE).		

	5. La DGFCE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE), la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), Autoridad Portuaria Nacional (APN) y la Asociación Marítima del Perú (ASMARPE). Base de datos: Reporte proporcionados sobre la cantidad de operadores de comercio exterior existentes.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	168	184	194	205	216	220	230	240	255	260	270	290

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.
Nombre del servicio	S2.3.1. Detección de amenazas e incumplimientos aduaneros en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de ajuste tributario en las operaciones de comercio exterior con eficacia en la detección de amenazas de incumplimientos aduaneros.
Justificación	El indicador permite medir la capacidad para detectar eficazmente los incumplimientos aduaneros en las acciones de control ordinario y extraordinario; a fin de realizar los ajustes tributarios necesarios, evitando fraudes aduaneros y fomentando el correcto cumplimiento de la normatividad aduanera entre los usuarios de comercio exterior. Además, el indicador es factible de ser calculado debido a que se dispone de la información necesaria de los ajustes tributarios. Así mismo, el indicador se vincula directamente con el servicio de detección de amenazas e incumplimientos aduaneros.
Responsable del indicador	Responsable de medición e integración de datos: Oficina de Gestión y Coordinación Aduanera (OGCA)- SUNAT Responsable del servicio: Intendencia Nacional de Control Aduanero (INCA)- SUNAT
Limitaciones para la medición del indicador	No hay limitaciones para la medición del indicador.
Método de cálculo	<u>Formula:</u> $PAT = [A / B] \times 100$ A= (monto total autoliquidaciones +liquidaciones de cobranza y/o valores en control concurrente acotadas liquidaciones y/o valores por control extraordinario acotadas + montos indirectos) B= Monto de liquidaciones de tributos declarado controlado. <u>Especificaciones técnicas:</u> Numerador: 1) No se considera las LC y/o valores anulados. 2) Para el control posterior (liquidaciones por control extraordinario acotadas) se consideran aquellas LC y/o valores que cumplan una de las siguientes condiciones: a) La liquidación de cobranza y/o valores están asociados a una acción de fiscalización posterior. b) Cuando la Aduana de generación de la LC y/o valores sea la sede central. c) Cuando el código del área de la LC y/o valores corresponda a una unidad organiza de la Gerencia de Fiscalización y Recaudación Aduanera – INCA. 3) Para el control posterior también se consideran los montos indirectos del Drawback. 4) Para el control concurrente se consideran aquellas LC que tengan uno de los siguientes tipos de LC: '0001','0003','0010','0013','0017','0018','0020','0026','0027','0029','0030','0032','0033','1003'; excepto LC de tipo '0010' generadas por valor provisional y/o por el

	Impuesto Selectivo al Consumo, así como las LC generadas por concepto de pago por el boletín químico (código de tributo '0031'). 5) Las LC migradas al RSIRAT serán consideradas como originalmente fueron emitidas a fin de evitar duplicidad en la medición del indicador. Denominador: 1) Se consideran montos de tributos del formato C de las DAMs sujetas a control (documentario + físico) de los regímenes de importación para el consumo y EER, excepto las DSEER categoría de envío 01; numeradas y canceladas en el periodo de evaluación, se excluyen las DAM legajadas. 2) Adicionalmente, se consideran las LC de tipo 0010' y '0022 por ISC que tengan fecha de cancelación en el periodo de evaluación y que estén asociadas a las DAM (importación para el consumo y envíos de entrega rápida) sujetas a control (documentarlo + físico) y numeradas en el periodo de evaluación. <u>Especificaciones Técnicas:</u> - Se consideran las DAMs de los regímenes de importación para el consumo y envíos de entrega rápida (EER) - Para el cálculo del numerador, las acotaciones en soles se convierten en dólares utilizando el tipo de cambio vigente a la fecha de generación de la liquidación de cobranza (LC) y/o valores – instrumento de cobranza de la deuda determinada – para los montos acotados y para el cálculo del denominador se considera el tipo de cambio a la fecha de cancelación de la LC y/o valores. - Se considera la fecha de generación de la LC y/o valores para el cálculo de los montos acotados. - Se toma en cuenta la fecha de cancelación de la LC y/o valores para la determinación de los montos cancelados. - Para el cálculo de los montos indirectos (Drawback) en el control posterior se considera la fecha de inspección (fecha de emisión del informe de auditoría). - Las aduanas donde se realizará la medición serán las 3 principales aduanas de la República, donde se tramita el 90% de las importaciones, es decir en la Intendencia de Aduana Marítima del Callao (IAMC), Intendencia de Aduana Aérea y Postal del Callao (IAAP) e Intendencia de Aduana de Tacna, así como también en la Intendencia Nacional de Control Aduanero (INCA). - Se excluyen aquellas DAM con valores atípicos en las cuales el monto de tributos del formato C supere 10 millones de dólares, tampoco se contabilizan las LC y/o valores asociados a dichas DAMs. - Se excluyen del cálculo del indicador (numerador y denominador) las LC y/o valores de las DAMs asignadas a canal verde del control concurrente. - Las modificaciones normativas y/o adecuaciones por procesos de mejora, podrían afectar las especificaciones técnicas de este indicador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	<u>De la Recolección:</u> 1. La INCA define los campos y parámetros para la obtención de la data del indicador. 2. La OGCA realiza el procesamiento de la información considerando los campos y parámetros definidos. 3. La OGCA registra los resultados en el Sistema Integrado de Gestión y Administración - SIGA y, de corresponder, solicita justificación de incumplimiento o sobrecumplimiento. 4. La OGCA remite la información a INCA para su análisis. <u>Del Análisis:</u> 1. La INCA evalúa los elementos o factores que explican el resultado del indicador y coordina acciones para garantizar el cumplimiento del indicador. 2. La INDIA remite la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior - MINCETUR		

Fuente y base de datos	Fuente: SUNAT											
	Base de datos: Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGAD), Sistema Integrado de Fiscalización Aduanera (SIFA), Rediseño del Sistema Integrado de Recaudación de la Administración Tributaria (RSIRAT).											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	246,467 / 1,131,465	246,467 / 1,131,465	246,467 / 1,131,465	258,297 / 1,154,095	258,297 / 1,154,094	258,297 / 1,154,094	270,696 / 1,177,176	270,696 / 1,177,176	270,696 / 1,177,176	283,689 / 1,200,720	283,689 / 1,200,720	311,577 / 1,249,229
Valor relativo	21,8%	21,8%	21,8%	22,4%	22,4%	22,4%	23,0%	23,0%	23,0%	23,6%	23,6%	24,9%

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país
Nombre del servicio	S2.3.1. Detección de amenazas e incumplimientos aduaneros en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de Declaraciones Aduaneras de Mercancías (DAMs) con incidencia en canal rojo en importación para el consumo.
Justificación	El indicador permite medir el alcance de las acciones realizadas para detectar fraudes aduaneros e incumplimientos normativos, empleando técnicas de gestión de riesgo para seleccionar a reconocimiento físico las mercancías amparadas en DAMs que se acogen al régimen de importación para el consumo. Se busca incrementar paulatinamente el nivel de incidencia en las mercancías seleccionadas a canal rojo (reconocimiento físico), que permite detectar comportamientos dolosos en el despacho e incumplimientos de las normas. Además, el indicador es factible de ser calculado debido a que se dispone de la información necesaria de las DAMs sujetas a control. Así mismo, el indicador se vincula directamente con el servicio de detección de amenazas e incumplimientos aduaneros.
Responsable del indicador	Responsable de medición e integración de datos: Oficina de Gestión y Coordinación Aduanera (OGCA)- SUNAT Responsable del servicio: Intendencia Nacional de Control Aduanero (INCA)- SUNAT
Limitaciones para la medición del indicador	No hay limitaciones para la medición del indicador.
Método de cálculo	<u>Formula</u> $PDI = (A/B) \times 100$ A= Cantidad de DAMs con incidencia en reconocimiento físico B = Total de DAMs seleccionadas por riesgo a reconocimiento físico. <u>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</u> - Aplicable en aduanas principales: Marítima, Aérea y Postal y Tacna. - Aplicable a DAMs diferidas y anticipadas. - Se entiende por una DAM con incidencia a la que tiene registrado alguna L/C y/o valor asociado a ajustes de valor, dumping, declaración incorrecta del origen y cambio de clasificación arancelaria con incidencia tributaria. - Se tienen en cuenta las declaraciones seleccionadas a canal rojo y las seleccionadas a canal naranja que han sido sujetas a reconocimiento físico. - Asimismo, se consideran las declaraciones con orden de depósito de garantía, global o específica, como consecuencia de la duda razonable y con levante, no desvirtuadas totalmente. - Sólo se considera las declaraciones asignadas a control, por gestión de riesgo. NO SE CONSIDERAN: - DAM cuya suma de montos acotados por incidencia sea menor al 10% de la UIT vigente en el año del periodo de evaluación, para ello el tipo de cambio a considerar será el del promedio anual publicado por el BCRP. - Las DAMs presentadas por los importadores OEA.

	- Las liquidaciones de cobranza anuladas con tipo de cancelación 6. - Las L/C y/o valores emitidos producto de acciones de fiscalización posterior ejecutadas por INCA. - Las DAMs anuladas sin cancelar, ni las declaraciones canceladas legajadas. - Las DAM que se despachan al amparo de garantía establecida en los Art. 159 y 160 de LGA. Observación: Condiciones serán actualizadas según integración a RSIRAT.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura									
Proceso de recolección y análisis	De la recolección: 1) La INCA define los campos y parámetros para la obtención de la data del indicador. 2) La OGCA realiza el procesamiento de la información considerando los campos y parámetros definidos. 3) La OGCA registra los resultados en el Sistema Integrado de Gestión y Administración - SIGA y, de corresponder, solicita justificación de incumplimiento o sobrecumplimiento. 4) La OGCA remite la información a INCA para su análisis.											
	Del Análisis: 1) La INCA evalúa los elementos o factores que explican el resultado del indicador y coordina acciones para garantizar el cumplimiento del indicador. 2) La INDIA remite la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior – MINCETUR.											
Fuente y base de datos	Fuente: SUNAT Base de datos: Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGAD), Sistema de Despacho Aduanero (SDA), Rediseño del Sistema Integrado de Recaudación de la Administración Tributaria (RSIRAT)											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	15,156 / 30,374	15,156 / 30,374	15,156 / 30,374	15,883 / 30,981	15,883 / 30,981	15,883 / 30,981	16,646 / 31,601	16,646 / 31,601	16,646 / 31,601	17,445 / 32,233	17,445 / 32,233	19,160 / 33,535
Valor relativo	49,9%	49,9%	49,9%	51,3%	51,3%	51,3%	52,7%	52,7%	52,7%	54,1%	54,1%	57.1%

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país		
Nombre del servicio	S2.3.2. Intervenciones policiales contra la criminalidad dedicada al tráfico ilícito de drogas y delitos conexos en la cadena logística, de manera oportuna, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de intervenciones policiales ejecutadas contra el tráfico ilícito de drogas en aeropuertos y puertos a nivel nacional realizadas oportunamente.		
Justificación	Este indicador permitirá medir la cantidad de operaciones policiales contra el tráfico ilícito de drogas (TID) garantizando la seguridad dentro de la cadena logística del comercio exterior. Además, la cantidad de intervenciones policiales es una medida cuantificable y accesible basada en datos específicos del ámbito aeropuertos y puertos a nivel nacional, lo que facilita su seguimiento periódico. Asimismo, el indicador se vincula con el servicio a entregar de manera directa.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección Antidrogas (DIRANDRO) Policía Nacional del Perú. Responsable del Servicio: Dirección Antidrogas (DIRANDRO) Policía Nacional del Perú.		
Limitaciones para la medición del indicador	El personal policial encargado debe elaborar una nota informativa, la cual se ingresa al SINICTID; sin embargo, este proceso no permite obtener datos estadísticos de manera inmediata. Que el personal efectivo no llegue a registrar la información a pesar de que la intervención se haya ejecutado y este registrado en el plan.		
Método de cálculo	Fórmula: $\sum OTID_t$ OTID = Total de intervenciones policiales ejecutadas contra el tráfico ilícito de drogas en los aeropuertos y puertos a nivel nacional realizados oportunamente en el año t. t: año en que se ejecutó la de intervención. Especificaciones Técnicas. - Las intervenciones policiales ejecutadas contra el TID, también conocidas como operaciones de interdicción en aeropuertos y puertos a nivel nacional, involucra al decomiso de droga, la desarticulación de las organizaciones criminales contra el TID la detención de los involucrados. - Estas intervenciones policiales se realizan de manera oportuna, dado que se realizan de acuerdo a la información disponible, lo que permitirá llevar a cabo los operativos y actuar de manera adecuada, con la rapidez necesaria para combatir el tráfico ilícito de drogas. La ejecución de operativos policiales en zonas primarias se desarrollan previa coordinación y participación de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio Público, Autoridad Marítima Nacional y otras entidades competentes, cuyo resultado permite las intervenciones policiales en zonas primarias, que no tenga el carácter de restringida por lo que se debe garantizar la creación de instrumentos para garantizar el costo de oportunidad.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	- La División Portuaria Antidrogas de la Dirección Antidrogas (DIRANDRO), realiza el registro de notas informativas relacionadas con detención de personas por TID en el sistema de información - SIGPIP. - El área de estadística - DIRANDRO, consolida y centraliza la información de las Notas informativas, verifica y corrige inconsistencias en los datos y remite la información de las intervenciones policiales con detención de personas por TID y		

	delitos conexos realizados en los puertos y aeropuertos a nivel nacional al departamento de análisis. 3. El departamento de análisis - DIRANDRO, evalúa e identifica intervenciones con información sobre la detención de personas por TID y delitos conexos y emite el reporte de las personas detenidas a nivel nacional y se procede a su registro en la base de datos SINICTID. 4. La DIRANDRO reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior los resultados correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección Antidrogas (DIRANDRO) Policía Nacional del Perú Base de Datos: Sistema de Información Nacional de Interdicción contra el Tráfico Ilícito de Drogas - SINICTID.											
Línea base		Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor agregado	6,367*	4,659	4,669	4,678	4,687	4,697	4,706	4,715	4,725	4,734	4,744	4,791

*El incremento en el año 2024 respondió a un aumento presupuestario y priorización por parte de la política de gobierno del mencionado año.

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país		
Nombre del servicio	S2.3.3. Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera continua, para las empresas exportadoras y con potencial exportador		
Nombre del indicador	Porcentaje de capacitaciones realizadas dentro del plazo de programación para las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar las capacitaciones que se han ejecutado de manera continua y efectiva dentro de la programación y cumplimiento de capacitaciones que sensibilicen a las Mipyme en temas sobre orientación aduanera, delitos aduaneros, así como orientación sobre los delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, lo cual resulta importante para desarrollar un mejor conocimiento en la población MYPE sobre los perjuicios de los Delitos Aduaneros y Delitos contra los Derechos Intelectuales, reduciendo la tolerancia a estos delitos, es importante evaluar la medición de la programación y realización de las capacitaciones para que con esta información disponible evaluar el nivel de cumplimiento de los diferentes grupos de trabajo regionales. Su medición es viable, ya que se basa en los registros generados, lo que garantiza la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsable del indicador	Responsable de integración de datos e información: Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería (PRODUCE) Responsable del servicio: Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería (PRODUCE)		
Limitaciones para la medición del indicador	No se presentan limitaciones		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $(A / B) * 100$ A= Número de capacitaciones realizadas dentro del plazo de programación. B= Número total de capacitaciones programados <u>Especificaciones Técnicas:</u> Las capacitaciones que se realizan dentro de los plazos programados son los que se ejecutan dentro del trimestre de la planificación posterior a la reunión de grupo de trabajo multisectorial (denominados Comando Regional o Comisión Regional) sin postergación.		
Sentido esperado del indicador	No definido	Tipo de Indicador	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería – CLCDAP (PRODUCE), realiza la recolección de la información. 2. La CLCDAP, realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. 3. La CLCDAP, realiza el análisis de la información. 4. La CLCDAP, reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR las estadísticas correspondientes al periodo.		

Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de la Producción. Base de Datos: Reportes realizados a través de plataforma OneDrive.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Valor absoluto	36/36	32/32	32/32	32/32	32/32	32/32	32/32	32/32	32/32	32/32	32/32	32/32

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país		
Nombre del servicio	S2.3.3. Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera continua, para las empresas exportadoras y con potencial exportador		
Nombre del indicador	Número de capacitaciones brindadas a Mipyme.		
Justificación	El indicador permite medir el alcance y cumplimiento de las capacitaciones a las Mipyme en temas sobre orientación aduanera, delitos aduaneros, así como orientación sobre los delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual; lo cual resulta importante para desarrollar un mejor conocimiento en la población MYPE sobre los perjuicios de los Delitos Aduaneros y Delitos contra los Derechos Intelectuales, reduciendo la tolerancia a estos delitos, es importante evaluar la medición de la programación y realización de las capacitaciones para que con esta información disponible evaluar el nivel de cumplimiento de los diferentes grupos de trabajo regionales. Además, el indicador es factible de ser medido ya que se cuenta con los registros de las capacitaciones brindadas.		
Responsable del indicador	Responsable de integración de datos e información: Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería (PRODUCE) Responsable de Interpretación y análisis de datos: Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería (PRODUCE)		
Limitaciones para la medición del indicador	No se consideran limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\Sigma A = (A1 + A2 + \dots + An)$ A = Número de capacitaciones ejecutados en el año "t". T = Año que se ejecuta la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> Se consideran talleres ejecutados cuando se ha presentado el informe trimestral al congreso de la república.		
Sentido esperado del indicador	No definido	Tipo de Indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería – CLCDAP (PRODUCE), realiza la recolección de la información. 2. La CLCDAP, realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador 3. La CLCDAP, realiza el análisis de la información. 4. La CLCDAP, reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR las estadísticas correspondientes al periodo.		

Fuente y base de datos	Fuente: PRODUCE - Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería (CLCDAP)											
	Base de Datos: Reportes realizados a través de plataforma OneDrive del Ministerio de la Producción por parte de la Comisión de Lucha contra los Delitos Aduaneros y la Piratería.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	36*	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

*El presupuesto en ese año fue mayor, el cual permitió realizar un número mayor de capacitaciones.

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.		
Nombre del servicio	S2.4.1: Asistencia técnica oportuna en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas realizadas de manera oportuna.		
Justificación	Este indicador es fundamental para medir el grado de cumplimiento de las asistencias técnicas planificadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) en materia logística y permite evaluar si la ejecución de las actividades se realiza en los plazos oportunos previstos por la entidad, con la finalidad de reducir los costos y tiempos en las operaciones de comercio exterior. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros que proviene de fuentes internas. Estos registros suelen contener la fecha programada, fecha real de ejecución, responsables y cobertura, lo cual permite comparar fácilmente el cumplimiento respecto a los plazos establecidos.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\text{Indicador} = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A= Número de asistencias técnicas realizadas de manera oportuna. B= Número de asistencias técnicas programadas. <u>Especificaciones técnicas:</u> Se considera como asistencias técnicas realizadas de manera oportuna aquellas realizadas en los plazos programados o antes de la misma, y cuya ejecución se verifique mediante la correspondiente lista de asistencia.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador. 2. La DFCE analiza la información y brinda los resultados del indicador. 3. La DFCE reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior. 4. La DGFCE reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior. Base de datos: Registro de datos de la Dirección de Facilitación del Comercio Exterior.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	40%	60%	60%	60%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Valor absoluto	4/10	6/10	6/10	6/10	7/10	7/10	7/10	7/10	7/10	7/10	7/10	7/10

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.		
Nombre del servicio	S2.4.1: Asistencia técnica oportuna en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de usuarios beneficiados por el servicio de asistencia técnica de manera oportuna.		
Justificación	El indicador permite medir la cobertura a través de la implementación de las asistencias técnicas efectivas realizadas por el servicio. Esta medición no solo contribuye a verificar el cumplimiento del número de beneficiarios del servicio, sino que también permite realizar un seguimiento oportuno de las acciones e identificar brechas y adoptar las acciones correctivas necesarias para promover su implementación. La información requerida para calcular este indicador es accesible y proviene de fuentes internas, estos registros suelen contener el registro de participantes por cada actividad realizada.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	Errores para identificar el número de empresas atendidas.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\text{Indicador} = A$ A= Número de usuarios beneficiados por las asistencias técnicas. <u>Especificaciones técnicas:</u> El número de usuarios son contabilizados mediante el registro de asistencia de las actividades programadas por el Ministerio de Comercio Exterior relacionadas a las asistencias técnicas para el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la encargada de recopilar la información con los datos necesarios para la construcción del indicador. - La DFCE analiza la información y brinda los resultados del indicador. - La DFCE reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior. - La DGFCE reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.		

Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior. Base de datos: Registro de datos administrativos de las capacitaciones realizadas.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	120	160	180	200	220	240	260	280	300	320	340	360

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo Prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento	L2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país		
Nombre del servicio	S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional, idónea en beneficio de los gobiernos regionales.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas para el planeamiento logístico de transporte regional que reciben una opinión favorable.		
Justificación	Este indicador permite evaluar las asistencias técnicas en planeamiento logístico de transporte regional brindadas. Su medición es fundamental porque refleja no solo la utilidad de la asistencia, sino que los contenidos, metodologías e información cumplen con las expectativas y contribuyen al planeamiento logístico regional. Asimismo, el indicador proporciona información relevante para la retroalimentación y mejora continua del servicio ofrecido, siendo posible su medición a través de encuestas aplicadas a los beneficiarios.		
Responsable de indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal Responsable del Servicio: Dirección de Políticas y Normas de Transporte Acuático y Logística - Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal.		
Limitaciones para la medición del indicador	Al ser un indicador de percepción su medición depende de la participación activa de los beneficiarios en los procesos de medición.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $Z = X/Y*100$ X = Número de asistencias técnicas para el planeamiento logístico de transporte regional con opinión favorable. Y = Número total de asistencias técnicas para el planeamiento logístico de transporte regional desarrolladas. <u>Especificaciones Técnicas:</u> - La percepción se mediará mediante la aplicación de encuestas que se realizarán al finalizar las asistencias técnicas. - La opinión favorable se medirá en una escala de Liker con valores de 1 a 5, y los valores de 4 y 5 representarán las valoraciones positivas.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal - DGPRTM solicita a la Dirección de Políticas y Normas de Transporte Acuático y Logística - DPNTAL, información anual de los procesos de asistencia técnica a gobiernos regionales, para la planificación logística. - La DGPRTM, sistematiza la información y realiza el cálculo del indicador. - La DGPRTM y DPNTAL, realizan el análisis del indicador de cara a los reportes de cumplimiento y seguimiento. - La DGPRTM reporta indicador calculado a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR.		
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones Base de datos: Registros de la Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal		

	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0	75%	80%	80%	83%	83%	85%	85%	87%	87%	87%	92%
Valor absoluto	0	3/4	4/5	4/5	5/6	5/6	6/7	6/7	7/8	7/8	7/8	12/13

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo Prioritario	OP2. Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.		
Lineamiento	L2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.		
Nombre del servicio	S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional fiable en beneficio de empresas exportadoras.		
Nombre del indicador	Número de Gobiernos Regionales que reciben asistencia técnica para el planeamiento logístico.		
Justificación	El indicador permite medir la cobertura de Gobiernos Regionales en los que se ejecutan asistencias técnicas, para fortalecer capacidades en la planificación, gestión y optimización de sistemas logísticos y de transporte a nivel regional. Su medición es viable, ya que se basa en datos de los registros administrativos. Además, el indicador tiene una vinculación con el servicio brindado.		
Responsable de indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal Responsable del Servicio: Dirección de Políticas y Normas de Transporte Acuático y Logística - Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal.		
Limitaciones para la medición del indicador	Requiere de un sistema de registro adecuado para evitar duplicaciones o subregistros, así como la diferenciación entre asistencias técnicas y otras actividades de apoyo.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $\sum Xi$ Xi = Gobierno Regional en el que se realiza al menos una asistencia técnica para el planeamiento logístico. $Xi = [1, 26]$ <u>Especificaciones Técnicas:</u> Consiste en la sumatoria del número de Gobiernos Regionales que reciben asistencias técnicas realizadas durante el año fiscal.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal -DGPRTM solicita a la Dirección de Políticas y Normas de Transporte Acuático y Logística -DPNTAL, información anual de los procesos de asistencia técnica a gobiernos regionales, para la planificación logística. - La DGPRTM, sistematiza la información y realiza el cálculo del indicador. - La DGPRTM y DPNTAL, realizan el análisis del indicador de cara a los reportes de cumplimiento y seguimiento.		

	4. La DGPRTM reporta indicador calculado a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR.											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones Base de datos: Registros de la Dirección General de Políticas y Regulación en Transporte Multimodal.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor agregado	0	4	5	5	6	6	7	7	8	8	8	13

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.1. Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.		
Nombre del servicio	S3.1.1: Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.		
Nombre del indicador	Porcentaje de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizadas de manera oportuna.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar las capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador que se han ejecutado, de manera efectiva y dentro de los plazos establecidos, dirigidas a sus beneficiarios. Su medición es viable, ya que se basa en la planificación anual y en los registros administrativos generados, lo que garantiza la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo. Además, el indicador tiene una vinculación temática directa con el servicio brindado, ya que permite medir la eficacia temporal en la provisión del servicio.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $(A / B) * 100$ A= Número de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizadas oportunamente en el año "t" B= Total de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador programadas en el año "t" t = Año que se ejecutó la intervención. Especificaciones técnicas: Se consideran como capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizadas oportunamente aquellas que se ejecutaron dentro del plazo establecido en la Planificación Anual de la Ruta Productiva Exportadora. Asimismo, se entiende por capacitaciones técnicas desarrollo productivo exportador programadas en el año "t", al total de capacitaciones técnicas programadas a inicios de dicho año.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a PRODUCE, MINAM y MIDAGRI, entidades proveedoras del servicio, el reporte de la programación de capacitaciones técnicas en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la programación de capacitaciones técnicas programadas por el MINCETUR. 2. La DDCOE solicita a PRODUCE, MINAM y MIDAGRI, entidades proveedoras del servicio, el reporte de las capacitaciones técnicas realizadas efectivamente de		

	manera oportuna durante el año “t”. De igual forma, consolida la información correspondiente a las capacitaciones técnicas realizadas por el MINCETUR. 3. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador, analiza los resultados. 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PRODUCE, MINAM y MIDAGRI Base de datos del MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos del PRODUCE: Registros administrativos de la entidad Base de datos del MINAM: Registros administrativos de la entidad Base de datos del MIDAGRI: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	90%	90%	90%	90%	90%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	97%
Valor absoluto	91/101	100/111	101/112	102/113	103/114	109/115	110/116	111/117	112/118	113/119	114/120	126/130

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.		
Nombre del servicio	S3.1.1 Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.		
Nombre del indicador	Número de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizados.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar el alcance de las capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador brindadas, su medición es viable, ya que se basa en los registros administrativos generados por las entidades, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo. Además, el indicador tiene una vinculación directa con el servicio brindado, ya que permite medir la eficacia temporal en la provisión del servicio.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $= \sum A$ A: número de capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador realizadas en el año "t" t: año que se ejecutó la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> Se consideran capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador aquellas realizadas en el marco de la Ruta Productiva Exportadora. Asimismo, se calcula bajo este indicador solo las capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras y con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La DDCOE solicita a PRODUCE, MINAM y MIDAGRI, en calidad de entidades proveedoras del servicio, la información de las capacitaciones técnicas en desarrollo productivo exportador ejecutadas durante el año "t". - La DDCOE consolida la información correspondiente a las capacitaciones técnicas realizadas, incluyendo su propia información. - La DDCOE realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. - La DDCOE analiza los resultados obtenidos - La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		

Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PRODUCE, MINAM y MIDAGRI											
	Base de datos del MINCETUR: Registros administrativos de la entidad											
	Base de datos del PRODUCE: Registros administrativos de la entidad											
	Base de datos del MINAM: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	101	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	130

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.1. Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.		
Nombre del servicio	S3.1.1: Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad y cumplimientos de requisitos de acceso de la oferta exportable de bienes realizadas de manera oportuna.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar la capacidad para ejecutar de manera efectiva y dentro de los plazos establecidos, las asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad. Su medición es viable, ya que se basa en la planificación anual y en los registros administrativos que cada entidad realiza, lo que garantiza la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo. Además, el indicador tiene una vinculación temática directa con el servicio brindado, ya que permite medir la eficacia temporal en la provisión del servicio.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones		
Método de cálculo	Fórmula: $(A / B) * 100$ A= Número de asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad y cumplimiento de requisitos de acceso realizadas de manera oportuna en el año “t” B= Total de asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad y cumplimiento de requisitos de acceso programadas en el año “t” t = Año en que se ejecutó la intervención. Especificaciones técnicas: - Se consideran como asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad realizadas de manera oportuna aquellas que se ejecutaron en el mes establecido en la Planificación Anual de cada entidad prestadora del servicio. Asimismo, se entiende por asistencias técnicas programadas en el año “t” al total de asistencias técnicas programadas durante dicho año. - Solo se contabilizarán las capacitaciones técnicas dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras o con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a PROMPERÚ, el reporte de la programación de asistencias técnicas en el año “t”. De igual forma, consolida la información correspondiente		

	a la programación de asistencias técnicas programadas por el MINCETUR, incluyendo aquellas realizadas en coordinación con INACAL. 2. La DDCOE solicita a PROMPERÚ el reporte de las asistencias técnicas realizadas efectivamente de manera oportuna durante el año “t”. De igual forma, consolida la información correspondiente a las asistencias técnicas realizadas por el MINCETUR, incluyendo aquellas realizadas en coordinación con INACAL. 3. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador, y analiza los resultados. 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PROMPERÚ. Base de datos de MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	70%	73%	75%	76%	78%	79%	80%	81%	82%	87%	88%	97%
Valor absoluto	7/10	11/15	12/16	13/17	14/18	15/19	16/20	17/21	18/22	20/23	21/24	29/30

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.		
Nombre del servicio	S3.1.1: Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.		
Nombre del indicador	Número de asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad y cumplimiento de requisitos de acceso de la oferta exportable de bienes realizadas.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar el alcance del servicio y refleja el esfuerzo por impulsar el aseguramiento de la calidad. Su medición es viable, ya que se basa en los registros administrativos generados por las entidades proveedoras del servicio, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo. Además, el indicador tiene una vinculación temática directa con el servicio brindado, ya que permite medir la eficacia temporal en la provisión del servicio.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $= \sum A$ A: número de asistencias técnicas realizadas para el aseguramiento de la calidad y cumplimiento de requisitos de acceso en el año "t" t: año de ejecución de la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> Se calcula bajo este indicador solo las asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras y con potencial exportador, incluyendo las que se realizan bajo la misma temática en el marco de la RPE.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura

Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a PROMPERÚ, el informe de las asistencias técnicas para el aseguramiento de la calidad ejecutadas durante el año “t”. 2. La DDCOE consolida la información correspondiente a las asistencias técnicas realizadas por el Mincetur, incluyendo las realizadas en coordinación con INACAL. 3. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador y analiza los resultados obtenidos 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PROMPERÚ. Base de datos MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	10	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	30

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.1. Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.		
Nombre del servicio	S3.1.2: Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportuno dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas de manera oportuna.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar la capacidad de ejecución para implementar de manera efectiva y dentro de los plazos previstos las asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios. Su medición es viable, ya que se basa en la planificación anual y en los registros administrativos generados por cada entidad prestadora de servicio, lo que garantiza la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones		
Método de cálculo	Fórmula: $(A / B) * 100$ A= Número de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas de manera oportuna en el año "t" B= Número de asistencias técnicas programadas en el año "t" t = Año de la ejecución de la intervención. Especificaciones técnicas: - Se consideran como asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas oportunamente aquellas que se llevaron a cabo dentro del mes establecido en la Planificación Anual de las entidades prestadoras del servicio. Asimismo, se entiende por asistencias técnicas programadas en el año "t" al total de asistencias técnicas programadas durante dicho año. - Solo se contabilizarán las asistencias técnicas dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras o con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	- La DDCOE solicita a PROMPERÚ, el reporte de la programación de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la programación de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios incluyendo su propia información. - La DDCOE solicita a PROMPERÚ, el reporte de las asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas efectivamente de manera oportuna en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente		

	a la ejecución de manera oportuna de las asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios por el MINCETUR. 3. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador, y analiza los resultados. 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR y PROMPERÚ Base de datos MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	63%	70%	70%	82%	82%	83%	83%	85%	85%	86%	86%	95%
	5/8	7/10	7/10	9/11	9/11	10/12	10/12	11/13	11/13	12/14	12/14	19/20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.1. Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.		
Nombre del servicio	S3.1.2: Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportuno dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Número de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar el alcance del servicio y refleja el esfuerzo por impulsar el desarrollo exportador de servicios. Su medición es viable, ya que se basa en los registros administrativos generados por las entidades proveedoras del servicio, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $= \sum A$ A: número de asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas en el año "t" t: año en evaluación. Especificaciones técnicas: Se calcula bajo este indicador solo las asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras y con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a PROMPERÚ, el reporte de las asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios realizadas en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la ejecución de las asistencias técnicas en desarrollo de la exportación, incluyendo su propia información. 2. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador y analiza los resultados obtenidos. 3. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR y PROMPERÚ Base de datos MINCETUR: Registros administrativos de la entidad		

	Base de datos PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor agregado	8	10	10	11	11	12	12	13	13	14	14	20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.2. Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.		
Nombre del servicio	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuno para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas para el fortalecimiento de modelos asociativos y encadenamientos productivos, realizadas oportunamente.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar la capacidad de ejecución para implementar de manera efectiva y dentro de los plazos previstos las asistencias técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos. Su medición es viable, ya que se basa en la planificación anual y en los registros administrativos generados por cada entidad proveedora del servicio, lo que garantiza la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $(A / B) * 100$ A= Número de asistencias técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos realizadas oportunamente en el año "t" B= Total de asistencias técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos programadas en el año "t" t = Año de evaluación <u>Especificaciones técnicas:</u> - Se consideran como asistencias técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos realizadas oportunamente ah aquellas que se llevaron a cabo en el mes establecido en la planificación anual de las entidades prestadoras del servicio. Asimismo, se entiende por asistencias técnicas programadas en el año "t" al total de asistencias técnicas programadas durante dicho año. - Solo se contabilizarán las asistencias técnicas dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras o con potencial exportador. - Dentro de las asistencias técnicas se incluyen las capacitaciones.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y	1. La DDCOE solicita a MIDAGRI, PROMPERÚ y PRODUCE, el reporte de la programación de capacitaciones técnicas para la adopción de modelos asociativos		

análisis	y encadenamientos productivos en el año “t”. De igual forma, consolida la información correspondiente a la programación de capacitaciones técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos incluyendo su propia información. 2. La DDCOE solicita a MIDAGRI, PROMPERÚ y PRODUCE, el reporte de las capacitaciones técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos realizadas efectivamente de manera oportuna en el año “t”. De igual forma, consolida la información correspondiente a la ejecución de manera oportuna de las capacitaciones técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos incluyendo su propia información. 3. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador y analiza los resultados obtenidos. 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PRODUCE, MIDAGRI y PROMPERU Base de datos de MINCETUR: Registros administrativos de la entidad. Base de datos de PRODUCE: Registros administrativos de la entidad. Base de datos de MIDAGRI: Registros administrativos de la entidad. Base de datos de PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor	70%	75%	75%	77%	77%	79%	79%	80%	80%	88%	88%	95%
Valor absoluto	7/10	9/12	9/12	10/13	10/13	11/14	11/14	12/15	12/15	14/16	14/16	19/20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DEL SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador		
Lineamiento de la política	L3.2. Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.		
Nombre del servicio	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuno para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.		
Nombre del indicador	Número de asistencias técnicas para el fortalecimiento de los modelos asociativos y encadenamientos productivos realizadas.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar el alcance del servicio y refleja el esfuerzo por impulsar los modelos asociativos y encadenamientos productivos. Su medición es viable, ya que se basa en los registros administrativos generados por las entidades proveedoras del servicio, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsable del indicador	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones		
Método de cálculo	Fórmula: $= \sum A$ A: número de asistencias técnicas para el fortalecimiento de los modelos asociativos y encadenamientos productivos realizadas en el año "t" t: año en evaluación Especificaciones técnicas: - Se calculan bajo este indicador solo las asistencias técnicas para el fortalecimiento de los modelos asociativos y encadenamientos productivos dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador. - Dentro de las asistencias técnicas se incluyen las capacitaciones.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a MIDAGRI, PROMPERÚ y PRODUCE, el reporte de las capacitaciones técnicas para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos realizadas en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la ejecución de las capacitaciones técnicas		

	para la adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos incluyendo su propia información. 2. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador, y analiza los resultados. 3. La DDCOR reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PRODUCE, MIDAGRI y PROMPERU. Base de datos MINCETUR: Registros administrativas de la entidad. Base de datos PRODUCE: Registros administrativas de la entidad. Base de datos MIDAGRI: Registros administrativas de la entidad. Base de datos PROMPERÚ: Registros administrativas de la entidad.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	10	12	12	13	13	14	14	15	15	16	16	20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios para de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.4. Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.		
Nombre del servicio	S3.4.1: Financiamiento para la internacionalización oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Porcentaje de recursos no reembolsables ejecutados de manera oportuna.		
Justificación	Este indicador es fundamental para monitorear el nivel de ejecución eficiente y oportuna de los recursos no reembolsables otorgados por el programa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y refleja directamente la capacidad del Estado para cumplir con los compromisos financieros asumidos con las empresas beneficiarias y apoyar de manera efectiva sus procesos de internacionalización. Una ejecución oportuna de los recursos garantiza que las empresas cuenten con el financiamiento necesario en los momentos clave de sus planes de promoción internacional, lo cual incide positivamente en su competitividad, capacidad exportadora y sostenibilidad en los mercados globales. Además, este indicador es factible de ser calculado dado que la entidad cuenta con los registros de los avances de los recursos otorgados por el servicio.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información de datos e información: Operador del Programa de Apoyo a la Internacionalización. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Formula: $\text{Indicador} = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A= Monto de recursos no reembolsables ejecutados de manera oportuna en el año T (S/. millones). B= Monto total de recursos no reembolsables programados para el año T (S/. millones). T = Año en que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Se consideran recursos no reembolsables aquellos obtenidos a través del fondo concursable. - La programación de los recursos no reembolsables a ejecutar en el marco del servicio se basa en los fondos asignados. - Se consideran recursos no reembolsables ejecutados de manera oportuna, los que se realizan en el mes establecidos en la planificación anual.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección y análisis	1. El operador del Programa de Apoyo a la Internacionalización enviará a la Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del MINCETUR los datos necesarios para la construcción del indicador. 2. La DFCE consolida la información. 3. La DFCE realiza el procesamiento de datos para el cálculo del indicador. 4. La DFCE analiza la información y reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. 5. La DGFCE reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Mincetur Base de datos: Informe trimestral del Operador del Programa de Apoyo a la Internacionalización, presentando a COFIDE y a Mincetur.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	91.5%	91.50 %	91.9%	92.3%	92.7%	93.1%	93.4%	93.8%	94.2%	94.6%	95.0%	96.0%
Valor absoluto	3.30/3.53	5.91/6.46	5.94/6.46	5.96/6.46	5.99/6.46	6.01/6.46	6.04/6.46	6.06/6.46	6.09/6.46	6.11/6.46	6.14/6.46	6.20/6.46

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS		
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios para de las empresas exportadoras y con potencial exportador.	
Lineamiento de la política	L3.4. Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	
Nombre del servicio	S3.4.1: Financiamiento para la internacionalización oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.	
Nombre del indicador	Número de empresas beneficiarias que acceden al Programa de Apoyo a la Internacionalización.	
Justificación	Este indicador permite conocer cuántas empresas reciben oportunamente los beneficios del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), lo cual es clave para asegurar el impacto real y efectivo de la política pública en el fortalecimiento de la capacidad exportadora del país. Por tanto, monitorear este indicador permite identificar brechas en los procesos de convocatoria, evaluación y desembolso, así como implementar mejoras en los procedimientos administrativos y en la coordinación con los beneficiarios. El indicador es de fácil medición, ya que se basa en registros administrativos del propio programa.	
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Operador del Programa de Apoyo a la Internacionalización. Responsable del Servicio: Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) – MINCETUR.	
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.	
Método de cálculo	Fórmula: $= \sum A$ A= Número de empresas beneficiadas hasta el año T (acumulado) por cada etapa. Especificaciones técnicas: Las empresas beneficiadas son aquellas que reciben el fondo no reembolsable al ser elegidas por el programa y logren firmar el contrato de recursos no reembolsables (acumulado) por cada etapa.	
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio Cobertura.
Proceso de recolección y análisis	- El operador del Programa de Apoyo a la Internacionalización enviará a la Dirección de Facilitación del Comercio Exterior (DFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo los datos necesarios para la construcción del indicador. - La DFCE consolida la información. - La DFCE realiza el procesamiento de datos para el cálculo del indicador. - La DFCE analiza la información y reporta la información a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior (DGFCE) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.	

	5. La DGFCE reporta la información a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Mincetur Base de datos: Informe trimestral del Operador del Programa de Apoyo a la Internacionalización.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	330	370	410	450	490	530	570	611	653	695	737	945

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer una oferta exportable, diversificada, sostenible y competitiva de bienes y servicios para el comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L3.4. Implementar medidas para fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.		
Nombre del servicio	S3.4.2. Cofinanciamientos no reembolsables, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.		
Nombre del indicador	Porcentaje de contratos de cofinanciamiento no reembolsables firmados oportunamente por empresas exportadoras.		
Justificación	El indicador mide el porcentaje de empresas exportadoras que están firmando los contratos de adjudicación de Recursos No Reembolsables en el tiempo establecido en los documentos de gestión de PROINNOVATE. Esto permitirá monitorear la eficiencia del servicio e identificar, en caso no se esté cumpliendo, problemas o complicaciones que las empresas exportadoras puedan presentar en este proceso, así como validar la coherencia del tiempo establecido en los documentos de gestión. Su medición es viable, ya que se basa en la planificación anual y en los registros generados, lo que garantiza la disponibilidad oportuna de la información necesaria para su cálculo.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Unidad de Monitoreo de PROINNOVATE. Responsable del servicio: Unidad de Monitoreo de PROINNOVATE.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se presentan limitaciones para la medición del indicador.		
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = (A/B) * 100$ Especificaciones técnicas: A= Número de contratos firmados oportunamente por las empresas exportadoras con proyectos aprobados. B= total de proyectos de empresas exportadoras, negociados en el año. especificaciones técnicas De acuerdo a la Directiva para la Gestión de Contratos de Adjudicación de Recursos No Reembolsables (RNR) que otorga el Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación - PROINNOVATE, se entiende como "Contrato firmado oportunamente" a aquel que se firma dentro del plazo de 30 días calendarios, contados a partir del envío de la propuesta de contrato, por PROINNOVATE. Se entiende por proyecto negociado, a aquel que ha pasado por el proceso de Reunión de planificación, y producto de este, se ha generado una propuesta de contrato de PROINNOVATE, la cual es enviada a la empresa para su firma.		
Sentido esperado del indicador	No definido	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	La Unidad de Monitoreo (UM) de PROINNOVATE consolida la información de todas las empresas que han superado la etapa de negociación, durante el año. La UM de PROINNOVATE eleva la información a la Dirección de Coordinación Técnica (DCT), para que esta a su vez, solicite la información a MINCETUR, sobre cuáles de las empresas identificadas en el paso anterior, son exportadoras.		

	La UM de PROINNOVATE realiza el procesamiento de la información para obtener el indicador. Las Unidades Técnicas de línea de PROINNOVATE, junto con la DCT, analizan la información. La UM reporta a la DCT y esta a su vez a la Dirección Ejecutiva (DE) de PROINNOVATE la estadística correspondiente. La DE de PROINNOVATE remite la información trabajada a Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior de MINCETUR.											
Fuente y base de datos	Fuente: PRODUCE. Base de datos: Archivo Excel generado con la información recogida través del sistema Inngenius 2.0 de PROINNOVATE, y filtrado con la información de empresas exportadoras que proporcione MINCETUR.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	100	95	100	100	98	98.3	100	100	98.4	100	98.7	100
Valor absoluto	37/37	19/20	30/30	40/40	49/50	59/60	70/70	70/70	64/65	65/65	74/75	85/85

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer una oferta exportable, diversificada, sostenible y competitiva de bienes y servicios para el comercio exterior en el país.		
Lineamiento de la política	L3.4. Implementar medidas para fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.		
Nombre del servicio	S3.4.2. Cofinanciamientos no reembolsables, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.		
Nombre del indicador	Número de empresas exportadoras beneficiarias de los fondos concursables realizados.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite conocer el alcance de las empresas exportadoras beneficiarias de los fondos concursables realizados al año. Esta acción mide el apoyo a empresas en acceso a fondos concursables, evaluando su impacto y optimizando estrategias. Facilita la identificación de brechas y fortalece el ecosistema empresarial. Su medición es viable, ya que se basa en los registros generados, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: La Unidad de Monitoreo de PROINNOVATE. Responsable del Servicio: La Unidad de Monitoreo de PROINNOVATE.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones para la medición del indicador.		
Método de cálculo	Fórmula: ΣA A= Número total de empresas exportadoras beneficiarias de programas de cofinanciamiento impulsados por PRODUCE - PROINNOVATE. Especificaciones técnicas: Se entiende como Empresas exportadoras beneficiarias a aquellas empresas que exportan y que han firmado un contrato de adjudicación de Recursos no Reembolsables (RNR) con ProInnovate, para ejecutar un proyecto, durante el año.		
Sentido esperado del indicador	No definido.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Unidad de Monitoreo (UM) de PROINNOVATE consolida la información de todas las empresas que han superado la etapa de negociación, durante el año. 2. La UM de PROINNOVATE eleva la información a la Dirección de Coordinación Técnica (DCT), para que esta a su vez, solicite la información a MINCETUR, sobre cuáles de las empresas identificadas en el paso anterior, son exportadoras. 3. La UM de PROINNOVATE realiza el procesamiento de la información para obtener el indicador.		

	4. Las Unidades Técnicas de línea de PROINNOVATE, junto con la DCT, analizan la información. 5. La UM reporta a la DCT y esta a su vez a la Dirección Ejecutiva (DE) de PROINNOVATE la estadística correspondiente. 6. La DE de PROINNOVATE remite la información trabajada a Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior de MINCETUR.											
Fuente y base de datos	Fuente: PRODUCE. Base de datos: Archivo Excel generado con la información recogida través del sistema Inngenius 2.0 de PROINNOVATE, y filtrado con la información de empresas exportadoras que proporcione MINCETUR.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	37*	20	30	40	50	60	70	70	65	65	75	85

* La proyección del indicador se basa en registros históricos.

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	Fortalecer una oferta exportable, diversificada, sostenible y competitiva de bienes y servicios para el comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	Implementar medidas para fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del servicio	S3.4.2. Cofinanciamientos no reembolsables, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.
Nombre del indicador	Porcentaje de organizaciones agrarias con potencial exportador que reciben oportunamente el primer cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocios.
Justificación	Este indicador mide el porcentaje de organizaciones agrarias que, tras recibir cofinanciamiento de Agroideas, logran integrarse de manera directa o indirecta a los mercados internacionales. Aunque el objetivo de Agroideas no es directamente lograr que una organización acceda a la exportación, sí contribuye al fortalecimiento de la oferta exportable al brindar herramientas clave para mejorar su competitividad y facilitar su vinculación con acopiadores o empresas agroexportadoras. El seguimiento de este indicador proporciona información valiosa para evaluar el resultado del cofinanciamiento en la capacidad de los productores para insertarse en cadenas de valor con potencial exportador. Además, permite identificar oportunidades de mejora en los mecanismos de apoyo, optimizar estrategias de promoción comercial y fortalecer acciones complementarias, asegurando que un mayor número de productores pueda avanzar hacia una integración sostenible en el comercio exterior.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas (DGESEP) del MIDAGRI. Responsable del Servicio: Unidad de Negocios - AGROIDEAS
Limitaciones para la medición del indicador	La información proviene de los registros administrativos de las entidades que prestan el servicio. Estos datos pueden actualizarse posteriormente debido a posibles retrasos en el reporte por parte de los agentes responsables del envío de la información.
Método de cálculo	<u>Formula</u> $\text{Indicador} = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100\%$ A_n = Número de organizaciones agrarias con potencial exportador que recibieron oportunamente el primer cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocio. B_n = Número de organizaciones agrarias con potencial exportador que tienen programado recibir el primer cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocio. <u>Especificaciones técnicas:</u> Organizaciones agrarias que recibieron oportunamente el primer cofinanciamiento no reembolsable: Se refiere a las organizaciones agrarias que recibieron, dentro del plazo establecido, el primer desembolso del cofinanciamiento no reembolsable para la ejecución de planes de negocio de los incentivos de adopción de tecnología y gestión empresarial. - Se consideran únicamente aquellas organizaciones agrarias que, al suscribir convenio con el programa Agroideas, reciben el primer desembolso del

cofinanciamiento dentro del plazo establecido en el instructivo correspondiente: 90 días calendarios para el incentivo de adopción de tecnología y 30 días calendarios para gestión empresarial.

- No considera como primer desembolso el pago al formulador del plan de negocio.
- **organizaciones agrarias que recibieron el cofinanciamiento no reembolsable:** Se refiere a todas las organizaciones agrarias que suscribieron convenio con el programa Agroideas para acceder al cofinanciamiento no reembolsable de los incentivos de adopción de tecnología y gestión empresarial y que tenían previsto realizar el primer desembolso del cofinanciamiento en el año de medición.
- El cálculo se consolida al cierre de cada año, considerando en el numerador a las organizaciones agrarias que, al finalizar el plazo previsto para el primer desembolso del cofinanciamiento durante el año de medición, hayan recibido oportunamente dicho cofinanciamiento no reembolsable para elaborar su plan de negocio; y en el denominador, a la totalidad de organizaciones agrarias cuyos convenios tenían previsto realizar el primer desembolso durante el año de medición.
- El Plan de negocio, es un documento que impulsa la transformación productiva, contiene alternativas tecnológicas para mejorar los sistemas de producción y comercialización generando valor agregado.
- Una organización agraria con potencial exportador considera a las organizaciones que accedieron a un plan de negocio del incentivo de adopción de tecnología y gestión empresarial vinculadas a las siguientes cadenas productivas:
 - Café
 - Cacao
 - Quinua
 - Palta
 - Banano Orgánico
 - Panela
 - Vid
 - Mango
 - Palma Aceitera
 - Alpaca
 - Vicuña
 - Orégano
 - Tara
 - Jengibre
 - Papa Nativa
 - Hongos
 - Naranja

	- Piña - Fresa - Maracuyá - Granada - Aguaymanto - Palmito - Arándanos - Espárragos - Entre otras cadenas con potencial exportador que cofinancia Agroideas.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente				Tipo de indicador de servicio				Calidad			
Proceso de recolección y análisis	1. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), a través de la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior, solicita información del indicador a la Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas (DGESEP) del MIDAGRI; la cual solicitará dicha información al Programa de Compensaciones para la Competitividad – AGROIDEAS. 2. AGROIDEAS, recibe la solicitud e identifica, analiza, y consolida la información del indicador y remite a la DGESEP del MIDAGRI. . 3. La DGESEP del MIDAGRI valida la información y remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR. 4. La Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR revisa y valida la información correspondiente al periodo de medición.											
Fuente y base de datos	Fuente: Programa de Compensaciones para la Competitividad - AGROIDEAS Bases de Datos: Registros administrativos del Programa de Compensaciones para la Competitividad – AGROIDEAS											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	67%	73%	77%	79%	80%	87%	87%	87%	88%	90%	90%	90%
Valor absoluto	$\frac{55}{82}$	$\frac{45}{61}$	$\frac{47}{61}$	$\frac{50}{63}$	$\frac{51}{63}$	$\frac{55}{64}$	$\frac{57}{66}$	$\frac{62}{71}$	$\frac{63}{72}$	$\frac{65}{72}$	$\frac{68}{75}$	$\frac{76}{85}$

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer una oferta exportable, diversificada, sostenible y competitiva de bienes y servicios para el comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L3.4 Implementar medidas para fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del servicio	S3.4.2. Cofinanciamientos no reembolsables, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.
Nombre del indicador	Número de organizaciones agrarias con potencial exportador que acceden al cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocios.
Justificación	Este indicador mide la efectividad de las acciones orientadas a facilitar el acceso de las empresas y/o organizaciones agrarias a financiamiento no reembolsables, garantizando su eficiencia y cumplimiento. Su medición permite optimizar la asignación de recursos, mejorar la planificación estratégica y fortalecer la transparencia. El seguimiento de este indicador permite focalizar estrategias y optimizar esfuerzos para la promoción y difusión de estos mecanismos, asegurando que un mayor número de empresas y/o organizaciones agrarias puedan beneficiarse. Además, proporciona información relevante para evaluar la accesibilidad y pertinencia de los requisitos de financiamiento, con el fin de ampliar las oportunidades de las empresas y/o productores agrarios en el mercado y fortalecer su oferta productiva, así como la capacidad de exportación.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas (DGESEP) del MIDAGRI. Responsable del Servicio: Unidad de Negocios - AGROIDEAS
Limitaciones para la medición del indicador	La información proviene de los registros administrativos de las entidades que prestan el servicio. Estos datos pueden actualizarse posteriormente debido a posibles retrasos en el reporte por parte de los agentes responsables del envío de la información.
Método de cálculo	<u>Fórmula de cálculo:</u> $Indicador = \sum A_n$ <u>Donde:</u> A_n = Número de organizaciones agrarias con potencial exportador que acceden al cofinanciamiento no reembolsable. <u>Especificaciones técnicas:</u> Organizaciones agrarias que acceden al cofinanciamiento no reembolsable: Se refiere a las organizaciones agrarias que acceden por primera vez al cofinanciamiento de planes de negocio de los incentivos de adopción de tecnología y gestión empresarial de cadenas vinculadas a la exportación. - Este indicador mide la cobertura al acceso al servicio de cofinanciamiento, considerando a las organizaciones agrarias que reciben el primer desembolso durante el primer año de ejecución del plan. Este criterio se aplica para evitar la duplicidad en el cálculo anual de beneficiarios, dado que los planes de negocio tienen una duración de tres años.

	- El cálculo se consolida al cierre de cada año, considerando a todas las Organizaciones Agrarias que hayan recibido el primer desembolso durante el año de medición. - El Plan de negocio, es un documento que impulsa la transformación productiva, contiene alternativas tecnológicas para mejorar los sistemas de producción y comercialización generando valor agregado. - Una organización agraria con potencial exportador considera a las organizaciones que accedieron a un plan de negocio del incentivo de adopción de tecnología y gestión empresarial vinculadas a las siguientes cadenas productivas priorizadas.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente.				Tipo de Indicador de Servicio					Cobertura		
Proceso y recolección de datos	- El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), a través de la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior, solicita información del indicador a la Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas (DGESEP) del MIDAGRI la cual solicitara dicha información al Programa de Compensaciones para la Competitividad – AGROIDEAS. - AGROIDEAS, recibe la solicitud e identifica, analiza, y consolida la información del indicador y remite a la DGESEP del MIDAGRI. - La DGESEP del MIDAGRI valida la información y remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR. - La Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del MINCETUR revisa y valida la información correspondiente al periodo de medición.											
Fuente y base de datos	Fuente: Programa de Compensaciones para la Competitividad - AGROIDEAS Bases de Datos: Registros administrativos del Programa de Compensaciones para la Competitividad - AGROIDEAS											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor	93*	59	60	62	63	65	67	69	71	72	76	95

* En el año 2023 el Programa recibió mayor asignación de recursos en el marco de la estrategia "Con Punche Perú", lo cual permitió aprobar mayor cantidad de planes en el año 2024.

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador		
Lineamiento de la política	L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios		
Nombre del servicio	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.		
Nombre del indicador	Porcentaje de capacitaciones técnicas realizadas en innovación en los plazos establecidos.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar la capacidad de ejecución para implementar de manera efectiva y dentro de los plazos previstos las capacitaciones técnicas en innovación. Su medición es viable, ya que se basa en la planificación anual y en los registros administrativos generados por cada entidad proveedora, lo que garantiza la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $(A / B) * 100$ A= Número de capacitaciones técnicas en innovación realizadas en los plazos establecidos en el año "t" B= Total de capacitaciones técnicas en innovación programadas en el año "t" t = Año de evaluación Especificaciones técnicas: - Se consideran capacitaciones técnicas en innovación realizadas según lo programado aquellas que se ejecutaron dentro del mes establecido en la planificación anual de las entidades prestadoras del servicio. Asimismo, se entiende por capacitaciones técnicas en innovación programadas en el año "t" al total de actividades planificadas para ese periodo. - Solo se contabilizarán las capacitaciones técnicas dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras o con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	- La DDCOE solicita a PROMPERÚ, PRODUCE, ITP e INIA, el reporte de la programación de capacitaciones técnicas en innovación en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la programación de capacitaciones técnicas en innovación programadas, incluyendo su propia información. - La DDCOE solicita a PROMPERÚ, PRODUCE, ITP e INIA, el reporte de las capacitaciones técnicas en innovación realizadas efectivamente de manera oportuna en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la ejecución de manera oportuna de sus capacitaciones técnicas realizadas.		

	3. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador y analiza los resultados. 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PROMPERU, PRODUCE, ITP e INIA Base de datos de MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PRODUCE: Registros administrativos de la entidad Base de datos de ITP: Registros administrativos de la entidad Base de datos de INIA: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0*	70%	70%	73%	73%	75%	75%	77%	77%	86%	86%	95%
Valor absoluto	0*	7/10	7/10	8/11	8/11	9/12	9/12	10/13	10/13	12/14	12/14	19/20

*En el periodo no se realizaron las mediciones de la oportunidad del servicio.

FICHA TECNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Lineamiento de la política	L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.		
Nombre del servicio	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.		
Nombre del indicador	Número de capacitaciones técnicas en innovación realizadas para el desarrollo de la oferta exportable de bienes.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar el alcance del servicio y refleja el esfuerzo por impulsar la innovación. Su medición es viable, ya que se basa en los registros administrativos generados por las entidades proveedoras del servicio, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $= \sum A$ A: número de capacitaciones técnicas en innovación realizadas en el año "t" t: año en evaluación <u>Especificaciones técnicas:</u> Se calculan bajo este indicador solo las capacitaciones técnicas en innovación dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras y con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a PROMPERÚ, PRODUCE, ITP e INIA, el reporte de las capacitaciones técnicas en innovación realizadas en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la ejecución de las capacitaciones técnicas en innovación, incluyendo su propia información. 2. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador y analiza los resultados obtenidos. 3. DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PROMPERU, PRODUCE, ITP e INIA Base de datos de MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PRODUCE: Registros administrativos de la entidad		

	Base de datos de ITP: Registros administrativos de la entidad Base de datos de INIA: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	7	10	10	11	11	12	12	13	13	14	14	20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer una oferta exportable, diversificada, sostenible y competitiva de bienes y servicios para el comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L3.5. Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S3.5.1. Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.
Nombre del indicador	Número de servicios tecnológicos brindados por la red cite a empresas exportadoras e importadores oportunamente.
Justificación	Este indicador es relevante porque permite medir la cantidad de servicios tecnológicos que se han brindado, capacitación y/o asistencia técnica, a empresas exportadoras e importadores, que coadyuva a la mejora de la calidad de sus productos, incorporando nuevas tecnologías e innovando sus procesos productivos. Además, su medición es factible ya que se cuenta con los registros. Asimismo, este indicador se vincula directamente con el Servicio.
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: La Dirección de Seguimiento y Evaluación del Instituto Tecnológico de la Producción. Responsable del Servicio: Instituto Tecnológico de la Producción
Limitaciones para la medición del indicador	- La limitación de la información, es la identificación que empresa es exportadora e importadora, dado que, en la actualidad para identificar a las empresas, se toma en cuenta la base de datos del Ministerio de la Producción que corresponde a la población objetivo del Programa Presupuestal 093 “Desarrollo Productivo de las Empresas”. - El cálculo del indicador está limitado a la contratación de personal especializado, ya que se requiere la revisión de medios de verificación, validación y seguimientos de los servicios tecnológicos.
Método de cálculo	Fórmula: $\sum(A)$ A: Número de servicios tecnológicos brindados por la red CITE a empresas exportadoras e importadores oportunamente. Especificaciones técnicas Servicio Oportuno: Se considera que el servicio es oportuno si su ejecución se da de acuerdo a los tiempos establecidos en el “Marco conceptual para la programación, ejecución y control de servicios que brinda el ITP y actividades de articulación con socios estratégicos” vigente y sus actualizaciones. Empresas atendidas: Se consideran a todas las empresas exportadoras e importadoras que han recibido servicios tecnológicos por la Red CITE constituidas como personas jurídicas. Para obtener la información de empresas exportadoras e importadoras que recibieron servicios tecnológicos por la red CITE, se realizarán coordinaciones con MINCETUR, para la identificación respectiva. Servicios tecnológicos: comprende a “Capacitación” y “Asistencia Técnica”, según “Marco Conceptual para la programación, ejecución y control de servicios que brinda el ITP y actividades de articulación con socios estratégicos” vigente y sus actualizaciones. Servicios tecnológicos: los servicios tecnológicos que se encuentran establecidos en el “Marco Conceptual para la programación, ejecución y control de servicios que brinda el ITP y actividades de articulación con socios estratégicos” (https://www.gob.pe/institucion/itp/normas-legales/6779419-102-2025-itp) vigente del ITP y sus actualizaciones, el cual, entre otros, define y establece los requisitos de los servicios tecnológicos de Capacitación y Asistencia Técnica. Cabe indicar que, para la entrega de los servicios tecnológicos, se establecen tarifarios que se calculan en base a la Directiva “Metodología para la determinación de tarifas

	basada en costos del ITP” sobre el cual se aplican esquemas promocionales, de acuerdo a la Directiva “Disposiciones sobre el diseño y aplicación de esquemas promocionales para el acceso a los servicios tecnológicos que brinda el Instituto Tecnológico de la Producción (ITP)”. Así también, los servicios tecnológicos implicados son entregados en el marco del Programa Presupuestal 093 “Desarrollo Productivo de las Empresas”.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente				Tipo de indicador de servicio				Calidad			
Proceso de recolección y análisis	1) La recopilación de la información es realizada por la Dirección de Seguimiento y Evaluación (DSE); la cual lo realiza en coordinación Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica (CITE Publico) 2) El Instituto Tecnológico de la Producción, solicita la información de empresas exportadoras e importadoras al Mincetur para cruce de información. 3) El cálculo del indicador lo realiza la Dirección de Seguimiento y Evaluación 4) El análisis del indicador lo realiza la Dirección de Seguimiento y Evaluación en coordinación con el Instituto Tecnológico de la Producción 5) La OPPM remite al MINCETUR el reporte donde se incluya el Número de empresas exportadoras e importadoras; en base a la información y análisis recibido por la DSE.											
Fuente y base de datos	Fuente: Instituto Tecnológico de la Producción (CITE público). Base de datos: Reporte de servicios brindados oportunamente realizado por la DSE											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	2008	2,081	2,118	2,156	2,193	2,231	2,269	2,306	2,344	2,381	2,419	2,607

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer una oferta exportable, diversificada, sostenible y competitiva de bienes y servicios para el comercio exterior en el país.
Lineamiento de la política	L3.5. Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S3.5.1. Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.
Nombre del indicador	Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras atendidas en el año por la Red CITE.
Justificación	Medir el porcentaje de empresas exportadoras e importadoras del total de empresas atendidas por el ITP, ayuda a la focalización a empresas exportadoras e importadoras de intervenciones, y permitirá el desarrollo de estrategias a futuro, respecto al crecimiento de la cobertura de servicios brindados. Además, el indicador tiene una vinculación temática directa con el servicio brindado.
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: La Dirección de Seguimiento y Evaluación Responsable del Servicio: Instituto Tecnológico de la Producción
Limitaciones para la medición del indicador	- La limitación de la información, es la identificación que empresa es exportadora e importadora dado que, en la actualidad para identificar a las empresas, se toma en cuenta la base de datos del Ministerio de la Producción que corresponde a la población objetivo del Programa Presupuestal 093 “Desarrollo Productivo de las Empresas”. - El cálculo del indicador está limitado a la contratación de personal especializado, ya que se requiere la revisión de medios de verificación, validación y seguimientos de los servicios tecnológicos.
Método de cálculo	Fórmula: $C = (A / B) * 100$ A= Número de empresas exportadoras e importadores atendidas oportunamente por servicios tecnológicos brindados por la Red CITE del ITP. B= Número de empresas atendidas por los servicios tecnológicos en el año por la Red CITE del ITP. C= Porcentaje de empresas exportadoras e importadoras atendidas en el año por la Red CITE. Especificaciones técnicas Servicio Oportuno: Se considera que el servicio es oportuno si su ejecución se da de acuerdo a los tiempos establecidos en el marco conceptual vigente y sus actualizaciones. Empresas atendidas: Se consideran a todas las empresas exportadoras e importadoras que han recibido servicios tecnológicos por la Red CITE, constituidas como personas jurídicas. Para obtener la información de empresas exportadoras e importadoras que recibieron servicios tecnológicos por la red CITE, se realizarán coordinaciones con MINCETUR, para la identificación respectiva. Servicios tecnológicos: comprende a “Capacitación” y “Asistencia Técnica”, según “Marco Conceptual para la programación, ejecución y control de servicios que brinda el ITP y actividades de articulación con socios estratégicos” vigente y sus actualizaciones. Servicios tecnológicos: los servicios tecnológicos que se encuentran establecidos en el “Marco Conceptual para la programación, ejecución y control de servicios que brinda el ITP y actividades de articulación con socios estratégicos” (https://www.gob.pe/institucion/itp/normas-legales/6779419-102-2025-itp) vigente del ITP y sus actualizaciones, el cual, entre otros, define y establece los requisitos de los servicios tecnológicos de Capacitación y Asistencia Técnica. Cabe indicar que se establecen tarifario que se calculan en base a la Directiva “Metodología para la determinación de tarifas basada en costos del ITP” sobre el cual se

	aplican esquemas promocionales, de acuerdo a la Directiva “Disposiciones sobre el diseño y aplicación de esquemas promocionales para el acceso a los servicios tecnológicos que brinda el Instituto Tecnológico de la Producción (ITP)”. Así también, los servicios tecnológicos implicados son entregados en el marco del Programa Presupuestal 093 “Desarrollo Productivo de las Empresas”.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio				Cobertura						
Proceso de recolección y análisis	La recopilación de la información es realizada por la Dirección de Seguimiento y Evaluación (DSE); la cual lo realiza en coordinación Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica (CITE Publico). El cálculo del indicador lo realiza la Dirección de Seguimiento y Evaluación. El análisis del indicador lo realiza la Dirección de Seguimiento y Evaluación en coordinación con el Instituto Tecnológico de la Producción. La OPPM remite al MINCETUR el reporte donde se incluya el Número de empresas exportadoras e importadoras; en base a la información y análisis recibido por la DSE.											
Fuente y base de datos	Fuente: Instituto Tecnológico de la Producción (CITE público). Base de datos: Reporte de servicios brindados oportunamente realizado por la DSE											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor Relativo	29.8%	31.4%	31.6%	31.7%	31.8%	31.9%	31.9%	32.0%	32.1%	32.1%	32.2%	32.3%
Valor absoluto	812 / 2723	1030 / 3279	1137 / 3602	1243 / 3924	1350 / 4247	1456 / 4570	1563 / 4893	1669 / 5216	1776 / 5538	1882 / 5861	1989 / 6184	2521 / 7798

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Elemento	Descripción		
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador		
Lineamiento de la política	L3.6 Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior		
Nombre del servicio	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas de manera oportuna		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar la capacidad de ejecución para implementar de manera efectiva y dentro de los plazos previstos las asistencias técnicas en gestión sostenible. Su medición es viable, ya que se basa en la planificación anual y en los registros administrativos generados por cada entidad proveedora, lo que garantiza la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsables	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $(A / B) * 100$ A= Número de asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas de manera oportuna en el año "t" B= Número de asistencias técnicas en gestión sostenible programadas en el año "t" t = Año de evaluación Especificaciones técnicas: - Se consideran asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas según lo programado aquellas que se ejecutaron dentro del mes establecido en la planificación anual de las entidades prestadoras del servicio. - Se entiende por asistencias técnicas en gestión sostenible programadas en el año 't' al total de actividades planificadas para ese periodo. - Solo se contabilizarán las asistencias técnicas dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras o con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	- La DDCOE solicita a PROMPERÚ, MINAM y PRODUCE, el reporte de la programación de asistencias técnicas en gestión sostenible en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la programación de asistencias técnicas en gestión sostenible programadas, incluyendo su propia información. - La DDCOE solicita a PROMPERÚ, MINAM y PRODUCE, el reporte de las asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas efectivamente de manera		

	oportuna en el año “t”. De igual forma, consolida la información correspondiente a la ejecución de manera oportuna de las asistencias técnicas en gestión sostenible, incluyendo su propia información. 3. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador y analiza los resultados obtenidos. 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PROMPERU, MINAM y PRODUCE Base de datos de MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PRODUCE: Registros administrativos de la entidad Base de datos de MINAM: Registros administrativos de la entidad											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	70%	75%	75%	77%	77%	79%	79%	80%	80%	88%	88%	95%
Valor absoluto	7/10	9/12	9/12	10/13	10/13	11/14	11/14	12/15	12/15	14/16	14/16	19/20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP3. Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador		
Lineamiento de la política	L3.6 Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior		
Nombre del servicio	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.		
Nombre del indicador	Número de asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas.		
Justificación	Este indicador es relevante porque permite evaluar el alcance del servicio y refleja el esfuerzo por impulsar la gestión sostenible. Su medición es viable, y ya que se basa en los registros administrativos generados por las entidades proveedoras del servicio, lo que asegura la disponibilidad oportuna y periódica de la información necesaria para su cálculo.		
Responsable del indicador	Responsables de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin limitaciones		
Método de cálculo	Fórmula: $= \sum A$ A: número de asistencias técnicas en gestión realizadas en el año "t" t: año en evaluación Especificaciones técnicas: Se calculan bajo este indicador solo las asistencias técnicas realizadas en gestión sostenible dirigidas a empresas y/o organizaciones exportadoras y con potencial exportador.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a PROMPERÚ, MINAM y PRODUCE, el reporte de las asistencias técnicas en gestión sostenible realizadas en el año "t". De igual forma, consolida la información correspondiente a la ejecución de las asistencias técnicas en gestión sostenible, incluyendo su propia información. 2. La DDCOE valida la consistencia de la información, calcula el indicador y analiza los resultados obtenidos. 3. La DDCOE, reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR, PROMPERU, MINAM y PRODUCE Base de datos de MINCETUR: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PROMPERÚ: Registros administrativos de la entidad Base de datos de PRODUCE: Registros administrativos de la entidad Base de datos de MINAM: Registros administrativos de la entidad		

	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	10	12	12	13	13	14	14	15	15	16	16	20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.
Lineamiento de la política	L4.1. Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor.
Nombre del servicio	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad oportuna para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.
Nombre del indicador	Porcentaje de acompañamientos técnicos realizados según lo programado.
Justificación	Este indicador mide la oportunidad del acompañamiento técnico brindado a las empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales (ZEE), buscando garantizar que dicho acompañamiento contribuya al aprovechamiento efectivo de las medidas y procesos facilitadores empleados en las ZEE. El indicador es factible de ser calculado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo dado que los acompañamientos técnicos serán contabilizados por esta entidad, tomando como insumo la información proporcionada por los sectores participantes, en las materias específicas que aborda el servicio y en cumplimiento de los plazos programados. Así mismo, el indicador se vincula directamente con la acción que forman parte de la estrategia de la mejora de la competitividad de las ZEE en la política.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = \frac{A}{B} * 100$ A = Acompañamientos técnicos ejecutados según lo programado. B= Número total de acompañamientos técnicos programados en el año “t”. “t” = Año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Los acompañamientos técnicos incluyen capacitaciones abiertas y asistencias personalizadas a los usuarios de las ZEE que puedan ser brindadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Ministerio de la Producción (Produce) y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) en las materias relacionadas al aprovechamiento de las ZEE. - Se consideran acompañamientos técnicos ejecutados según lo programado, los que se realizan en el mes establecido en la planificación anual, elaborada de forma conjunta con los sectores participantes.

Sentido esperado del indicador	Ascendente.					Tipo de indicador de servicio				Calidad		
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) solicita a la Dirección de Políticas de Produce, y la Intendencia Nacional de Desarrollo e Innovación Aduanera de SUNAT, la información respecto a los acompañamientos técnicos ejecutados. 2. La DZEE consolida la información incluyendo su propia información. 3. La DZEE calcula el indicador. 4. La DZEE analiza los resultados obtenidos. 5. La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Mincetur, Produce y SUNAT Base de datos: Reporte de ejecución de acompañamientos técnicos dirigido a las empresas usuarias de las ZEE.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor Relativo	0*	75%	75%	75%	75%	75%	88%	88%	88%	88%	88%	100%
Valor Absoluto	0*	6/8	6/8	6/8	6/8	6/8	7/8	7/8	7/8	7/8	7/8	8/8

*No hubo planificación de los pronunciamientos técnicos emitidos.

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.		
Lineamiento de la política	L4.1. Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor		
Nombre del servicio	S4.1.1 Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad oportuna para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del indicador	Número de empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales que participaron del servicio de acompañamiento técnico.		
Justificación	Este indicador cuantifica la entrega del servicio de acompañamiento técnico dirigido a las empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales (ZEE), para promover la correcta aplicación de las medidas orientadas a impulsar su competitividad en las ZEE. El indicador es factible de ser calculado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo dado que los participantes de los acompañamientos técnicos serán contabilizados por esta entidad, tomando como insumo la información proporcionada por los demás sectores, en las materias específicas que aborda el servicio y en cumplimiento de los plazos programados. Así mismo, el indicador se vincula directamente con la acción que forman parte de la estrategia de la mejora de la competitividad de las ZEE en la política.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = A$ A= Número de empresas usuarias que participaron del servicio de acompañamiento técnico. Especificaciones técnicas: - Se considera “empresa usuaria” o “usuario” a aquella persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que celebra un contrato de usuario o de cesión en uso oneroso de espacios físicos, según corresponda, con la Gerencia General de la ZEE; o aquel que adquiere la propiedad, a través de un contrato de compraventa, para realizar cualquiera de las actividades permitidas por Ley. - Se considera que la empresa usuaria ha participado del servicio de acompañamiento técnico cuando haya intervenido por única vez o de manera recurrente en las acciones de acompañamiento técnico.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) solicita a la Dirección de Políticas de Produce, y la Intendencia Nacional de Desarrollo e Innovación Aduanera de SUNAT, la información respecto a las empresas participantes de los acompañamientos técnicos ejecutados. - La DZEE consolida la información incluyendo su propia información. - La DZEE calcula el indicador. - La DZEE analiza los resultados obtenidos.		

	9. La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Mincetur, Produce y SUNAT Base de datos: Reporte de ejecución de acompañamientos técnicos dirigido a las empresas usuarias de las ZEE.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	0*	36	38	51	55	59	76	82	90	114	125	183

*No hubo contabilización de las empresas usuarias beneficiadas de los pronunciamientos técnicos.

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.
Lineamiento de la política	L4.1. Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor.
Nombre del servicio	S4.1.2 Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor realizadas según lo programado.
Justificación	El indicador busca medir la oportunidad con la que se brinda el servicio, considerando las intervenciones durante todo el proceso de articulación a las cadenas de valor, lo que incluye la identificación de oportunidades de encadenamiento, asistencias técnicas para el cumplimiento de regulaciones, estándares internacionales y buenas prácticas logísticas y difusión de oportunidades comerciales a las empresas de las Zonas Económicas Especiales. Además, el indicador es factible de ser calculado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, quien estará a cargo de la programación y ejecución de las asistencias técnicas, de manera coordinada con el Ministerio de la Producción, en las materias específicas que aborda el servicio y en cumplimiento de los plazos programados anualmente.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR.
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $Indicador = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A = Número de asistencias técnicas para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor efectuadas en el plazo. B = Total de asistencias técnicas para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor programadas en el año “t”. “t” = Año que se ejecuta la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> Las asistencias técnicas son intervenciones que abarcan estudios de diagnóstico e identificación de oportunidades, capacitaciones y difusión de oportunidades comerciales para las empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales.

	Se consideran asistencias técnicas efectuadas en el plazo, a las que se realizan en el mes establecido según la planificación anual.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente.						Tipo de indicador de servicio			Calidad		
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) solicita a la Dirección de Políticas de Produce, la información respecto al cumplimiento de las intervenciones según lo programado. - La DZEE consolida la información incluyendo su propia información. - La DZEE calcula el indicador. - La DZEE analiza los resultados obtenidos. - La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Mincetur y Produce. Base de datos: Reporte del programa de articulación con cadenas regionales y globales de valor.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0	75%	75%	75%	75%	75%	88%	88%	88%	88%	88%	100
Valor absoluto	0	6/8	6/8	6/8	6/8	6/8	7/8	7/8	7/8	7/8	7/8	8/8

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.		
Lineamiento de la política	L4.1. Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor.		
Nombre del servicio	S4.1.2 Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del indicador	Número de empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales que participaron de las asistencias técnicas para la articulación con cadenas de valor.		
Justificación	Este indicador busca medir las participaciones en las asistencias técnicas de las empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales para articularse en cadenas regionales o globales de valor. Dicha información es factible de ser calculada por la entidad responsable, ya que se cuenta con los reportes del programa de asistencia técnica, donde se detallan los beneficiarios directos de cada intervención ejecutada. Así mismo, el indicador se vincula directamente con la estrategia de mejora de competitividad de las ZEE de la política.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No todas las empresas completan el formato de seguimiento que permite llevar el conteo de empresas que participaron de las intervenciones para la articulación a las cadenas de valor.		
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = A$ A = Número de empresas usuarias de las Zonas Económicas Especiales que participaron en las asistencias técnicas para la articulación con cadenas de valor. Especificaciones Técnicas: - Se considera “empresa usuaria” o “usuario” a aquella persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que celebra un contrato de usuario o de cesión en uso oneroso de espacios físicos, según corresponda, con la Gerencia General de la ZEE; o aquel que adquiere la propiedad, a través de un contrato de compraventa, para realizar cualquiera de las actividades permitidas por Ley. - Las asistencias técnicas son intervenciones que abarcan estudios de diagnóstico e identificación de oportunidades, despliegue de capacitaciones y difusión de oportunidades comerciales para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) solicita a la Dirección de Políticas de Produce, la información respecto a las empresas participantes en las intervenciones del servicio.		

	2. La DZEE consolida la información incluyendo su propia información. 3. La DZEE calcula el indicador. 4. La DZEE analiza los resultados obtenidos. 5. La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Mincetur y Produce. Base de datos: Reporte del programa de articulación con cadenas regionales y globales de valor.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	0	36	38	41	44	47	51	55	60	65	72	91

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.		
Lineamiento de la política	L4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del servicio	S4.2.1 Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura de manera oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas para la gestión de las inversiones en infraestructura efectuadas según lo programado.		
Justificación	Este indicador mide la ejecución de acciones orientadas a brindar asistencia técnica oportuna para la gestión de las inversiones en infraestructura de las Zonas Económicas Especiales (ZEE), como entidades públicas. Dichas acciones serán efectuadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), tomando como base el proceso que deben seguir las ZEE para gestionar la inversión en el marco del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con el reporte del programa de asistencia técnica.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A = Número de asistencias técnicas para la gestión de las inversiones en infraestructura efectuadas según lo programado. B = Total de asistencias técnicas para la gestión de las inversiones en infraestructura programadas en el año “t”. “t” = Año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Las asistencias técnicas son intervenciones que abarcan la identificación, formulación, acompañamiento y seguimiento del proceso de gestión de inversiones de las ZEE. - Se considera que la asistencia técnica ha sido efectuada de acuerdo a lo programado cuando se ejecuta en el mes establecido según la planificación anual.		
Sentido esperado del indicador	No definido.	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) recopila la información. 2. La DZEE calcula el indicador. 3. La DZEE analiza los resultados obtenidos. 4. La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Zonas Económicas Especiales - MINCETUR Base de Datos: Reporte sobre las acciones de asistencia técnica para la gestión de las inversiones de las ZEE.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0	50%	50%	66%	66%	66%	75%	75%	75%	75%	75%	75%
Valor absoluto	0	1/2	1/2	2/3	2/3	2/3	3/4	3/4	3/4	3/4	3/4	3/4

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales (ZEE) en el comercio exterior peruano.		
Lineamiento de la política	L4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del servicio	S4.2.1 Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del indicador	Porcentaje de Zonas Económicas Especiales participantes de las asistencias técnicas para la gestión de las inversiones en infraestructura ejecutadas.		
Justificación	Este indicador mide el alcance de las acciones ejecutadas para brindar asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales, como entidades públicas. Es factible de ser medido por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través de los reportes sobre las acciones de asistencia técnica para la gestión de las inversiones de las ZEE.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A= Número de Zonas Económicas Especiales (ZEE) públicas participantes de las asistencias técnicas. B= Total de Zonas Económicas Especiales ZEE públicas operativas. Especificaciones técnicas: Se considera que la ZEE participó de la asistencia técnica cuando al menos 1 de sus representantes formó parte de los procesos y/o recepción de la información remitida en la materia de gestión de inversiones.		
Sentido esperado del indicador	No definido.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) recopila la información. - La DZEE calcula el indicador. - La DZEE analiza los resultados obtenidos. - La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.		

Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR.											
	Base de datos: Reporte sobre las acciones de asistencia técnica para la gestión de las inversiones de las ZEE.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Valor absoluto	0	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4	4/4

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.
Lineamiento de la política	L4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.
Nombre del servicio	S4.2.2 Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.
Nombre del indicador	Porcentaje de supervisiones del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales realizadas en el plazo programado.
Justificación	Este indicador busca medir la oportunidad con la que se brinda el servicio de supervisión por parte del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, considerando la ejecución del Plan Anual de Supervisión Operativa, el cual se formula bajo un enfoque de evaluación de riesgos, que determina la frecuencia del servicio a cada ZEE operativa y sus empresas usuarias. El indicador es factible de ser calculado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través del seguimiento al Plan Anual de Supervisión Operativa.
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $Indicador = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ A = Número de supervisiones del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales efectuadas en el plazo programado. B = Total de supervisiones del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales programadas en el año “t”. “t” = Año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Se consideran supervisiones efectuadas aquellas que culminan con la suscripción de un acta de supervisión. - Se consideran supervisiones efectuadas en el plazo programado aquellas que se realizan en el mes establecido según la programación. - La programación de supervisiones se efectúa anualmente a través del Plan Anual de Supervisión Operativa.

Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de in indicador de servicio			Calidad							
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) recopila la información. 2. La DZEE calcula el indicador. 3. La DZEE analiza los resultados obtenidos. 4. La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Base de datos: Registro de implementación de recomendaciones de las Supervisiones a las ZEE.											
	Línea a base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Valor absoluto	16/16	16/16	16/16	16/16	16/16	16/16	20/20	20/20	20/20	20/20	20/20	20/20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.		
Lineamiento de la política	L4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del servicio	S4.2.2 Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.		
Nombre del indicador	Número de administraciones y empresas usuarias supervisadas en el cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales.		
Justificación	Este indicador busca medir el alcance del servicio de supervisión sobre la población de interés, considerando una evaluación de riesgos en base a un conjunto de factores, como la caracterización de las empresas usuarias, la frecuencia de operaciones, el nivel de cumplimiento de las obligaciones, entre otros. El indicador es factible de ser calculado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través del Reporte de ejecución de supervisiones a las ZEE.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = A$ A = Número de administraciones y empresas usuarias supervisadas en el cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales. Especificaciones técnicas: - Se consideran administraciones y empresas supervisadas a aquellas cuyos procesos operativos son evaluados a través de una visita física, revisión documentaria, entrevistas, entre otros medios que considere el equipo supervisor del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. - Las empresas usuarias supervisadas también pueden incluir a los usuarios de depósito franco público.		
Sentido esperado del indicador	No definido.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) recopila la información. - La DZEE calcula el indicador. - La DZEE analiza los resultados obtenidos. - La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.		
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Base de datos: Reporte de ejecución de las Supervisiones a las Zonas Económicas Especiales.		

	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	206	226	240	256	274	294	317	342	373	407	448	570

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.		
Lineamiento de la política	L4.3. Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del servicio	S4.3.1 Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.		
Nombre del indicador	Porcentaje de acompañamientos para la atracción de nuevas empresas realizados en el plazo programado.		
Justificación	Este indicador busca medir el grado de cumplimiento de los acompañamientos programados de acuerdo a los sectores estratégicos priorizados. Además, el indicador es factible de ser calculado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con Promperú, ya que se cuenta con los registros de los cronogramas de acompañamiento. Así mismo, el indicador se vincula con la estrategia de mejora de competitividad de las ZEE de la política.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $Indicador = \left(\frac{A}{B} \right) \times 100$ Especificaciones técnicas: A= Número de acompañamientos efectuadas para la atracción de nuevas empresas en el plazo programado. B= Total de acompañamientos programadas para la atracción de nuevas empresas en el año "t". "t" = Año que se ejecuta la intervención. Se consideran acompañamientos a las reuniones, asistencias, participaciones y demás coordinaciones efectuadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para el óptimo desempeño de las ZEE en las acciones de promoción.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) recopila la información respecto a los acompañamientos a las administraciones de las ZEE ejecutados. 2. La DZEE calcula el indicador.		

	3. La DZEE analiza los resultados obtenidos. 4. La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Zonas Económicas Especiales - MINCETUR. Base de datos: Reportes de promoción de inversiones en las ZEE.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	100%	88%	90%	90%	90%	92%	92%	92%	93%	93%	93%	95%
Valor absoluto	8/8	9/10	9/10	9/10	9/10	11/12	11/12	11/12	13/14	13/14	13/14	15/16

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP4. Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano.		
Lineamiento de la política	L4.3. Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales.		
Nombre del servicio	S4.3.1 Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.		
Nombre del indicador	Numero de acompañamientos para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales realizados.		
Justificación	Este indicador permite cuantificar los acompañamientos de promoción realizadas, con el propósito de medir la efectividad de las estrategias específicas diseñadas para atraer inversiones en sectores estratégicos a las Zonas Económicas Especiales. Además, el indicador es factible de ser calculado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, ya que se cuentan con los reportes de acompañamientos de promoción de inversiones en las Zonas Económicas Especiales.		
Responsable del indicador	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Responsable del Servicio: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR.		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifican limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\text{Indicador} = A$ A= Número de acompañamientos realizados para la participación en acciones de promoción de inversiones de las Zonas Económicas Especiales (ZEE) realizados. Especificaciones técnicas: Se consideran acompañamientos a las reuniones, asistencias, participaciones y demás coordinaciones efectuadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para el óptimo desempeño de las ZEE en las acciones de promoción.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente.	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Zonas Económicas Especiales (DZEE) recopila la información respecto a los acompañamientos a las administraciones de las ZEE ejecutados. 2. La DZEE calcula el indicador. 3. La DZEE analiza los resultados obtenidos. 4. La DZEE reporta las estadísticas correspondientes al periodo a la Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior, quien a su vez las remite a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.		
Fuente y base de datos	Fuente: Dirección de Zonas Económicas Especiales – MINCETUR. Base de datos: Reporte de promoción de inversiones en las Zonas Económicas Especiales.		

	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	8	8	10	10	10	12	12	12	14	14	14	16

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento de la política	L5.1. Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
Nombre del servicio	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas en la implementación del comercio electrónico transfronterizo realizadas de manera oportuna.
Justificación	El indicador mide la calidad del servicio en términos de oportunidad, es decir, evalúa si las actividades se llevaron a cabo en las fechas programadas según el cronograma establecido, lo cual permitirá a las empresas una articulación fluida con otros servicios (como asesorías especializadas, acciones de promoción comercial u otros). Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con los registros. El indicador se vincula directamente a la implementación del comercio electrónico transfronterizo de las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ Responsable del Servicio: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ
Limitaciones para la medición del indicador	No existen limitaciones.
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $S=(\sum A/\sum B) *100$ S: Porcentaje de asistencia técnica para la implementación del comercio electrónico transfronterizo. realizadas de manera oportuna en el año “t” a: Número de asistencias técnicas realizadas de manera oportuna en el año “t” b: Total de capacitaciones y asistencias técnicas programadas en el año “t” t: Año que se ejecuta la intervención. <u>Especificaciones técnicas:</u> - Se consideran las capacitaciones y asistencias técnicas en materia de comercio electrónico transfronterizo B2C y B2B realizadas por Promperú y Mincetur. - Se consideran realizados dentro del plazo programado, cuando se han realizado de acuerdo a la fecha del cronograma establecido por cada institución.

Sentido esperado del indicador	Ascendente					Tipo de indicador de servicio			Calidad			
Proceso de recolección y análisis	1. La Subdirección de Desarrollo Exportador solicita a la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo la información sobre las actividades realizadas para la implementación del comercio electrónico transfronterizo, correspondiente al período. 2. La Subdirección de Desarrollo Exportador consolida toda la información sobre el servicio y realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. 3. La Subdirección de Desarrollo Exportador y la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales analizan la información. 4. La Subdirección de Desarrollo Exportador reporta a la Dirección de Promoción de Exportaciones. 5. La Dirección de Promoción de Exportaciones reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: - PROMPERU - MINCETUR Base de datos: - Registros de programas de comercio electrónico transfronterizo desarrollado por PROMPERÚ. - Registros de programas de comercio electrónico transfronterizo desarrollado por MINCETUR											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	75%	75%	80%	80%	80%	83%	83%	83%	83%	85%	85%	89%
Valor absoluto	12/16	12/16	16/20	16/20	16/20	20/24	20/24	20/24	20/24	24/28	24/28	32/36

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.1. Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.		
Nombre del servicio	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuno para empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben asistencia técnica para la implementación del comercio electrónico transfronterizo.		
Justificación	Este indicador evalúa el alcance de las capacitaciones y asistencias técnicas realizadas en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, en beneficio de las empresas exportadoras. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con los registros. El indicador se vincula directamente a la implementación del comercio electrónico transfronterizo de las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ Responsable del Servicio: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ		
Limitaciones para la medición del indicador	Ninguna.		
Método de cálculo	Fórmula: $= \sum A$ A= Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben capacitaciones para la implementación del comercio electrónico transfronterizo. Especificaciones técnicas: Empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben asistencia técnica para la implementación del comercio electrónico transfronterizo: Se consideran a todas las empresas que han sido atendidas a través de asistencia técnica y capacitaciones para la implementación del comercio electrónico transfronterizo, ejecutadas de acuerdo con la programación del año.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Subdirección de Desarrollo Exportador solicita a la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacional la información sobre las actividades realizadas para la implementación del comercio electrónico transfronterizo, correspondiente al período. - La Subdirección de Desarrollo Exportador consolida toda la información sobre la presentación del servicio y realiza el procesamiento de datos para calcular el indicador. - La Subdirección de Desarrollo Exportador y la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales analizan la información. - La Subdirección de Desarrollo Exportador reporta a la Dirección de Promoción de Exportaciones.		

	5. La Dirección de Promoción de Exportaciones reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERU Base de datos: Registros de programas de comercio electrónico transfronterizo desarrollado por PROMPERÚ Fuente: Mincetur Base de datos: Registros administrativos de las actividades de comercio electrónico transfronterizo (B2B) desarrolladas por Mincetur.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor	60	90	110	110	115	135	140	145	145	165	165	200

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5 Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.1 Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.		
Nombre del servicio	S5.1.2. Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas en transformación digital realizadas de manera oportuna		
Justificación	El indicador evalúa el grado de cumplimiento de las capacitaciones y asistencias técnicas realizadas en las fechas programadas según el cronograma establecido en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con los registros. Así mismo, el indicador se vincula directamente con la acción que forma parte de la estrategia de transformación digital de la Política.		
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ Responsable del Servicio: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ		
Limitaciones para la medición del indicador	No existen limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $S = (\Sigma A / \Sigma B) * 100$ S: Porcentaje de actividades de capacitación y asistencia técnica en transformación digital, realizadas de manera oportuna en el año "t" a: Número de asistencias técnicas en transformación digital ejecutadas de manera oportuna el año "t". b: Total de asistencias técnicas en transformación digital programadas durante el año "t" t: Año en evaluación <u>Especificaciones técnicas:</u> - Se consideran asistencias técnicas realizadas de manera oportuna las cuales se han ejecutado en el mes establecido en la planificación anual de la entidad. - Se consideran asistencias técnicas realizadas cuando se cuenta con el registro de participación.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección y análisis	1. La Subdirección de Desarrollo Exportador, ordena la información de capacitación y asistencia técnica en transformación digital ejecutadas según programación, correspondiente al período. 2. La Subdirección de Desarrollo Exportador realiza el procesamiento y análisis de datos para calcular el indicador. 3. La Subdirección de Desarrollo Exportador reporta a la Dirección de Promoción de Exportaciones. 4. La Dirección de Promoción de Exportaciones reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERU Base de datos: Registros de programas de transformación digital para empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios desarrollado por PROMPERÚ.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	75%	75%	80%	80%	80%	83%	83%	83%	83%	85%	85%	89%
Valor absoluto	3/4	3/4	4/5	4/5	4/5	5/6	5/6	5/6	5/6	6/7	6/7	8/9

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5 Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.1 Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.		
Nombre del servicio	S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben asistencia técnica transformación digital.		
Justificación	El indicador evalúa el alcance de las capacitaciones y asistencias técnicas realizadas en las fechas programadas según el cronograma establecido en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con los registros. Así mismo, el indicador se vincula directamente con la acción que forma parte de la estrategia de transformación digital de la Política.		
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ Responsable del Servicio: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ		
Limitaciones para la medición del indicador	No existen limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\sum A$ A= Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben asistencia técnica en transformación digital. Especificaciones técnicas: Empresas exportadoras y con potencial exportador que reciben asistencia técnica en transformación digital: Se consideran a todas las empresas que han sido atendidas a través de asesoría, capacitación, o acceso a plataformas digitales, entre otros.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Subdirección de Desarrollo Exportador ordena la información de capacitación y asistencia técnica en transformación digital ejecutadas según programación, correspondiente al período. - La Subdirección de Desarrollo Exportador realiza el procesamiento y análisis de datos para calcular el indicador. - La Subdirección de Desarrollo Exportador reporta a la Dirección de Promoción de Exportaciones.		

	4. La Dirección de Promoción de Exportaciones de PROMPERU reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior de MINCETUR las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERU Base de datos: Registros de programas de transformación digital para empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios desarrollado por PROMPERÚ.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	60	60	75	75	75	90	90	90	90	105	105	135

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Porcentaje de capacitaciones para la competitividad e internacionalización realizadas de manera idónea.		
Justificación	Este indicador permite evaluar la idoneidad de la metodología y los contenidos de las capacitaciones brindadas a las empresas. Su medición es fundamental para verificar que la información y los conocimientos transferidos a las empresas respondan de manera efectiva a sus necesidades, fortaleciendo así sus capacidades técnicas para enfrentar con mayor probabilidad de éxito a los desafíos de los mercados internacionales. Asimismo, el indicador proporciona información relevante para la retroalimentación y mejora continua del servicio ofrecido, siendo posible su medición a través de encuestas aplicadas a los beneficiarios.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) – MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) – MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $(a/b) * 100$ a: Número de capacitaciones para la competitividad e internacionalización realizadas de manera idónea en el año t b: Total de capacitaciones realizadas en el año t t: Año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Al finalizar cada capacitación, las empresas beneficiarias completan una encuesta utilizando una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 representa “nada satisfecho” y 5 “totalmente satisfecho”. La encuesta incluye preguntas orientadas a evaluar la organización, la metodología, los contenidos, el dominio temático del ponente, entre otros aspectos relacionadas con la idoneidad de la capacitación. - Se considera que una capacitación es idónea cuando obtiene una puntuación promedio superior a 3 por parte de las empresas participantes.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a las direcciones del Viceministerio de Comercio Exterior involucradas en la provisión del servicio el reporte de las capacitaciones realizadas en el año "t". 2. La DDCOE revisa y valida la consistencia de la información recibida y calcula el resultado del indicador. 3. La DDCOE analiza y evalúa los resultados obtenidos. 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) Base de datos: Registros administrativos de las direcciones del MINCETUR involucradas en la provisión del servicio.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	60%	60%	65%	65%	70%	70%	75%	75%	80%	85%	90%	90%
Valor absoluto	120/200	141/235	156/240	160/245	175/250	178/255	195/260	198/265	216/270	234/275	252/280	270/300

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Número de capacitaciones para la competitividad e internacionalización realizadas.		
Justificación	Este indicador permite medir el alcance del servicio, expresado como el número de capacitaciones realizadas, cuyo objetivo es fortalecer las capacidades técnicas de las empresas en materia de comercio exterior. El indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable ya que se cuenta con los registros administrativos de las direcciones responsables de la provisión del servicio, cuya información es relevante para dimensionar su cobertura.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $= \sum A$ A: Número de capacitaciones para la competitividad e internacionalización realizadas en el año t t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: Se contabiliza el número de capacitaciones organizadas y ejecutadas por las direcciones del Viceministerio de Comercio Exterior en un determinado año, dirigidas a empresas exportadoras o con potencial exportador, cuyo objetivo es fortalecer sus capacidades técnicas en materia de comercio exterior.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a las direcciones involucradas en la provisión del servicio el reporte de las capacitaciones realizadas durante el año "t". 2. La DDCOE revisa y valida la consistencia de la información y calcula el resultado del indicador. 3. La DDCOE analiza y evalúa los resultados obtenidos, 4. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR Base de datos: Registros administrativos de las direcciones del MINCETUR involucradas en la provisión del servicio.		

	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	200	235	240	245	250	255	260	265	270	275	280	300

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO	
Objetivo prioritario	OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento de la política	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.
Nombre del servicio	S5.2.2. Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.
Nombre del indicador	Porcentaje de acompañamientos en gestión exportadora calificados como idóneos por las empresas exportadoras y con potencial exportador.
Justificación	El indicador permite medir el grado de cumplimiento de la acción orientada a mejorar la gestión exportadora en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador, también permite conocer la eficacia del programa en cuanto a la participación de empresas que carecen de conocimiento para internacionalizar su oferta. Además, el indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros sistematizados de los cronogramas.
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ Responsable del Servicio: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $(A / B) * 100$ A= Número de acompañamientos en gestión exportadora calificados como idóneos por las empresas exportadoras y con potencial exportador en el año "t". B= Total de acompañamientos en gestión exportadora realizados en el año "t". t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas • Acompañamiento en gestión exportadora, es la que se brindan a las empresas exportadoras y con potencial exportador para el mejoramiento de su competitividad, a través de la Ruta Exportadora, en el cual se brindan servicios de capacitación, asistencia técnica y orientación. • La población objetivo son las empresas exportadoras y con potencial exportador en las cuales se incluyen las organizaciones. • Se identifica a la población objetivo, que hayan participado en al menos una actividad del Programa Ruta Exportadora de Promperú durante el año "t". • La herramienta de recolección son encuestas dirigidas a los participantes, utilizando una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 representa "nada satisfecho" y 5 "totalmente satisfecho", La encuesta incluye preguntas sobre la accesibilidad del servicio, organización, metodología, los contenidos, entre otros aspectos relacionadas con la idoneidad del acompañamiento. • Se considera que un acompañamiento es idóneo cuando se obtiene una puntuación promedio igual y/o superior a 3 por parte de las empresas participantes.

Sentido esperado del indicador	No definido					Tipo de indicador de servicio				Calidad		
Proceso de recolección y análisis	1. La Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERU, recopila, revisa y valida la información de los acompañamientos realizados en el año t. 2. La Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERU analiza y evalúa los resultados obtenidos. 3. La Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERU reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.											
Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERU Base de datos: Registros electrónicos del programa realizados a través del RUTEX. Reportes generados por PROMPERU											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	80%	80%	80%	80%	80%	80%	82%	82%	82%	82%	82%	83%
Valor absoluto	6000/7500	6480/8100	6640/8300	6800/8500	7040/8800	7200/9000	7544/9200	7708/9400	7872/9600	8036/9800	8200/10000	8466/10200

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIO			
Objetivo prioritario	OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.2. Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.		
Nombre del indicador	Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que acceden al acompañamiento para el fortalecimiento de capacidades en gestión exportadora.		
Justificación	Este indicador permite conocer el impacto del programa en términos de cobertura y participación empresarial. Facilita la toma de decisiones para aumentar la cantidad de empresas beneficiadas y mejorar la accesibilidad a los servicios ofrecidos. Además, si el indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros sistematizados de los cronogramas.		
Responsables	Responsable de la Integración de datos e información: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ Responsable del Servicio: Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERÚ		
Limitaciones para la medición del indicador	No se presentan limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $= \sum A$ A= Número de empresas exportadoras y con potencial exportador que han recibido capacitación, talleres, asistencia técnica u otros servicios dentro del programa. <u>Especificaciones técnicas</u> • Para la recolección de información se consideran todas las actividades realizadas por PROMPERÚ en el marco del Programa Ruta Exportadora en el periodo "t". Para cada actividad, se debe contar con un registro de asistencia, el cual debe ser uniforme y consolidado en una base de datos centralizada para facilitar el análisis posterior. • Para el análisis de esta información se tendrá en cuenta el número total de empresas participantes en el periodo "t" en comparación con periodos anteriores, identificación de tendencias y segmentación por tipo de actividad (difusión, capacitación, asistencia técnica), lo cual servirá de herramienta para la planificación y mejora de futuras actividades.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERU, recopila, revisa y valida la información de los acompañamientos realizados en el año t. 2. La Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERU analiza y evalúa los resultados obtenidos. 3. La Subdirección de Desarrollo Exportador de PROMPERU reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		
Fuente y base de datos	Fuente: PROMPERU Base de datos: Registros electrónicos del programa realizados a través del RUTEX. Reportes generados por PROMPERU		

	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	7500	8100	8300	8500	8800	9000	9200	9400	9600	9800	10000	10200

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.3. Capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.		
Nombre del indicador	Porcentaje de capacitaciones para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios realizadas de manera idónea.		
Justificación	El indicador permite evaluar si el enfoque, la metodología y los contenidos de las capacitaciones brindadas fueron apropiadas para las empresas lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios. Su medición es esencial para verificar que el enfoque de género e interculturalidad adoptado para la transferencia de la información y los conocimientos respondan de manera efectiva a las necesidades de estas empresas. Asimismo, el indicador proporciona información relevante para la retroalimentación y mejora continua del servicio ofrecido, siendo posible su medición a través de encuestas aplicadas a los beneficiarios.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) de la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: MINCETUR (DGPDCOE)		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin restricciones		
Método de cálculo	Fórmula: $(a/b) * 100$ Donde: a: Número capacitaciones para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios realizadas de manera idónea en el año t. b: Número total de capacitaciones realizadas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios en el año t. t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - Al finalizar cada capacitación, las empresas beneficiarias completan una encuesta utilizando una escala de Likert del 1 al 5, donde 1 representa “nada satisfecho” y 5 “totalmente satisfecho”. La encuesta incluye preguntas orientadas a evaluar el enfoque adoptado, la organización, la metodología, los contenidos, el dominio temático del ponente, entre otros aspectos relacionadas con la idoneidad de la capacitación. - En ese sentido, se considera que una capacitación es idónea cuando obtiene una puntuación promedio superior a 3 por parte de las empresas participantes.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad

Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a cada entidad responsable de la provisión del servicio el reporte de las capacitaciones realizadas en el año “t”. 2. La DDCOE revisa y valida la consistencia de la información recibida y calcula el resultado del indicador. 3. La DDCOE analiza y evalúa los resultados obtenidos, los cuales son reportados a la DGPDC.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR y PROMPERÚ Base de datos: Registros administrativos de MINCETUR (DDCOE) y Reportes de base de datos PROMPERU - RUTEX											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0*	60%	67%	71%	75%	78%	80%	82%	83%	85%	86%	95%
Valor absoluto	0*	6/10	8/12	10/14	12/16	14/18	16/20	18/22	20/24	22/26	24/28	38/40

*En este periodo no se realizaron las mediciones respecto a la idoneidad del servicio.

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.3. Capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.		
Nombre del indicador	Número de capacitaciones para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios realizadas.		
Justificación	El indicador permite medir el número de capacitaciones brindadas con el objetivo de fortalecer las capacidades técnicas de las empresas exportadoras o con potencial exportador, lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarias, bajo un enfoque de género y de interculturalidad. Su medición es relevante para dimensionar la cobertura del servicio.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) de la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE).		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin restricciones		
Método de cálculo	Fórmula: $\frac{\sum A}{t}$ A: Número de capacitaciones para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios realizadas en el año t t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: Se contabiliza el número de capacitaciones organizadas y ejecutadas por los responsables del servicio, dirigidas a empresas exportadoras o con potencial exportador, lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarias, bajo un enfoque de género y de interculturalidad.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita a PROMPERU el reporte de las capacitaciones realizadas en el año "t". 2. La DDCOE revisa y valida la consistencia de la información y calcula el resultado del indicador. 3. La DDCOE analiza y evalúa los resultados obtenidos, los cuales son reportados a la DGPDCE.		
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR y PROMPERÚ Base de datos: Registros administrativos de MINCETUR (DDCOE) y de PROMPERÚ		

	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	5	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	40

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.		
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportuno, dirigido a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.		
Nombre del indicador	Porcentaje de capacitaciones en materia comercio exterior realizadas de manera oportuna.		
Justificación	Este indicador permite evaluar el cumplimiento de los plazos establecidos para la ejecución de las capacitaciones programadas, cuyo objetivo es generar o fortalecer las capacidades técnicas de los actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculados al desarrollo del comercio exterior. Su medición es fundamental para asegurar que los beneficiarios reciban, de manera oportuna, la información y conocimientos necesarios en materia de comercio exterior, que les permita brindar un mejor soporte técnico a las empresas exportadoras o con potencial exportador. El indicador se mide a partir de los registros administrativos de las direcciones del Mincetur responsables de la provisión del servicio.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $(a/b) * 100$ a: Número de capacitaciones en materia comercio exterior ejecutadas oportunamente en el año t b: Total de capacitaciones en materia comercio exterior programadas en el año t t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: Las capacitaciones son brindadas por todas las unidades orgánicas del Viceministerio de Comercio Exterior, y se considera que una capacitación ha sido realizada oportunamente cuando se ejecutó de acuerdo a lo programado en el calendario anual de capacitaciones gestionado por la DDCOE.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE recopila la programación de las capacitaciones en el año "t". 2. La DDCOE recopila el reporte de las capacitaciones realizadas en el año "t". 3. La DDCOE calcula el resultado del indicador. 4. La DDCOE analiza y evalúa los resultados obtenidos. 5. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		

Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR Base de datos: Registros administrativos de la DDCOE											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	75%	80%	80%	83%	83%	84%	84%	85%	85%	86%	86%	89%
Valor absoluto	15/20	22/27	22/27	24/29	24/29	26/31	26/31	28/33	28/33	30/35	30/35	40/45

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.		
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportuno, dirigido a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de capacitaciones en comercio exterior realizadas		
Justificación	Este indicador permite medir el alcance del servicio, expresado como el número de capacitaciones realizadas, cuyo objetivo es generar o fortalecer las capacidades técnicas de los actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculados al desarrollo del comercio exterior. El indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con los registros administrativos de las direcciones responsables de la provisión del servicio, cuya información es relevante para dimensionar su cobertura.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\sum A$ A: Número de capacitaciones realizadas en comercio exterior en el año t t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: Se contabiliza el número de capacitaciones brindadas por todas las unidades orgánicas del Viceministerio de Comercio Exterior dirigida a los actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculados al desarrollo del comercio exterior. Se considera como capacitación realizada aquella que es reportada a la DDCOE para su registro y sistematización.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La DDCOE solicita y recopila la programación de capacitaciones en el año "t" realizadas por parte de las direcciones involucradas en la provisión del servicio. 2. La DDCOE solicita y recopila el reporte de las capacitaciones realizadas en el año "t" por parte de las direcciones involucradas en la provisión del servicio. 3. La DDCOE revisa y valida la consistencia de la información recibida y calcula el resultado del indicador. 4. La DDCOE analiza y evalúa los resultados obtenidos. 5. La DDCOE reporta a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior las estadísticas correspondientes al periodo.		

Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR Base de datos: Registros administrativos de la DDCOE											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	20	27	27	29	29	31	31	33	33	35	35	40

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.		
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.		
Nombre del servicio	S5.2.5. Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de capacitaciones en materia de Cooperación Técnica Internacional (CTI) realizadas anualmente.		
Justificación	El indicador permite cuantificar las capacitaciones implementadas/realizadas por la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI), en materia de Cooperación Técnica Internacional (CTI), con el propósito de generar un entorno favorable que impulse el diálogo y la articulación de las potencialidades de dichos actores del desarrollo, evidenciando el valor estratégico de los nuevos esquemas y modalidades de cooperación internacional que contribuya con la inserción económica, apertura de mercados y atracción de inversiones. La APCI cuenta con disponibilidad de información para medir el indicador.		
Responsables	- Responsable de la medición e integración de datos: Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI). - Responsable del Servicio: Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI).		
Limitaciones para la medición del indicador	- No se cuenta con un directorio actualizado de manera oportuna de empresas privadas, academia y otras entidades privadas vinculadas a comercio exterior. No se cuenta con data histórica.		
Método de cálculo	Formula: $C = \sum C$ C= Capacitaciones en materia de Cooperación Técnica Internacional realizadas por la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) al año. Especificaciones técnicas: - Las capacitaciones se consideran como realizadas cuando al final se elabore el informe respectivo. - Las capacitaciones pueden darse a través de talleres, charlas o reuniones.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) recolecta información. 2. La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) calcula el indicador. 3. La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) analiza la información.		

	La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) elabora y reporta el informe respectivo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) Base de datos: Base de datos de la Dirección de Políticas y Programas (DPP)											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	0	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS - COBERTURA

Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.
Lineamiento de la política	L5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.
Nombre del servicio	S5.2.5. Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.
Nombre del indicador	Número de entidades que participan en la capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional (CTI).
Justificación	El indicador permite medir el número de empresas privadas, academia y otras entidades privadas vinculadas a comercio exterior, que reciben el servicio de capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional que permitirá contribuir a generar un entorno favorable que impulse el diálogo y la articulación de dichos actores del desarrollo, evidenciando el valor estratégico de los nuevos esquemas y modalidades de cooperación internacional que contribuya con la inserción económica, apertura de mercados y atracción de inversiones.
Responsables	- Responsable de la medición e integración de datos: Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI). - Responsable del Servicio: Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI).
Limitaciones para la medición del indicador	• No se cuenta con data histórica.
Método de cálculo	<u>Formula:</u> $EPC = \sum EPC$ EPC= Número de entidades privadas que participan en la capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional (CTI) $\sum EPC$ = Sumatoria de entidades privadas que participan en la capacitación sobre Cooperación Técnica Internacional (CTI) <u>Especificaciones técnicas:</u> • Las entidades que participan en la capacitación son las empresas privadas, academia y otras entidades privadas vinculadas a comercio exterior.

	● El incremento anual representa la incorporación de nuevas entidades en las capacitaciones sobre Cooperación Técnica Internacional (CTI). ● La participación de las entidades se realiza en el marco de una Convocatoria y con un registro de asistencia.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente				Tipo de indicador de servicio				Cobertura			
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) recolecta información. 2. La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) calcula el indicador. 3. La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) analiza la información. 4. La Dirección de Políticas y Programas (DPP) de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) elabora y reporta el informe respectivo.											
Fuente y base de datos	Fuente: Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) Base de datos: Base de datos de la Dirección de Políticas y Programas (DPP)											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	0	15	18	21	24	27	30	33	36	39	41	44

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.		
Lineamiento de la política	L5.3. Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.		
Nombre del servicio	S5.3.1. Asistencia técnica integral para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior dirigido a miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.		
Nombre del indicador	Porcentaje de asistencias técnicas en el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior realizadas de manera integral.		
Justificación	Este indicador permite evaluar si las asistencias técnicas orientadas al fortalecimiento de los mecanismos de gobernanza y articulación, realizados durante un determinado año, se desarrollaron de manera integral. Es decir, que los actores públicos y privados que integran los espacios de articulación y coordinación, no solo hayan recibido capacitación y acompañamiento técnico, sino también información proveniente del monitoreo y la evaluación anual del funcionamiento de dichos espacios. El indicador proporciona información relevante para la retroalimentación y mejora continua del servicio ofrecido, y se mide a partir de los registros administrativos generados por las direcciones responsables de su provisión.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) – MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) – MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	Sin restricciones		
Método de cálculo	Fórmula: $= (a/b) * 100$ a: Número de asistencias técnicas en el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior realizadas de manera integral en el año “t” b: Total de asistencia técnica programadas en el año “t” t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: Una asistencia técnica realizada de manera integral, implica que la dirección responsable elabore un reporte anual, en el cual se incluya los resultados del monitoreo y evaluación realizados a los actores públicos y privados que integran los espacios de coordinación y articulación, específicamente en lo referido a su gobernanza e institucionalidad.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La DGPDCE solicita a las direcciones a cargo de la provisión del servicio el reporte de la asistencia técnica realizada en el año “t”. 2. La DGPDCE revisa y valida la consistencia de la información y calcula el resultado del indicador. 3. La DGPDCE analiza y evalúa los resultados obtenidos.		

Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR Base de datos: Registros administrativos de las direcciones del MINCETUR involucradas en la provisión del servicio.											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	50%	58%	60%	68%	68%	69%	69%	77%	79%	82%	82%	90%
Valor absoluto	11/22	14/24	15/25	17/25	17/25	18/26	18/26	20/26	22/28	23/28	23/28	27/30

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS												
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.											
Lineamiento de la política	L5.3. Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.											
Nombre del servicio	S5.3.1. Asistencia técnica continua para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior.											
Nombre del indicador	Número de asistencias técnicas para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza y articulación realizados.											
Justificación	Este indicador permite medir la cantidad de acciones de asistencias técnicas para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza y articulación para el comercio exterior durante un año determinado. Además, este indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con los registros.											
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) – MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior (DGPDCE) – MINCETUR											
Limitaciones para la medición del indicador	Sin restricciones.											
Método de cálculo	Fórmula: = A A: Número de asistencias técnicas para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza y articulación realizadas en el año t t: año que se ejecuta la intervención. Especificaciones técnicas: - La dirección responsable elabora un reporte anual de la asistencia técnica brindada a los actores públicos y privados que integran los espacios de coordinación y articulación, específicamente en lo referido a su gobernanza e institucionalidad. - El número de asistencias técnicas realizadas son precisadas en dichos reportes anuales.											
Sentido esperado del indicador	Ascendente					Tipo de indicador de servicio			Cobertura			
Proceso de recolección y análisis	- La DGPDCE solicita a las direcciones a cargo de la provisión del servicio el reporte de la asistencia técnica realizada en el año “t”. - La DGPDCE revisa y valida la consistencia de la información y calcula el resultado del indicador. - La DGPDCE analiza y evalúa los resultados obtenidos.											
Fuente y base de datos	Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) Base de datos: Registros administrativos de la Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable (DDCOE)											
	Línea base		Logros esperados									
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	22	24	25	25	25	26	26	26	28	28	28	30

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio.		
Lineamiento de la política	L5.3. Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.		
Nombre del servicio	S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continuo para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de proyectos de cooperación internacional vinculados al desarrollo del comercio exterior gestionados de manera continua.		
Justificación	El indicador permite evaluar el grado de cumplimiento de los proyectos de cooperación internacional gestionados oportunamente en beneficio de los actores vinculados al comercio exterior. Además, el indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros de las gestiones.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior (DACE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior (DACE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se identifica limitaciones.		
Método de cálculo	<u>Fórmula:</u> $N = \sum ATCI$ N= Número proyectos gestionados en materia de comercio exterior con apoyo de la cooperación internacional de manera continua. $\sum ATCI$= Sumatoria de proyectos gestionados en materia de comercio exterior con apoyo de la cooperación internacional <u>Especificaciones técnicas:</u> - Para la recolección de información se consideran todas las actividades vinculadas al comercio exterior gestionadas a través de la DACE mediante proyectos de cooperación internacional en el periodo "t" ("t": año que se ejecuta la intervención). Para ello, se debe contar con un registro el cual debe ser uniforme y consolidado en una base de datos centralizada para facilitar el análisis posterior. - Se considera que los proyectos son gestionados de manera continua cuando se gestionan proyectos en al menos un trimestre de cada periodo anual sin que haya más de un trimestre consecutivo sin gestión de proyectos.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Calidad
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE realiza un reporte de los proyectos de cooperación internacional implementados de forma continua en el año "t". 2. La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE calcula el resultado del indicador.		

	3. La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE analiza los resultados obtenidos. 4. La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE reporta los resultados obtenidos a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR Base de datos: Convenios y similares entre el MINCETUR y cooperantes, así como oficios, comunicaciones oficiales y correos electrónicos											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	0	12	14	14	15	15	16	16	17	17	18	20

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio		
Lineamiento de la política	L5.3. Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.		
Nombre del servicio	S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continuo para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de actores vinculados al desarrollo del comercio exterior que son beneficiados de la gestión de proyectos de cooperación internacional.		
Justificación	El indicador permite cuantificar el alcance de actores del comercio exterior que se benefician de los proyectos de cooperación internacional, que son gestionados a través del servicio. Además, el indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros de las gestiones.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior (DACE) - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior (DACE) - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se registran limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $N = \Sigma ATCI$ N: Número de actores del comercio exterior beneficiados de la gestión de proyectos de cooperación internacional $\Sigma ATCI$: Sumatoria de actores del comercio exterior beneficiados de la gestión de proyectos de cooperación internacional Especificaciones técnicas: Para la recolección de información se consideran todas las actividades vinculadas al comercio exterior gestionadas a través de la DACE mediante proyectos de cooperación internacional en el periodo "t". Para ello, se debe contar con un registro el cual debe ser uniforme y consolidado en una base de datos centralizada para facilitar el análisis posterior.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	- La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE realiza un reporte de los proyectos de cooperación internacional implementados de forma continua en el año "t". - La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE calcula el resultado del indicador. - La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE analiza los resultados obtenidos. - La Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior – DACE reporta los resultados obtenidos a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.		

Fuente y base de datos	Fuente: Convenios y similares entre el MINCETUR y cooperantes, así como oficios, comunicaciones oficiales y correos electrónicos											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	0	5	6	6	7	7	8	8	9	9	10	12

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS	
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.
Lineamiento de la política	L5.4. Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.
Nombre del servicio	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.
Nombre del indicador	Porcentaje de estudios y reportes sobre comercio exterior que se encuentran actualizados continuamente
Justificación	Mide la disponibilidad de información actualizada a favor de los usuarios del servicio de información sobre comercio exterior. Su medición es clave para que los usuarios reciban información en plazos adecuados, para la toma de decisiones. Además, el indicador es factible de ser calculado por la entidad responsable, ya que se cuenta con registros.
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - MINCETUR
Limitaciones para la medición del indicador	No se presentan limitaciones.
Método de cálculo	Fórmula: $(A/B) * 100$ A= Número de estudios y reportes sobre comercio exterior actualizados continuamente. B= Número de estudios y reportes programados para actualización. Especificaciones técnicas: • Estudios y reportes sobre comercio exterior: Referido al conjunto integral de datos, estudios económicos, análisis e investigaciones sobre el flujo comercial de bienes y servicios y, el aprovechamiento de acuerdos comerciales: ○ Estudios: Estudios sobre aprovechamiento de los acuerdos comerciales ○ Reportes analíticos: Reporte de Comercio Bilateral, Reporte de Comercio Regional, Reporte Mensual de Comercio, Reporte Mensual de Comercio Regional, Reporte de Comercio Mundial y Latinoamericano y Reporte de Comercio de Servicios. • Estudios y reportes programados para actualización: Son aquellos estudios y reportes que tienen una fecha o un cronograma establecido por el Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior para su revisión y actualización en un periodo determinado. • Estudios y reportes actualizados continuamente: Se considera que un estudio o reporte está "actualizado" cuando su contenido ha sido revisado y refleja los datos más recientes disponibles, y esta actualización se ha completado siguiendo el cronograma establecido. La "actualización continua" se logra al adherirse a estos plazos definidos.

Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información – DDPI y la Dirección de Estudios Económicos – DEE, informan sobre el número de estudios y reportes sobre comercio exterior, realizados de acuerdo al cronograma establecido.											
	2. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - DGIECE consolida la información del número de estudios que se actualizan de forma continua conforme al cronograma establecido.											
	3. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - DGIECE calcula el resultado del indicador.											
	4. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior- DGIECE analiza los resultados obtenidos.											
	5. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior- DGIECE reporta los resultados obtenidos a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Sentido esperado del indicador	No definido			Tipo de indicador de servicio					Calidad			
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR Base de datos: Estudios y reportes generados por DGIECE - MINCETUR											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor relativo	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
Valor absoluto	101/190	101/106	101/106	101/106	101/106	101/106	101/106	101/106	101/106	101/106	101/106	101/106

FICHA TÉCNICA DE INDICADOR DE SERVICIOS			
Objetivo prioritario	OP5. Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior.		
Lineamiento de la política	L5.4. Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.		
Nombre del servicio	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo, para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.		
Nombre del indicador	Número de estudios y reportes sobre comercio exterior publicados.		
Justificación	Medir la cantidad de información publicada en el sistema centralizado de información sobre comercio exterior. Su medición es clave para que los usuarios reciban información para la toma de decisiones.		
Responsables	Responsable de la integración de datos e información: Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - MINCETUR Responsable del Servicio: Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - MINCETUR		
Limitaciones para la medición del indicador	No se presentan limitaciones.		
Método de cálculo	Fórmula: $\sum A_i$ A_i= Número de estudios y reportes sobre comercio exterior publicados en el año "n". Especificaciones técnicas: ● Estudios y reportes sobre comercio exterior: Referido al conjunto integral de datos, estudios económicos, análisis e investigaciones sobre el flujo comercial de bienes y servicios y, el aprovechamiento de acuerdos comerciales: ○ Estudios: Estudios sobre aprovechamiento de los acuerdos comerciales. ○ Reportes analíticos: Reporte de Comercio Bilateral, Reporte de Comercio Regional, Reporte Mensual de Comercio, Reporte Mensual de Comercio Regional, Reporte de Comercio Mundial y Latinoamericano y Reporte de Comercio de Servicios. ● Publicados: Se considera que un estudio o reporte está "publicado" cuando ha sido puesto a disposición del público en general en la plataforma digital centralizada (o la web) o compartido por correo electrónico una vez entregado.		
Sentido esperado del indicador	Ascendente	Tipo de indicador de servicio	Cobertura
Proceso de recolección y análisis	1. La Dirección de Desarrollo y Procesamiento de la Información – DDPI y la Dirección de Estudios Económicos – DEE, informan sobre el número de estudios y reportes sobre comercio exterior, publicados de acuerdo al cronograma establecido. 2. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - DGIECE consolida la información de los estudios que se publican en el año.		

	3. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior - DGIECE calcula el resultado del indicador. 4. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior- DGIECE analiza los resultados obtenidos. 5. La Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior- DGIECE reporta los resultados obtenidos a la Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.											
Fuente y base de datos	Fuente: MINCETUR Base de datos: Estudios y reportes generados por DGIECE - MINCETUR											
	Línea base	Logros esperados										
Año	2024	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2040
Valor absoluto	190	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106

Tabla 36. Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 1

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales oportuno para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.	AO 1.1.1 Elaboración de productos de inteligencia comercial.	Documento	Subdirección de Inteligencia y Prospectiva	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
				Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.1.2 Realización de seminarios de difusión de información de inteligencia comercial.	Seminario	Subdirección de Inteligencia y Prospectiva	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
				Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.1.3 Asistencias técnicas en materia de oportunidades comerciales	Asistencia técnica	Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
				Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L.1.2: Mejorar el las condiciones de acceso a los mercados internacionales para los	Sin Servicio (Lineamiento normativo)	AO 2.1.1 Negociación de acuerdos comerciales internacionales	Documento	Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
bienes y servicios, en beneficio de las empresas		AO 2.1.2 Optimización de acuerdos comerciales internacionales	Documento	Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.1.3 Administración de acuerdos comerciales internacionales	Documento	Dirección General de Negociaciones Comerciales Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.1.4 Negociación de instrumentos complementarios a los acuerdos comerciales.	Informe	Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
			Acción	-Dirección Sanidad Vegetal- Subdirección de Cuarentena vegetal - Dirección Sanidad Animal-Subdirección de Cuarentena animal	Servicio Nacional de Sanidad Agraria	160: Servicio Nacional de Sanidad Agraria	Agricultura y de Riego	Nacional
			Acción	Dirección de Normatividad	Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura	243: Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura	Producción	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
			Documento	Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria - DIGESA	Ministerio de Salud	011: Ministerio de Salud	Salud	Nacional
		AO 2.1.5 Negociación de acuerdos de inversión complementarios a los acuerdos comerciales para facilitar el comercio exterior de bienes y servicios.	Documento	Dirección General de Asuntos de Economía Internacional, Competencia y Productividad	Ministerio de Economía y Finanzas	Ministerio de Economía y Finanzas	Economía y Finanzas	Nacional
Lineamiento 1.3: Mejorar el uso y cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.	S1.3.1 Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior.	AO 3.1.1 Gestión para la identificación de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior.	Documento	Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 3.1.2. Atención de contingencias que puedan afectar el comercio exterior	Documento	Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
			Procedimiento	Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria - DIGESA	Ministerio de Salud	011: Ministerio de Salud	Salud	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
			Procedimiento	-Dirección Sanidad Vegetal- Subdirección de Cuarentena vegetal - Dirección Sanidad Animal-Subdirección de Cuarentena animal Dirección General de Insumos Agropecuarios e Inocuidad Agroalimentaria - Subdirección de inocuidad agroalimentaria	Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA	160: Servicio Nacional de Sanidad Agraria	Agricultura y de Riego	Nacional
		AO 3.1.3. Eliminación de barreras comerciales no arancelarias	Procedimiento	Comisión de Dumping, Subsidios y Eliminación de Barreras Comerciales No Arancelarias- CDB	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual	183. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual	Presidencia del Consejo de Ministros	Nacional
		AO 3.1.4 Implementación de mecanismos que garanticen la sanidad y la inocuidad de la cadena de valor pesquera y acuícola, en el ámbito de su competencia.	Informe Técnico	Dirección de Sanidad e Inocuidad	Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura	243: Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura.	Producción	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
	S1.3.2. Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, a los productores, exportadores e importadores.	AO 3.2.1 Supervisión a las Entidades Certificadoras que emiten Certificados de Origen en Lima y Regiones.	Supervisión	Dirección de la Unidad de Origen	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 3.2.2 Emisión de Pruebas de Origen de las mercancías, a través de Entidades Certificadoras y Exportadores Autorizados.	Documento	Dirección de la Unidad de Origen	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 3.2.3 Verificación de Origen de las mercancías.	Documento	Dirección de la Unidad de Origen	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.	AO 4.1.1 Generación de Información Estratégica sobre Inversiones Empresariales para empresas de capital extranjero.	Documento	Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 4.1.2 Atención y soporte a empresas de capital extranjero.	Atención	Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	AO 5.1.1 Identificación de empresas exportadoras y con potencial exportador peruanas de diferentes rubros.	Acción	Dirección de promoción de las exportaciones.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 5.1.2 Identificación de mercados potenciales y empresas importadoras/compradores.	Acción	Dirección de promoción de las exportaciones.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 5.1.3 Organización de acciones de promoción comercial	Acción	Dirección de promoción de las exportaciones.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S1.5.2: Organización de espacios de articulación comercial de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior	AO 5.2.1 Ejecución de ruedas de negocio y misiones comerciales internacionales y participación en ferias.	Eventos	Dirección de Promoción Comercial	Ministerio de Relaciones Exteriores	008: Ministerio de Relaciones Exteriores	Relaciones Exteriores	Nacional
		AO 5.2.2 Realización de seminarios para difusión de oportunidades comerciales e intercambio de experiencias entre gremios y empresas de dos países.	Seminarios	Dirección de Promoción Comercial	Ministerio de Relaciones Exteriores	008: Ministerio de Relaciones Exteriores	Relaciones Exteriores	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO 5.2.3 Identificación y análisis de nuevos mercados, productos con potencial exportador y actores empresariales estratégicos	Informes	Dirección de Promoción Comercial	Ministerio de Relaciones Exteriores	008: Ministerio de Relaciones Exteriores	Relaciones Exteriores	Nacional

Tabla 37. Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 2

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
L2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindadas de manera continua para los usuarios de comercio exterior.	AO1.1.1: Elaboración de estudios y/o diagnósticos de logística urbana, nacional y transporte acuático	Reporte	Dirección de Políticas y Normas en Transporte Acuático y Logística	Ministerio de Transportes y Comunicaciones	036: Ministerio de Transportes y Comunicaciones	Transportes	Nacional
	S2.1.2 Organización de espacios de articulación de oportunidades de inversión en proyectos de infraestructura logística vinculados al comercio exterior de manera continua dirigidos a entidades públicas.	AO 1.2.1: Organización de eventos para la promoción de proyectos de inversión.	Eventos	Dirección de Promoción Inversiones	Ministerio de Relaciones Exteriores	008: Ministerio de Relaciones Exteriores	Relaciones Exteriores	Nacional
		AO 1.2.2: Participación en eventos para la promoción de proyectos de inversión	Documentos	Dirección de Promoción Inversiones	Ministerio de Relaciones Exteriores	008: Ministerio de Relaciones Exteriores	Relaciones Exteriores	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
	S2.1.3. Control de ingreso de mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para los operadores de comercio exterior.	AO1.3.1: Gestión operativa de Aduanas en los Centros de Atención de Frontera.	Informe	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria	057: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria	Economía y Finanzas	Nacional
L2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	S2.2.1: Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior	AO2.1.1: Administración de los componentes y servicios de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.	Acción	Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.1.2: Formulación de mejoras en la interoperabilidad de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.	Documento	Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.1.3: Implementación de nuevas funcionalidades en los componentes y servicios de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.	Documento	Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.1.4: Implementación de nuevos procedimientos administrativos, componentes y servicios en la	Proyecto Implementado	Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		Ventanilla Única de Comercio Exterior.						
	S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior	AO2.2.1: Implementación de mecanismos de gestión de riesgos en los procesos y/o procedimientos de las entidades de control del comercio exterior.	Proyectos Implementados	Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas /Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.2.2: Elaboración de propuestas normativas para la simplificación y estandarización de procesos que faciliten el comercio exterior.	Norma	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.2.3: Formulación de propuestas de nuevos mecanismos de facilitación de comercio.	Documento	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO2.2.4: Ejecución de medidas de facilitación de comercio que optimicen los procesos de ingreso y salida de mercancías.	Acción	Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas /Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.2.5: Capacitación a agentes de la cadena de valor pesquera y acuícola vinculados al comercio exterior."	Capacitación	Dirección de Habilidades y Certificaciones	Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura	243: Autoridad Nacional de Sanidad e Inocuidad en Pesca y Acuicultura	Producción	Nacional
	S2.2.3. Gestión de información de servicios logísticos continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	AO 2.3.1: Administración de la información y del sistema en línea de los servicios logísticos de comercio exterior.	Acción	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior/Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.3.2: Implementación del sistema de información en línea de los servicios logísticos de comercio exterior.	Documento	Dirección de la Ventanilla Única de Comercio Exterior y Plataformas Tecnológicas	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO 2.3.3 Difusión del sistema de información en línea de los servicios logísticos de comercio exterior.	Difusión	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S2.2.4. Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de manera oportuna a los operadores de comercio exterior.	AO 2.4.1: Orientación sobre las obligaciones normativas para los operadores de comercio exterior.	Orientación	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.4.2: Ejecución de fiscalizaciones para garantizar el cumplimiento normativo de los operadores de comercio exterior.	Fiscalización realizada	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país	S2.3.1. Detección de amenazas e incumplimientos aduaneros en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	AO 3.1.1: Capacitación en mecanismos de seguridad en la cadena logística de comercio exterior.	Persona Capacitada	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 3.1.2: Realización de asignaciones de control físico o documental, mediante la aplicación de gestión de riesgo en las operaciones de comercio exterior	Acción	Intendencia Nacional de Control Aduanero-INCA	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria	Economía y Finanzas	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
	S2.3.2. Intervenciones policiales efectivas, contra la criminalidad dedicada al tráfico ilícito de drogas y delitos conexos en la cadena logística, de manera oportuna, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.	AO3.2.1: Ejecución de operaciones policiales contra el tráfico ilícito de drogas.	Operación	DIRANDRO PNP	Ministerio del Interior	007 Ministerio del Interior	Interior	Nacional
	S2.3.3. Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera oportuna, para las empresas exportadoras y con potencial exportador.	AO 3.3.1: Capacitación preventiva sobre delitos aduaneros e infracciones a la propiedad intelectual.	Capacitación	Comisión de Lucha Contra los Delitos Aduaneros y la Piratería (CLCDAP)	Ministerio de la Producción	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional
L2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.	S2.4.1. Asistencia técnica continua en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios de comercio exterior.	AO 4.1.1: Elaboración del diagnóstico de brechas de los corredores logísticos interoceánicos y multimodales.	Documento	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 4.1.2: Acompañamiento de las mesas técnicas para la consolidación de los corredores logísticos.	Acta/Documento	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
	S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional fiable en beneficio de los gobiernos regionales.	AO4.2.1: Elaboración de una Guía Metodológica para la elaboración de Planes Logísticos Regionales	Documento	Dirección de Políticas y Normas en Transporte Acuático y Logística	Ministerio de Transportes y Comunicaciones	036: Ministerio de Transportes y Comunicaciones	Transportes	Nacional
		AO4.2.2: Ejecución de asistencias técnicas para los gobiernos regionales en planeamiento logístico	Asistencias técnicas	Dirección de Políticas y Normas en Transporte Acuático y Logística	Ministerio de Transportes y Comunicaciones	036: Ministerio de Transportes y Comunicaciones	Transportes	Nacional

Tabla 38. Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 3

Lineamientos	Servicio	ACTIVIDAD OPERATIVA	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
L 3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S3.1.1: Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes	AO 1.1.1 Asistencia técnica a organizaciones de productores agrarios en temas de gestión organizacional y desarrollo empresarial.	Asistencia técnica	Dirección General de Asociatividad, Servicios Financieros y Seguros (DGASFS) - Dirección de Asociatividad y Desarrollo Empresarial (DADE)	Ministerio de Agricultura- Administración Central	013. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 1.1.2 Orientación para la obtención de marcas, denominaciones de origen, sellos, entre otros, que contribuya a la diferenciación de la oferta exportable.	Orientación	Dirección General de Desarrollo Agrícola y Agroecología - DGDA	Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego	013. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 1.1.3 Asistencia técnica en gestión empresarial para el desarrollo de la oferta exportable de bienes a empresas exportadoras y con potencial exportador.	Capacitación	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.1.4 Capacitación a para el desarrollo productivo exportador del sector manufacturas diversas	Capacitación	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	ACTIVIDAD OPERATIVA	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO 1.1.5 Asistencia técnica articulada para el desarrollo productivo exportador de la RPE	Asistencia técnica	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.1.6 Asistencia técnica para el aseguramiento de la calidad y el cumplimiento de estándares y requisitos exigidos por los mercados internacionales	Asistencia técnica	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.1.8 Asesoramiento especializado para la obtención de certificaciones de calidad	Asesoría técnica	Sede desconcentrada	Agromercado	018: Agromercado	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 1.1.10 Asistencia técnica en gestión de calidad para la exportación y acceso a mercados internacionales.	Asistencia técnica	Subdirección de Desarrollo Exportador.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	ACTIVIDAD OPERATIVA	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
	S3.1.2: Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportunas dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador.	AO 1.2.1: Identificación y sensibilización de empresas de exportación de servicios, a través del Programa Regional de Identificación de Oferta Exportable.	Acción	Sub Dirección de Promoción Comercial /	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo / Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.2.2 Capacitación y asistencia técnica en gestión y desarrollo de exportación de servicios.	Capacitación	Sub Dirección de Promoción Comercial / Desarrollo Exportador	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo / Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.2.3 Asistencias técnicas para impulsar la internacionalización de empresas exportadoras y con potencial exportador de servicios	Asistencia técnica	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.	S3.2.1: Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuno para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.	AO 2.1.1 Capacitación para la transformación de asociación a cooperativa agraria	Capacitación	Dirección General de Asociatividad, Servicios Financieros y Seguros (DGASFS) - Dirección de Asociatividad y Desarrollo Empresarial (DADE)	Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego	013. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 2.1.2 Capacitación en materia de gestión y/o gobernanza cooperativa.	Capacitación	Dirección General de Desarrollo Empresarial - DGDE	Ministerio de la Producción	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional

Lineamientos	Servicio	ACTIVIDAD OPERATIVA	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO 2.1.3 Realización de asesoría técnica para la adopción de modelos asociativos para la exportación.	Asesoría técnica	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.1.4 Asistencia técnica, acompañamiento y capacitación para fortalecer la formación del modelo asociativo (Consortio de Exportación).	Asistencia técnica	(1) Subdirección de Desarrollo Exportador. (2) Dirección de Coordinación de las Oficinas Regionales	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L3.3: Fortalecer el marco normativo para impulsar las actividades de comercio exterior de servicios de las empresas peruanas.	No tiene servicio	AO 3.1.1 Elaboración de propuestas normativas para el fomento de la exportación de servicios.	Propuesta de norma	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.4.1: Financiamiento para la internacionalización oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador	AO 4.1.1. Implementación de mecanismos para el acceso al financiamiento.	Acción	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 4.1.2. Realización de convocatorias en el marco del programa de apoyo a la internacionalización.	Acción	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 4.1.3. Difusión del programa de apoyo a la internacionalización.	Difusión	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	ACTIVIDAD OPERATIVA	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
	S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsables oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.	AO 4.2.1 Realización de convocatorias de concursos para financiar proyectos con fondos concursables no reembolsables.	Convocatoria	Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación - ProInnovate	Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación - ProInnovate	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional
		AO 4.2.2 Implementación de cofinanciamiento no reembolsable de planes de negocio de cadenas agroexportadoras o con potencial agroexportador.	Acción	Programa de Compensaciones para la Competitividad (AGROIDEAS) - Unidad de monitoreo	Programa de Compensaciones para la Competitividad	013. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 4.2.3 Difusión de instrumentos de cofinanciamiento no reembolsable para la mejora de la competitividad exportadora de las empresas peruanas.	Difusión	Dirección de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios	S3.5.1: Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.	AO5.1.1. Acompañamiento a empresas para el acceso a servicios tecnológico para la mejora de la calidad, tecnología e innovación	Acción	Instituto tecnológico de la producción	Instituto tecnológico de la producción	038: Ministerio de la Producción	Producción	NACIONAL
		AO 5.1.2 Capacitación y asistencia técnica para fomentar la innovación en la exportación.	Asistencia técnica	(1) Subdirección de Desarrollo Exportador.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	ACTIVIDAD OPERATIVA	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior		AO 5.1.3 Capacitación integral en tecnologías y manejo de variedades liberadas para los productores agrarios.	Capacitación	Dirección de Investigación y Desarrollo Tecnológico (DIDT)	Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA)	163 - INIA	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 5.1.4 Desarrollo de estudios de vigilancia tecnológica agraria.	Estudio	Dirección de Gestión de la Innovación Agraria (DGIA)	Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA)	163 - INIA	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 5.1.5 Asistencias técnicas en el marco del Programa de Innovación Exportadora	Programa	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S3.6.1: Asistencia técnica gestión sostenible oportuno y accesible dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador.	AO 6.1.1 Capacitaciones en instrumentos o mecanismos económicos para negocios sostenibles	Capacitación	Dirección General de Economía y Financiamiento Ambiental - DGEFA	Ministerio del Ambiente	005: Ministerio del Ambiente	Ambiente	Nacional
		AO 6.1.2 Capacitaciones sobre buenas prácticas ambientales en beneficio de las empresas	Capacitación	Dirección General de Asuntos Ambientales de Industria - DGAAMI	Ministerio de la Producción	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional
		AO 6.1.3 Capacitaciones en el marco del Programa Mype Sostenible	Capacitación	Dirección General de Desarrollo Empresarial - DGDE	Ministerio de la Producción	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional
		AO 6.1.4 Capacitación para la adopción de modelos de negocio sostenibles para la exportación	Capacitación	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	ACTIVIDAD OPERATIVA	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO 6.1.5 Asistencias técnicas en Buenas Prácticas de Comercio Justo.	Asistencia técnica	Subdirección de Desarrollo Exportador.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 6.1.6: Asistencia técnica en economía circular	Asistencia técnica	Subdirección de Desarrollo Exportador.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 6.1.7 Asistencias técnicas en Medición de Huellas Ambientales.	Asistencia técnica	Subdirección de Desarrollo Exportador.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Tabla 39. Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 4

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las ZEE en las cadenas regionales y globales de valor.	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad accesible oportuno para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.	AO 1.1.1: Acompañamiento en la identificación de medidas para la simplificación de trámites que promuevan la competitividad de las empresas de las ZEE.	Informe	Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio	Ministerio de la Producción - PRODUCE	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional
		AO 1.1.2: Monitoreo de los procesos de comercio exterior priorizados para los administrados.	Acción	Intendencia Nacional de Desarrollo e Innovación Aduanera- INDIA	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria	057. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria	Economía y Finanzas	Nacional
		AO 1.1.3: Capacitación en el manejo de procesos operativos y administrativos para las empresas de las ZEE.	Persona Capacitada	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.	AO 1.2.1: Elaboración del diagnóstico, planes, programas y proyectos de modernización de la infraestructura complementaria de las ZEE.	Informe	Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio	Ministerio de la Producción - PRODUCE	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional
		AO 1.2.2: Elaboración del plan de acción para el desarrollo de clústeres articulados a las ZEE orientados al comercio exterior.	Plan	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 1.2.3: Asistencia técnica para el aprovechamiento de sinergias y el cumplimiento de regulaciones, estándares internacionales y buenas	Asistencia técnica	Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior / Dirección General de Políticas de	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		prácticas logísticas para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.		Desarrollo de Comercio Exterior				
L4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.	S4.2.1. Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura de manera oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales.	AO 2.1.1: Identificación de mecanismo para la gestión de proyectos de inversión pública para las ZEE, en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas.	Estudio	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.1.2: Evaluación de las modalidades de participación de la inversión privada a las que pueden optar las ZEE, en coordinación con Proinversión.	Informe	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.1.3: Asistencia técnica en la gestión de la inversión pública para las Administraciones de las ZEE, en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas.	Asistencia técnica	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S4.2.2. Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.	AO 2.2.1: Ejecución de las supervisiones dirigidas a las administraciones y empresas usuarias de las ZEE.	Supervisión	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.2.2: Orientación en la implementación de recomendaciones a las administraciones y empresas usuarias de las ZEE".	Orientación	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L4.3. Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas	S4.3.1. Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas	AO 3.1.1: Elaboración de los estudios para la identificación y fortalecimiento de las cadenas productivas estratégicas en las ZEE.	Estudio	Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio	Ministerio de la Producción	038: Ministerio de la Producción	Producción	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	Responsable				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
Económicas Especiales.	Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.	AO 3.1.2: Implementación del Plan de Promoción de Inversiones para las ZEE.	Acción	Dirección de Zonas Económicas Especiales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 3.1.3: Difusión de las ZEE como parte del portafolio de oportunidades de inversión ante inversionistas y actores relacionados.	Acción	Dirección de Promoción de las Inversiones Empresariales	Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo	008: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Tabla 40. Listado de Actividades Operativas: Objetivo Prioritario 5

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	RESPONSABLE					
			Unidad de medida	Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.							
		AO 1.1.3. Asistencia técnica en comercio electrónico transfronterizo bajo el modelo de negocio B2C	Asistencia técnica	Subdirección de Desarrollo Exportador.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU	001-11: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO1.1.4. Asistencia técnica en comercio electrónico transfronterizo B2B	Asistencia técnica	Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S5.1.2. Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.	AO 1.2.1. Asistencia técnica para impulsar la transformación digital de las empresas.	Asistencia técnica	(1) Subdirección de Desarrollo Exportador. (2) Dirección de Coordinación de las Oficinas Regionales	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU	001-11: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del	S5.2.1 Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas	AO 2.1.1. Capacitación en materia de comercio exterior para empresas exportadoras y con potencial exportador.	Capacitación	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	RESPONSABLE					
			Unidad de medida	Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	exportadoras y con potencial exportador	AO 2.1.2. Capacitación sobre medidas OTC y MSF en sectores priorizados para el aprovechamiento de las empresas exportadoras y con potencial exportador.	capacitación	Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.1.3. Orientación en materia de propiedad intelectual (signos distintivos), con el fin de facilitar el acceso al registro y la protección de creaciones.	Orientación	Dirección de Signos Distintivos	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI	183: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI	Presidencia del Consejo de Ministros	Nacional
		AO 2.1.4 Capacitación en materia de NTP y estándares internacionales.	Capacitación	Dirección de Normalización - INACAL	Administración - INACAL	244: Instituto Nacional de Calidad	Producción	Nacional
				Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO 2.1.5. Capacitación especializada en materia de Infraestructura de la Calidad que busca incrementar la competitividad de las empresas para el comercio exterior.	Persona capacitada	Dirección de Desarrollo Estratégico de la Calidad / Equipo Funcional de Capacitación e Infraestructura de la Calidad	Instituto Nacional de Calidad	244 - Instituto Nacional de Calidad	Producción	Nacional
		AO 2.1.6 Capacitación en materia de origen, facilitación del comercio exterior, zonas económicas especiales y plataformas tecnológicas.	Asistencia técnica	Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	RESPONSABLE					
			Unidad de medida	Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO 2.1.7 Capacitación en gestión empresarial y comercial a través de planes de articulación comercial para organizaciones de productores agrarios.	Productor Capacita citado	Dirección de Gestión de Oferta Productiva	Agromercado	018: Agromercado	Agrario y de Riego	Nacional
		AO 2.1.8 Capacitación en gestión de calidad y valor agregado.	Capacitaciones	Dirección de Gestión de Oferta Productiva	Agromercado	018: Agromercado	Agrario y de Riego	Nacional
	S5.2.2. Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.	AO 2.2.1. Identificación de capacidades exportadoras y brechas en empresas exportadoras y con potencial exportador.	Documento	Subdirección de Desarrollo Exportador / Dirección de Coordinación de las Oficinas Regionales	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	001-11: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.2.2. Asistencia técnica especializada en gestión exportadora, adaptada al perfil de cada empresa.	Asistencia técnica	Subdirección de Desarrollo Exportador / Dirección de Coordinación de las Oficinas Regionales	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	001-11: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.2.3. Seguimiento y evaluación de los planes o mejoras implementadas por las empresas durante el acompañamiento.	Acción	Subdirección de Desarrollo Exportador / Dirección de Coordinación de las Oficinas Regionales	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	001-11: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S5.2.3. Capacitaciones accesibles para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.	AO 2.3.1 Capacitaciones en el marco del Programa Ella Exporta.	Capacitación	Subdirección de Desarrollo Exportador.	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	001-11: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO2.3.2 Capacitación en comercio exterior dirigido a empresas y organizaciones lideradas por mujeres.	Capacitación	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.3.3 Capacitación en comercio exterior dirigido a poblaciones indígenas u originarias.	Capacitación	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportuno dirigido a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.	AO2.4.1. Capacitación en materia de comercio exterior dirigido a los actores públicos, privados y la academia.	Capacitación	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.4.2. Capacitación a las autoridades nacionales competentes en el marco de los Acuerdos OTC y MSF de la OMC.	Capacitación	Dirección de Requisitos Técnicos al Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.4.3. Capacitación a entidades públicas sobre los compromisos establecidos en los acuerdos comerciales suscritos por el Perú para la formulación de propuestas normativas que impacten en el desarrollo del comercio exterior	Capacitación	Dirección de Supervisión Normativa	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO2.4.4. Capacitación en temas de origen al personal autorizado en la emisión de certificados de origen a nivel nacional.	Capacitación	Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	RESPONSABLE					
			Unidad de medida	Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
	S5.2.5 Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.	AO.2.5.1. Capacitación en CTI a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.	Documento	Agencia Peruana de Cooperación Internacional	Ministerio de Relaciones Exteriores	080: Ministerio de Relaciones Exteriores	Relaciones Exteriores	Nacional
L5.3. Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.	S5.3.1. Asistencia técnica continua para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior dirigido a miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.	AO5.3.1. Asistencia técnica para la implementación de los Planes Regionales de Exportación.	Asistencia técnica	Dirección de Desarrollo de Capacidades y Oferta Exportable	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO5.3.2. Acompañamiento a mecanismos de articulación multisectorial vinculados al comercio exterior (Comisiones, comités, grupos de trabajo).	Informe	Dirección General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
			Informe	Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
	S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continuo para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.	AO3.2.1. Identificación de oportunidades de cooperación internacional para la implementación de la política nacional.	Documento	Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO3.2.2 Acompañamiento para la implementación de cooperación internacional en coordinación con las entidades públicas beneficiarias.	Acción	Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

Lineamientos	Servicio	Actividad operativa	Unidad de medida	RESPONSABLE				
				Unidad de organización responsable	Unidad Ejecutora (UE)	Pliego o entidad	Sector (aplica a Gobierno Nacional)	Nivel de gobierno
		AO.3.2.2 Evaluación de los proyectos de cooperación internacional entidades públicas vinculadas al comercio exterior beneficiarias.	Documento	Dirección de Asistencia para el Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo, para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.	AO4.1.1. Elaboración de información (estudios o reportes) de comercio exterior.	Documento	Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
				Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO4.1.2. Publicación de información (estudios o reportes) de comercio exterior.	Documento	Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional
		AO4.1.3. Difusión de información generada (estudios o reportes) de comercio exterior.	Documento	Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	035: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	Comercio Exterior y Turismo	Nacional

8. BIBLIOGRAFÍA

- ADEX. (2023, noviembre 8). *ADEX alerta de un escenario desafiante en el 2024 y presenta propuestas al gobierno*. <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/adex-alerta-de-un-escenario-desafiante-en-el-2024-y-presenta-propuestas-al-gobierno/>
- Alianza del Pacífico. (2021). *Estudio de limitaciones regulatorias para emprendimientos de alto impacto en los países de Alianza del Pacífico*. Alianza del Pacífico. <https://alianzapacifico.net/grupotecnico-de-ciencia-tecnologia-e-innovacion/>
- Aznar, I. (2023). *El precio del carbono llega al sector del transporte marítimo*. *Periscopio Fiscal y Legal*. <https://periscopiofiscalylegal.pwc.es/el-precio-del-carbono-llega-al-sector-del-transporte-maritimo/>
- Bain & Company. (2023). *The Visionary CEO's Guide to Sustainability*. <https://www.bain.com/insights/topics/ceo-sustainability-guide/>
- Banco Mundial (2018). *Connecting to Compete 2018. Trade Logistics in the Global Economy*.
- Banco Mundial. (2016). *Informe de Diagnóstico de las Zonas Económicas Especiales (ZEE) en Perú*.
- Banco Mundial. (2020). *Perú: Políticas para una transformación digital inclusiva*. Banco Mundial. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/33494>
- Banco Mundial. (2021a). *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2021: La revolución del conocimiento en curso*. Banco Mundial. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34627>
- Banco Mundial. (2021b). *Investment Perspective on Global Value Chains* [Text/HTML]. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/publication/investment-perspective-on-global-value-chains>
- Banco Mundial. (2022a). *Acuerdos comerciales profundos—Una vía a la integración de América Latina y el Caribe en las cadenas de valor mundiales*. World Bank. <https://www.bancomundial.org/es/events/2022/07/06/acuerdos-comerciales-profundos-america-latina>
- Banco Mundial. (2022b). *Panorama General del Comercio*. World Bank. <https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview>
- Banco Mundial. (2023). *Enterprise Surveys: Perú 2023, Perfil del País*.
- Banco Mundial. (2024a). *Business Ready (B-READY)* [Text/HTML]. World Bank. <https://www.worldbank.org/en/businessready>
- Banco Mundial. (2024b). *Comercio (% del PIB) | Data*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.TRD.GNFS.ZS>
- Banco Mundial. (s. f.). *Enterprise Surveys* [Text/HTML]. World Bank. Recuperado 9 de junio de 2024, de <https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploreeconomies>
- BCRP. (2020). *Reporte de Estabilidad Financiera 2020*. Banco Central de Reserva del Perú. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-de-Estabilidad-Financiera/2020/REF-2020.pdf>
- BCRP. (2023). *Notas de Estudios del BCRP No. 91 – 21 de diciembre de 2023* (91).

- BCRP. (s. f.). *Glosario de términos económicos*. Recuperado 18 de junio de 2024, de <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/i.html>
- Beverinotti, J., García, P. M., Gónzales Saldarriaga, S., & Grosman, N. (2023). *Cadenas de valor sustentables: Oportunidades y desafíos de integración productiva y descarbonización en Colombia, Perú y Ecuador*. BID.
- BID. (2013). *Muy lejos para exportar: Los costos internos de transporte y las disparidades en las exportaciones regionales en América Latina y el Caribe*. BID. <https://publications.iadb.org/en/publications/spanish/viewer/Muy-lejos-para-exportar-Los-costos-internos-de-transporte-y-las-disparidades-en-las-exportaciones-regionales-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- BID. (2014). *Going Global: Promoting the Internationalization of Small and Mid-Size Enterprises in Latin America and the Caribbean* | Publications. <https://publications.iadb.org/en/publications/english/viewer/Going-Global-Promoting-the-Internationalization-of-Small-and-Mid-Size-Enterprises-in-Latin-America-and-the-Caribbean.pdf>
- BID. (2018). *Habilidades, empleo y productividad en el Perú: El desafío de la formación para el trabajo*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/habilidades-empleo-y-productividad-en-el-peru-el-desafio-de-la-formacion-para-el-trabajo>
- BID. (2019a). *Encuesta de habilidades al trabajo (ENHAT) 2017-2018 / Identificación, causas y consecuencias de la brecha de habilidades en Perú*.
- BID. (2019b). *Habilidades para la Innovación en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/habilidades-para-la-innovacion-en-america-latina-y-el-caribe>
- BID. (2020). *Encuesta Nacional de Logística*.
- Blyde, J. S. (2024). *¿Barreras o facilitadores?: Hacia medidas técnicas compatibles con el comercio en América Latina y el Caribe* (América Latina y el Caribe). BID. <https://publications.iadb.org/es/barreras-o-facilitadores-hacia-medidas-tecnicas-compatibles-con-el-comercio-en-america-latina-y-el>
- CAF. (2022). *REDCAF: Avances y desafíos del Perú en comercio regional y global*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2022/06/peru-avanza-en-la-facilitacion-del-comercio-y-tiene-desafios-en-transporte-y-logistica-para-aprovechar-mas-el-mercado-regional-y-global/>
- CAPECE. (2024). *Comercio Electrónico en Perú al 2023*. <https://capece.org.pe/>
- CEPAL & OECD (2017). *Evaluaciones del desempeño ambiental: Perú*.
- CEPAL, OCDE, & CAF. (2020). Perspectivas Económicas de América Latina 2020: Transformación digital para una mejor reconstrucción. *PERSPECTIVAS ECONÓMICAS DE AMÉRICA LATINA*.
- CEPAL. (2011). Facilitación del transporte y el comercio en América Latina y el Caribe: Seguridad de la cadena logística y su incidencia en la competitividad de Mesoamérica. *Boletín FAL*, 8(300).
- CEPAL. (2020). *Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe 2019-2020*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46458-panorama-la-insercion-internacional-america-latina-el-caribe-2019-2020>

- CEPAL. (2021, noviembre 23). *Desafíos en la medición de la inversión extranjera directa y principales tendencias en América Latina y el Caribe* [Text]. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/eventos/desafios-la-medicion-la-inversion-extranjera-directa-principales-tendencias-america-latina>
- CEPAL. (2023a). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ba5c8669-a519-416e-8719-faf1e15bb362/content>
- CEPAL. (2023b). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2023*.
- CEPAL. (s. f.). *Agendas Digitales Nacionales y Estrategias Sectoriales | Observatorio de Desarrollo Digital*. Recuperado 23 de junio de 2024, de <https://desarrollodigital.cepal.org/es/agendas-digitales-nacionales-y-estrategias-sectoriales>
- CEPLAN. (2021). *Análisis de Tendencias*. https://observatorio.ceplan.gob.pe/uploads/listado_metodologico/Anexo-metodologico-tendencias-2021.pdf
- CEPLAN. (2024a). *Aumento del comercio electrónico*. Observatorio Nacional de Prospectiva. <https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/t68>
- CEPLAN. (2024b). *Uso masivo de las telecomunicaciones y de la internet*. Observatorio Nacional de Prospectiva. https://observatorio.ceplan.gob.pe/ficha/o7_lim
- CERES. (2022). *Contribución económica y beneficios generados por el régimen de Zonas Francas en Uruguay*. https://ceres.uy/index.php/estudios/ficha_estudio/25
- Chen, M., & Martincus, C. V. (2022). *Digital Technologies and Globalization: A Survey of Research and Policy Applications* (Latin America and the Caribbean). BID. <https://publications.iadb.org/en/digital-technologies-and-globalization-survey-research-and-policy-applications>
- CIEN-ADEX. (2023a). *Aportes para incentivar la diversificación productiva—Exportadora del Perú* [Documento de Política N° 1]. <https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/12/Documento-de-Politica-CIEN-ADEX-No1-Diversificacion.pdf>
- CIEN-ADEX. (2023b). *Aportes para Reducir la Informalidad en el Perú* (Documento de Política N° 2). Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales.
- CIUP. (2018). *La Cultura Empresarial Peruana*. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1717/RW-LA%20CULTURA%20EMPRESARIAL%20PERUANA.pdf>
- COMEXPERÚ. (2023). *Desempeño del Comercio Exterior: Avances y desafíos*. COMEXPERU - Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/desempeno-del-comercio-exterior-avances-y-desafios>
- Cornejo, R. (2022). El impacto del Sistema Armonizado en las reglas de origen. *Revista Aportes para la Integración Latinoamericana*, 46, Article 46. <https://doi.org/10.24215/24689912e040>
- Cullen, D. (2006). Shining a light on Cargo Theft. *Fleet Owner Magazine*.

- De Angelis, J., Michalzewsky, K., & Sternberg, S. (2024). América Latina y el Caribe frente al desafío de las barreras comerciales verdes. *El Giro Verde. La nueva agenda de comercio de América Latina y el Caribe*, 49, 240-285.
- De Arregui, M. (2023). Maximizando oportunidades: El papel crucial de la Inversión Extranjera Directa en el comercio exterior español. *OBS School, España*. <https://www.obsbusiness.school/blog/maximizando-oportunidades-el-papel-crucial-de-la-inversion-extranjera-directa-en-el-comercio-exterior-espanol>
- Devlin, R., & Moguillansky, G. (with Secretaría General Iberoamericana). (2010). *Alianzas público-privadas para una nueva visión estratégica del desarrollo* (1. ed). Naciones Unidas, CEPAL [u.a.].
- DIGESA. (s. f.). *Proyectos*. DIGESA-TFO. http://www.digesa.minsa.gob.pe/proyectos/Proyectos_Digesa-TFO.asp
- El Peruano. (2023, mayo 11). *MTC presenta el Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte al 2032*.
- E-ping. (2024). *SPS & TBT Platform*. <https://eping.wto.org/es/FactsAndFigures/Notifications>
- Fanjul, B. (2023). *Informe final, Consultoría para el diagnóstico del ecosistema de atracción de la inversión extranjera y medidas para su estímulo en el Perú (BID-INT/TIN)*. BID.
- Fenech, C., Walton, B., & Majury, A. (2024). *The Sustainable Consumer. Understanding consumer attitudes to sustainability and sustainable behaviours*. <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/perspectives/the-sustainable-consumer.html>
- Filippo, A., Guaipatín, C., Navarro, L., & Wyss, F. (2023). *Las políticas de desarrollo productivo frente a los nuevos imperativos de las cadenas globales de valor*. Inter-American Development Bank. <https://doi.org/10.18235/0005148>
- Fontagné, L., Rocha, N., Ruta, M., & Santoni, G. (2021). *A General Equilibrium Assessment of the Economic Impact of Deep Trade Agreements*. The World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-9630>
- Frohmann, A. (2019). *Herramientas de política comercial para contribuir a la igualdad de género* (153; Comercio Internacional). CEPAL.
- Frohmann, A., Mulder, N., & Olmos, X. (2020). *Los incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional* (LC/TS.2020/160; Documentos de Proyectos). CEPAL.
- GIZ. (2013). *Desafíos y avances del desarrollo de capacidades del funcionario...* <https://www.bivica.org/file/view/id/277>
- Guasch, J. L., Diaz, L., Rozenberg, J., & Bozanigo, L. (2019). *Análisis Integral de la Logística en el Perú: 5 Cadenas de Exportación - Metodología* (Text/HTML 133569). Banco Mundial. <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/978851547061825234/Análisis-Integral-de-la-Logística-en-el-Perú-5-Cadenas-de-Exportación-Metodología>
- Harvard Growth Lab. (2021). *The Atlas of Economic Complexity—Peru*. <https://atlas.cid.harvard.edu/countries/173>

- <https://www.gob.pe/institucion/mtc/informes-publicaciones/4221549-plan-nacional-de-servicios-e-infraestructura-logistica-de-transporte-al-2032>
- https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2019/04/oecd-employment-outlook-2019_0d35ae00/bb5fff5a-es.pdf
- https://www.oecd.org/es/publications/evaluaciones-del-desempeno-ambiental-peru-2017_9789264289000-es.html
- Ibarra, D., Ganzarain, J., & Igartua, J. I. (2018). Business model innovation through Industry 4.0: A review. *Procedia Manufacturing*, 22, 4-10. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.002>
- IMF. (2023). *Digital trade for development* (Internationaler Währungsfonds, OECD, Vereinte Nationen, Weltbank, & World Trade Organization, Eds.). World Trade Organization.
- INEI. (2018). *Producto Bruto Interno Trimestral por Actividad Económica 2013-2019*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1655/libro.pdf
- INEI. (2024). *Perú: Evolución de la Pobreza Monetaria, 2014-2023*.
- IPE. (2020). *Colaboración público-privada para la innovación en el Perú*. Instituto Peruano de Economía. <https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2020/09/Colaboracion-publico-privada-para-la-innovacion-en-el-Peru-.pdf>
- Isaksson, A. (2002). *The Importance Of Human Capital for the trade—Growth Link*. https://www.unido.org/sites/default/files/2009-04/The_importance_of_human_capital_for_trade_growth_link_0.pdf
- ITC, ONU, & OMC. (s. f.). *ePing SPS&TBT platform*. Recuperado 18 de junio de 2024, de <https://eping.wto.org/es/FactsAndFigures/Notifications>
- ITC. (2011). *Política comercial: Formulación y puesta en marcha*. <https://intracen.org/es/nuestra-labor/temas/entorno-empresarial/formulacion-y-puesta-en-marcha-de-pol%C3%ADticas-comerciales>
- ITC. (2020). *Índice de Competitividad en Tecnología de la Información y las Comunicaciones*. Centro de Comercio Internacional. <https://www.intracen.org/itc/market-info-tools/competitiveness-tools/ict/>
- ITC. (s. f.-a). *Estrategias de desarrollo del comercio | ITC*. Centro de Comercio Internacional. Recuperado 9 de junio de 2024, de <https://intracen.org/es/nuestra-labor/temas/entorno-empresarial/estrategias-de-desarrollo-del-comercio>
- ITC. (s. f.-b). *Lograr que el comercio sea una realidad: Estrategia Nacional de Exportación*.
- ITC. (s. f.-c). *Peru joins SheTrades Outlook to promote inclusive policymaking through better data | ITC*. Recuperado 27 de junio de 2024, de <https://intracen.org/news-and-events/news/peru-joins-shetrades-outlook-to-promote-inclusive-policymaking-through-better>
- Izvorski, I., Mbowe, A., Dubashov, B., Gassner, K., Ferrantino, M. J., Islam, R., Sahovic, T., & Izvorski, I. (2020). *Kyrgyz Republic Country Economic Memorandum*. World Bank, Washington, DC. <https://doi.org/10.1596/33494>

- Juárez, C. (2023). *Así afectará el sistema ETS de la UE al transporte marítimo global y sus costos*. THE LOGISTICS WORLD | Conéctate e inspírate. <https://thelogisticsworld.com/transporte/asi-afectara-el-sistema-ets-de-la-ue-al-transporte-maritimo-global-y-sus-costos/>
- Lall, S., Albaladejo, M., & Zhang, J. (2004). Mapping fragmentation: Electronics and automobiles in East Asia and Latin America. *Oxford Development Studies*, 32, 407-432. <https://doi.org/10.1080/1360081042000260601>
- León Serrano, G. (2020). *Interdependencia tecnológica y su impacto estratégico*.
- Malca Guaylupo, O., & Rubio Donet, J. (2013). Continuidad y desempeño exportador en la empresa peruana. *Journal of Business*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.21678/jb.2013.61>
- Malca Guaylupo, O., & Rubio Donet, J. (2015). Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú. *Journal of Business*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.21678/jb.2015.72>
- Malca, O., & Bolaños, J. P. (2018, octubre 15). *The relationship between export capabilities in SMEs and export intensity: Insights for export promotion programmes – The case of Peru (Conference paper in Spanish)*.
- Marin Duran, G. (2023). Carbon Border Adjustments: Securing Compatibility with the Multilateral Climate and Trade Regimes. *International and Comparative Law Quarterly*. <https://www.cambridge.org/core/journals/international-and-comparative-law-quarterly>
- Martincus, C. V., & Sztajerowska, M. (2019). *Cómo armar el rompecabezas de la promoción de inversiones: Un mapeo de las agencias de promoción de inversiones en América Latina y el Caribe y en los países de la OCDE*. Inter-American Development Bank. <https://publications.iadb.org/en/how-solve-investment-promotion-puzzle-mapping-investment-promotion-agencies-latin-america-and>
- Mehling, M. A., Asselt, H. van, Das, K., Droeger, S., & Verkuil, C. (2019). Designing Border Carbon Adjustments for Enhanced Climate Action. *American Journal of International Law*, 113(3), 433-481. <https://doi.org/10.1017/ajil.2019.22>
- Melitz, M. J., & Redding, S. J. (2021). *Trade and innovation*. No. w28945. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w28945/w28945.pdf
- MINAM. (2019). *Sexto Informe Nacional sobre Diversidad Biológica*. <https://www.gob.pe/institucion/minam/informes-publicaciones/281709-sexto-informenacional-sobre-diversidad-biologica>
- MINCETUR. (2003). *Perú: Plan Estratégico Nacional Exportador 2003—2013. Exportaciones: Motor del Desarrollo*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/402736/Bases_Estrategicas_PENX.pdf?v=1571929886
- MINCETUR. (2015). *Plan Estratégico Nacional Exportador: PENX 2025*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf?v=1581634885
- MINCETUR. (2021). *Diagnóstico sobre el nivel de uso de los estándares internacionales y las Normas Técnicas Peruanas por parte de las empresas peruanas*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1744845->

- diagnostico-sobre-el-nivel-de-uso-de-los-estandares-internacionales-y-las-normas-tecnicas-peruanas-por-parte-de-las-empresas-peruanas
- MINCETUR. (s. f.). *El Plan Regional Exportador—PERX - compendio*. Recuperado 26 de junio de 2024, de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/138-el-plan-regional-exportador-perx-todos>
- Ministerio de Economía y Finanzas de la República de Corea. (2023). *Roadmap for the Implementation of FDI Attraction Strategies for SEZs in Peru*.
- MTC (2023). *Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte al 2032*.
- MTC. (2014). *Plan Hidroviario del Sistema Fluvial Comercial*. Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- MTC. (2022). *Encuesta Nacional de Logística*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4331508/Encuesta%20Nacional%20de%20Log%C3%ADstica%202020.pdf?v=1681934904>
- MTC. (2023). *Plan Nacional de Servicios e Infraestructura Logística de Transporte al 2032*.
- Norris, E. D., & Duval, R. (2016). *La reducción de las barreras comerciales puede reactivar la productividad y el crecimiento mundial*. IMF. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2016/06/20/how-lowering-trade-barriers-can-revive-global-productivity-and-growth>
- OEAP. (2018). *Brechas para el emprendimiento en la Alianza del Pacífico*. https://www.observatorioalianzadelpacifico.net/_files/ugd/438ac2_cffdb796328343bf97801691be38ca69.pdf
- OECD (2019). *El Futuro del Trabajo. Perspectivas de empleo de la OCDE 2019*.
- OECD, & CEPAL. (2017). *OECD Environmental Performance Reviews: Peru 2017*. OECD/CEPAL.
- OECD, & OMC. (2017). *La Ayuda para el Comercio en síntesis: Fomentar el comercio, la inclusión y la conectividad en favor del desarrollo sostenible*. OMC. http://dx.doi.org/10.1787/ayuda_sintesis-2017-es
- OECD. (2019). *Revisión de las Políticas de Innovación de Perú*. OECD. <https://www.oecd.org/countries/peru/revisi%C3%B3n-de-las-pol%C3%ADticas-de-innovaci%C3%B3n-de-per%C3%BA-9789264309722-es.htm>
- OECD. (s. f.). *Why open markets matter*. Recuperado 13 de junio de 2024, de <https://www.oecd.org/trade/understanding-the-global-trading-system/why-open-markets-matter/>
- OIT. (2016). *Formalization of SMEs in supply chains in Latin America: What role for multinational enterprises?* Organización Mundial del Trabajo.
- OMC, & OMA. (2022). *Informe de estudio de la OMA y la OMC sobre las tecnologías disruptivas*.
- OMC. (2014). *Conectarse a los mercados mundiales Retos y oportunidades: Estudios de casos presentados por titulares de cátedras* OMC. https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/cmark_full_s.pdf
- OMC. (2016). *Informe sobre el comercio mundial 2016: Igualdad de condiciones para el comercio de las pymes*. https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr16-3_s.pdf

- OMC. (2018a). *Informe sobre el comercio mundial 2018: El futuro del comercio mundial: Cómo las tecnologías digitales están transformando el comercio global*. OMC.
https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/wtr18_s.htm
- OMC. (2018b). *Invertir en Competencias para el Comercio Inclusivo*.
- OMC. (2021). *Diccionario de Términos de Política Comercial*.
https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/dictionary_trade_policy_s.pdf
- OMC. (2022). *Informe sobre el comercio mundial 2022 Cambio climático y comercio internacional*.
https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtr22_e.htm
- OMC. (2023). *Informe Sobre el Comercio Mundial 2023*.
- OMC. (2024a). *Acuerdos comerciales regionales*.
<https://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx>
- OMC. (2024b). *Perspectivas del comercio mundial y estadísticas*.
https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/trade_outlook24_s.pdf
- OMC. (s. f.-a). *Base de datos de Preocupaciones Comerciales de la OMC*. Recuperado 18 de junio de 2024,
https://tradeconcerns.wto.org/es/explore/by_meeting?searchParameterDomainIds=2%2C1
- OMC. (s. f.-b). *Perú | TFAD - Trade Facilitation Agreement Database*. Recuperado 23 de junio de 2024,
[de https://www.tfadatabase.org/es/members/peru](https://www.tfadatabase.org/es/members/peru)
- OMC. (s. f.-c). *World Trade Organization—Integrated Trade Intelligence Portal—Home page*.
 Recuperado 18 de junio de 2024, de <http://i-tip.wto.org/goods/Forms/GraphView.aspx?period=y&scale=ln>
- OMPI. (2020). *Índice Global de Innovación 2020: ¿Quién financiará la innovación?* OMPI.
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_gii_2020.pdf
- OMPI. (2023). *Índice Mundial de Innovación 2023*. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
<https://doi.org/10.34667/tind.46596>
- ONUDI. (2023a). *Peru en la economía mundial:Nuevas tendencias y estrategias potenciales de diversificación*.
<https://www.unido.org/sites/default/files/unido-publications/2023-12/Peru%20en%20la%20economia%20mundial%20-%20SINGLE%20PAGE%20WEB%20-%20MODIFICADO.pdf>
- ONUDI. (2023b). *Peru en la economía mundial:Nuevas tendencias y estrategias potenciales de diversificación*.
<https://www.unido.org/sites/default/files/unido-publications/2023-12/Peru%20en%20la%20economia%20mundial%20-%20SINGLE%20PAGE%20WEB%20-%20MODIFICADO.pdf>
- Ortiz, M. (2024). *Los retos y desafíos pendientes de la agroexportación peruana*. Redagráfica.
<https://redagricola.com/los-retos-y-desafios-pendientes-de-la-agroexportacion-peruana/>
- Pérez, A. (2019, junio 13). *La carrera de Administración de Negocios Internacionales en el Perú*. *Revista Digital de la Facultad de Ciencias Administrativas y RRHH*.
<https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero-2/la-carrera-de-administracion-de-negocios-internacionales-en-el-peru/>

- PNUD. (2009). *Desarrollo de Capacidades*.
https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/Capacity_Development_A_UNDP_Primer_Spanish.pdf
- PNUD. (s. f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. UNDP. Recuperado 24 de junio de 2024, de <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>
- Ponce Ugolini, A. F. (2006). Apertura comercial e inversión directa extranjera: El impacto de los tratados de libre comercio en América Latina. *Apuntes*, 58/59, 139-159.
- PROMPERU. (2024, marzo). *Resultados de Exportaciones Perú 2023 | PROMPERÚ*.
<https://exportemos.pe/recurso/31154/resultados-de-exportaciones-peru-2023>
- Quindimil, M. (2022). El salto de la Ventanilla Única de Comercio Exterior a la plataforma digital de comercio internacional. *Manuel Quindimil*. <http://tfelearning.unctad.org/blog/peru2>
- Rajan, R. (2023). *EU Emissions Trading System (ETS) effective January 1, 2024*.
<https://www.maersk.com/news/articles/2023/09/15/eu-emissions-trading-system-ets>
- Rodríguez-Martínez, J. (2013). *Estrategias de internacionalización de las PyMEs basadas en la información e innovación: El panorama internacional y el caso de México*. Universidad Autónoma Metropolitana (México). Unidad Azcapotzalco.
<http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/6043>
- SECO. (2023). *Iniciativa Mejora de la Gestión Sanitaria para la Facilitación del Comercio*.
https://www.cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/10/FS_mejora-de-gestion-sanitaria-.pdf
- Smeck, S., Oviedo, M., & Fiszbein, A. (2019). *Educación dual en América Latina: Desafíos y oportunidades*. Diálogo Interamericano.
- Statista. (2022). *E-commerce in Latin America—Statistics & facts*. Statista.
<https://www.statista.com/topics/2453/e-commerce-in-latin-america/>
- SUNAT. (2023). *Estudio de Tiempos de Despacho Perú 2023*.
- SUNAT. (s. f.). *Estadísticas de Comercio Exterior*. Recuperado 17 de diciembre de 2023, de https://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/web_estadistica.htm
- Suominen, K. (2019). *El comercio digital en América Latina: ¿qué desafíos enfrentan las empresas y cómo superarlos?*
- The White House. (2024). *FACT SHEET: President Biden Takes Action to Protect American Workers and Businesses from China's Unfair Trade Practices*. The White House.
<https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2024/05/14/fact-sheet-president-biden-takes-action-to-protect-american-workers-and-businesses-from-chinas-unfair-trade-practices/>
- UNCTAD. (2013). *Non-tariff Measures to Trade: Economic and Policy Issues for Developing Countries*.
https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditctab20121_en.pdf
- UNCTAD. (2015). *Non-tariff measures and sustainable development goals: Direct and indirect linkages*. (Policy Brief UNCTAD/PRESS/PB/2015/9). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).
<https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1363>

- https://tradeconcerns.wto.org/es/explore/by_meeting?searchParameterDomainIds=1&searchParameterSubjectMembers=C604
- UNCTAD. (2019a). *Clasificación internacional de las medidas no arancelarias, Versión de 2019*. chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcglclefindmkaj/https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2019d5_es.pdf
- UNCTAD. (2019b). *Políticas comerciales y su impacto en la desigualdad*. https://unctad.org/system/files/official-document/tdb66_d4_es.pdf
- UNCTAD. (2019c). *World Investment Report 2019—Special Economic Zones*. https://unctad.org/system/files/official-document/wir2019_en.pdf
- UNCTAD. (2021). *Informe sobre tecnología e información*. https://unctad.org/system/files/official-document/tir2020overview_es.pdf
- UNCTAD. (2023a). *Perú: Evaluación sobre el estado de preparación para el comercio electrónico*.
- UNCTAD. (2023a). *Perú: Evaluación sobre el estado de preparación para el comercio electrónico*.
- UNCTAD. (2023b). *Perú: Evaluación sobre el estado de preparación para el comercio electrónico*.
- UNCTAD. (2023b, diciembre 29). *Advancing Digital Transformation: Global Insights into the Digitalization of Trade Procedures | UNCTAD*. <https://unctad.org/news/advancing-digital-transformation-global-insights-digitalization-trade-procedures>
- UNCTAD. (2023c). *State of Commodity Dependence 2023*. United Nations. <https://doi.org/10.18356/9789210027793>
- WEF. (2016). *The Global Enabling Trade Report 2016*.
- WEF. (2019). *Global Competitiveness Report 2019*.
- Zeng, D. Z. (2021). *The Dos and Don'ts of Special Economic Zones*. Washington, DC: World Bank. World Bank. Markets, Competition and Technology Unit Finance, Competitiveness and Innovation Global Practice — Practice Note. Trade, Investment and Competitiveness. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/700061638779538611/pdf/The-Dos-and-Don-ts-of-Special-Economic-Zones.pdf>

9. RESUMEN EJECUTIVO

Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040

Introducción

El comercio exterior ha sido un factor clave en el crecimiento económico del Perú, permitiendo su inserción en los mercados internacionales y consolidando su papel como un proveedor global de recursos naturales y productos agrícolas de alto valor. A lo largo de los años, el país ha implementado una agresiva política de apertura comercial, logrando contar con 23 acuerdos comerciales que brindan acceso preferencial a 58 economías, incluyendo mercados estratégicos como Estados Unidos, China y la Unión Europea. En 2024, las exportaciones peruanas alcanzaron un récord de USD 74,431 millones, impulsadas principalmente por el sector minero y agroindustrial.

Este desarrollo tuvo como base inicial el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2003-2013), donde se estableció como visión *“Perú, país exportador de una oferta de bienes y servicios competitiva, diversificada y con valor agregado”*, planteando cuatro objetivos estratégicos: (i) desarrollo de oferta exportable; (ii) desarrollo de mercados; (iii) facilitación de comercio; y (iv) desarrollo de una cultura exportadora; y su posterior actualización al PENX 2025, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 377-2015- MINCETUR, donde se planteó como meta *“la consolidación de la presencia de las empresas exportadoras peruanas en el exterior”*, y como objetivos estratégicos: (i) profundizar la internacionalización de empresas; (ii) incrementar de manera sostenible y diversificada las exportaciones de bienes y servicios con valor agregado; y (iii) mejorar la competitividad del sector exportador.

El PENX 2025 visualizó intervenciones multisectoriales necesarias para mejorar la productividad y la competitividad de la economía tomando como sujeto esencial a la empresa; bajo 4 pilares:

- Pilar 1 - Internacionalización de la empresa y diversificación de mercado
- Pilar 2 - Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible
- Pilar 3 - Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional
- Pilar 4 - Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.

Sin embargo, el comercio exterior es dinámico y el contexto económico internacional, nos impone nuevos desafíos y también oportunidades para que las empresas peruanas consoliden su presencia a nivel internacional.

Siendo así, mediante Resolución Ministerial No. 034-2024-MINCETUR, el MINCETUR formalizó el inicio del proceso de actualización del PENX 2025 como Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior, con el fin de articular los esfuerzos de todos los actores involucrados, a través de un marco adecuado de políticas públicas, que impulse la internacionalización de las empresas peruanas y mejore las condiciones de competitividad internacional del país, mediante un proceso de análisis prospectivo y diagnóstico de escenarios donde se plantean alternativas con el objeto de dar solución al problema público identificado, considerando un fin superior que contribuirá a la reducción de la pobreza y crecimiento económico del país.

Problema público

La Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040 plantea como problema público el ***“Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país”***.

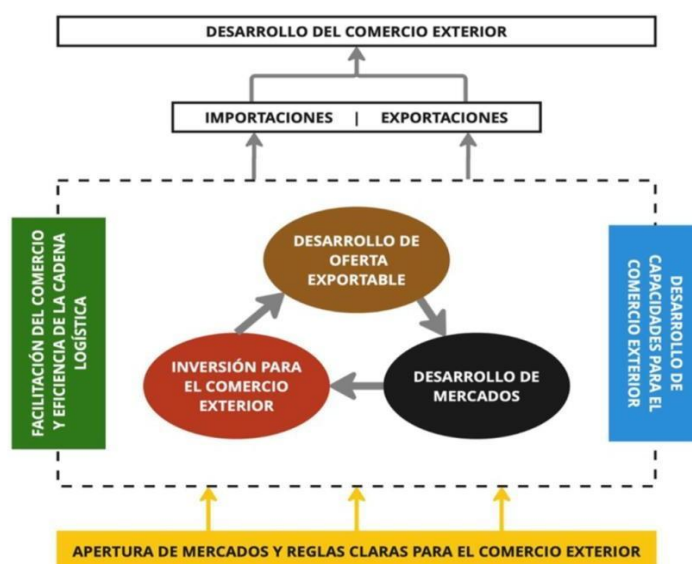
Este problema público implica que, a pesar de los avances y logros alcanzados en materia de comercio exterior durante estos últimos 20 años, el Perú aún no aprovecha todo su potencial para impulsar el crecimiento y desarrollo económico. En tal sentido, resulta necesario un rol activo del Estado para

abordar aspectos que favorezcan el desarrollo del comercio exterior peruano y realizar acciones estratégicas que permitan mejorar la competitividad de las empresas peruanas, promoviendo su participación en cadenas de valor regionales y globales, y su integración al comercio internacional.

Uno de los desafíos para el desarrollo de las exportaciones es promover un crecimiento sostenido de las empresas exportadoras, en especial de las Mipyme, cuya participación en el monto total de exportaciones es aún baja, por ello, la colaboración entre el gobierno y el sector privado es clave para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el ámbito del comercio internacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, para efectos de la presente política, el desarrollo del comercio exterior consiste en la construcción, funcionamiento y fortalecimiento continuo de un ecosistema conformado por actores públicos y privados vinculados al comercio exterior, así como de un entorno de negocios que permita a las empresas aprovechar los beneficios y las oportunidades del comercio internacional. Sobre esta base, se ha desarrollado un Modelo Conceptual de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior que puede ilustrarse de la siguiente manera:

Ilustración 70. *Modelo Conceptual de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior*

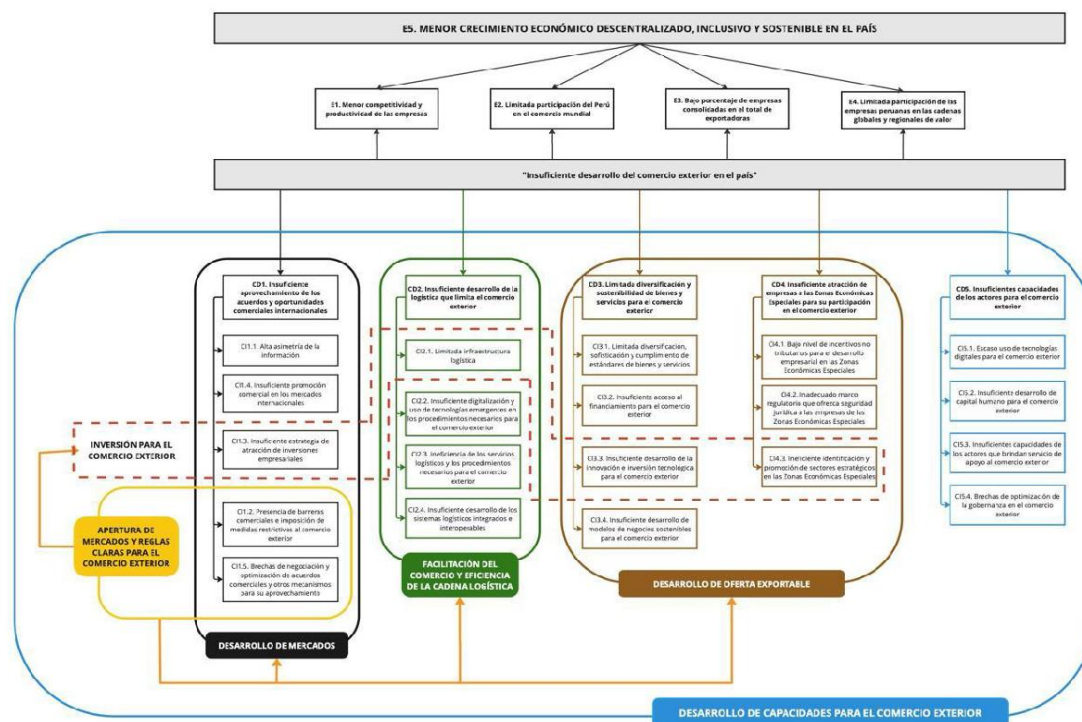


Fuente: Elaboración Propia – PENX 2025

El modelo de desarrollo de comercio exterior propuesto se sustenta en la apertura de mercados y reglas claras como base para un ecosistema competitivo, que brinde seguridad jurídica y reduzca barreras al comercio, facilitando la importación y exportación de bienes y servicios. Este modelo se estructura en tres componentes centrales: i) el desarrollo de una oferta exportable diversificada, sofisticada y sostenible que aproveche las ventajas de los TLC; ii) el desarrollo de mercados internacionales mediante información estratégica, promoción comercial y diversificación de destinos; y iii) la atracción de inversión nacional y extranjera que potencie la competitividad, la innovación y el valor agregado. De manera transversal, incorpora dos pilares: la facilitación del comercio para mejorar la eficiencia logística y reducir costos, y el fortalecimiento de capacidades de los actores públicos y privados, bajo esquemas de gobernanza articulada y multisectorial. En conjunto, este ecosistema público-privado busca generar un comercio exterior inclusivo, descentralizado y sostenible, donde la empresa es el eje central y los gremios actúan como enlace con el Estado, destacando que el éxito del modelo depende de la interacción y colaboración entre todos los actores del sistema.

El problema del comercio exterior en Perú es complejo y multidimensional, con causas estructurales que requieren estrategias coordinadas entre el sector público y privado para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector.

Ilustración 71. Modelo del Problema Público



En el análisis de la política se identificaron cinco (05) causas directas y veinte (20) causas indirectas, las cuales reflejan que el problema del comercio exterior en Perú es multidimensional, por lo que se requiere una estrategia integral que aborde los desafíos logísticos, normativos y de desarrollo empresarial para mejorar la competitividad del país en el mercado global.

Causa Directa 1 - Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales: A pesar de que el Perú tiene una amplia red de 23 acuerdos comerciales con 58 socios internacionales, aún se tiene brechas de negociación y optimización de los mismos. Asimismo, el aprovechamiento de estos acuerdos y de las oportunidades comerciales es limitado debido a varios factores, incluyendo: alta asimetría de la información sobre las oportunidades comerciales; la presencia de barreras comerciales o medidas restrictivas al comercio exterior; la insuficiente estrategia de atracción de inversiones empresariales; y la insuficiente promoción comercial en mercados internacionales. Brechas de negociación, optimización de acuerdos comerciales y otros mecanismos para su aprovechamiento.

Causa Directa 2 - Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior: Se identifican deficiencias en la infraestructura logística que impiden un transporte de bienes ágil y eficiente; además, una insuficiente digitalización y uso de tecnologías emergentes en los procedimientos de comercio exterior, retrasan las operaciones aduaneras y logísticas; e ineficiencias de los servicios logísticos y en los procedimientos de comercio exterior. Asimismo, se requiere una mejor articulación entre los actores logísticos para reducir costos al comercio exterior.

Causa Directa 3 - Limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior: La oferta exportable peruana está concentrada en pocos productos y mercados, lo que la hace vulnerable ante fluctuaciones externas. En particular, existe una limitada diversificación, sofisticación y cumplimiento de estándares en los bienes y servicios exportados, que resulta en un débil desarrollo de productos con valor agregado y diferenciación. Además, se evidencia un insuficiente desarrollo de modelos de negocios sostenibles, e insuficiente desarrollo de la innovación para el comercio exterior. Finalmente, limitaciones de acceso a financiamiento, limitan las capacidades de las empresas para invertir para el desarrollo su oferta exportable.

Causa Directa 4 - Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales (ZEE) para su participación en el comercio exterior: Las ZEE en Perú han tenido un desempeño limitado en atraer empresas y promover el comercio exterior, debido a un inadecuado marco regulatorio que ofrezca seguridad jurídica e incentive la inversión, así como una ineficiente identificación y promoción de sectores estratégicos.

Causa Directa 5- Insuficientes capacidades de los actores del comercio exterior: El desarrollo del comercio exterior requiere que todos los actores involucrados, tanto públicos como privados tengan las capacidades y conocimientos necesarios para competir en el mercado global. Ello se ve limitado debido a diversos factores como el escaso uso de tecnologías digitales para el comercio exterior, el insuficiente desarrollo del capital humano para el comercio exterior, y una limitada articulación entre el sector público y privado para promover el comercio exterior.

Situación futura deseada

Para el año 2040, se ha logrado un significativo desarrollo del comercio exterior peruano. Las exportaciones e importaciones peruanas han mantenido una senda de crecimiento sostenido, y con ello, se amplía el nivel de apertura comercial y se logra un incremento de la participación del Perú en el comercio mundial de 0,23% a 0,3%¹⁰⁸.

Este desarrollo es reflejo de los avances para superar las barreras y limitaciones en el comercio exterior del país, que impedían la plena integración y aprovechamiento de oportunidades comerciales en la economía internacional.

El Perú, gracias a su amplia red de acuerdos comerciales, continúa siendo un referente en materia de apertura comercial y de predictibilidad y respeto a las reglas del comercio e inversión, tanto en la región como en el mundo; y en combinación con mecanismos de especializados de inteligencia y promoción comercial genera mayores oportunidades de negocios para las empresas peruanas de bienes y servicios, permitiéndoles incrementar sus operaciones de comercio exterior y fortalecer el posicionamiento de su oferta exportable en diferentes mercados.

Los acuerdos también permiten el desarrollo de las importaciones del país, beneficiando a las empresas peruanas con un mejor acceso a insumos de calidad, tecnología, bienes de capital y servicios importados, así como a los consumidores peruanos con el acceso a bienes de calidad a precios competitivos.

El desarrollo de infraestructura productiva y logística, y sus servicios a nivel nacional y regional dinamiza las economías regionales, facilitando el desarrollo de diversas cadenas productivo – exportadoras, y coadyuva a que el Perú se posicione como un hub para el comercio exterior en el Pacífico Sur. Asimismo, la facilitación del comercio exterior genera avances significativos en materia de digitalización de los procedimientos de comercio exterior a través de la VUCE, y su interoperabilidad no solo interna sino con otras plataformas internacionales; generando ahorros, reduciendo ineficiencias, y brindando mayor competitividad en las operaciones de comercio exterior para las empresas peruanas.

Perú logra desarrollar una oferta exportable de bienes y servicios competitiva, diversificada, innovadora y con mayor valor agregado; en sectores con potencial como: agroindustria, manufacturas, pesca y acuicultura, servicios basados en conocimiento; y se posiciona a nivel internacional como un proveedor competitivo de productos sostenibles y de alta calidad. Asimismo, las empresas peruanas amplían su capacidad de internacionalización e incrementan su competitividad en base al capital humano con competencias mejoradas en comercio exterior.

¹⁰⁸ Definido como la suma de las exportaciones e importaciones peruanas de bienes y servicios, dividido sobre la suma de la exportación e importación mundial de bienes y servicios (según datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – SUNAT y la Organización Mundial del Comercio - OMC).

Las Zonas Económicas Especiales (ZEE) se posicionan como mecanismos para impulsar el comercio exterior, la generación de valor agregado, empleo calificado, transferencia de conocimiento y diversificación de la oferta exportable, gracias a un marco regulatorio fortalecido, sectores estratégicos priorizados, una ubicación geográfica adecuada y con acceso a servicios competitivos para las empresas. Todo lo anterior redundará en una mayor participación del país en cadenas globales y regionales de valor.

El trabajo articulado entre las entidades públicas, con el sector privado, para la implementación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior permite alcanzar de esta situación futura deseada, y potencia el logro de los objetivos establecidos en materia del desarrollo nacional y posicionamiento económico de Perú hacia el año 2050. El comercio exterior favorece un crecimiento económico descentralizado, inclusivo y sostenible, generando un impacto positivo en el desarrollo y bienestar del país, y lo consolida como una de las economías de mayor crecimiento en América Latina.

Objetivos prioritarios y lineamientos

Para lograr la situación futura deseada, la PNMCE define cinco (5) objetivos prioritarios, veintidós (22) lineamientos y cuarenta (40) servicios, que orientarán las intervenciones del Estado en la materia de comercio exterior al 2040, con un enfoque integral, multisectorial y de largo plazo.

Objetivo Prioritario 1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país. Busca brindar a las empresas peruanas las condiciones y herramientas que les permita identificar y aprovechar oportunidades en mercados internacionales. Asimismo, busca mejorar el posicionamiento de la oferta exportable peruana en el exterior, apoyando a empresas a diversificar mercados, escalar operaciones y colocar productos con mayor valor agregado. Para ello, este objetivo cuenta con cinco (05) lineamientos:

- Lineamiento 1.1. Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.
- Lineamiento 1.2. Mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales para los bienes y servicios, en beneficio de las empresas.
- Lineamiento 1.3. Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.
- Lineamiento 1.4. Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.
- Lineamiento 1.5. Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.

Objetivo Prioritario 2: Mejorar la facilitación del comercio exterior para los usuarios del comercio exterior en el país. Busca optimizar las operaciones de comercio exterior mediante medidas de facilitación que reduzcan costos y tiempos, mejoren la previsibilidad y fortalezcan la competitividad del país. Para ello, se promueve la simplificación, armonización y modernización de trámites aduaneros y logísticos, la digitalización de procesos, la aplicación de criterios de gestión de riesgos, y una mayor transparencia normativa. En este marco, se promueve el desarrollo de infraestructura de transporte y la provisión de servicios logísticos competitivos y se prioriza el fortalecimiento de nodos logísticos regionales y su integración con corredores nacionales, con miras a consolidar al Perú como un hub logístico del Pacífico Sur. Este objetivo cuenta con cuatro (04) lineamientos:

- Lineamiento 2.1. Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.
- Lineamiento 2.2. Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior
- Lineamiento 2.3. Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.

- Lineamiento 2.4. Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.

Objetivo Prioritario 3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador. Busca fortalecer y diversificar la canasta exportadora peruana de bienes y servicios, impulsando productos con mayor valor agregado, calidad y sostenibilidad, en línea con las exigencias de los mercados internacionales. Esto implica aprovechar las ventajas competitivas actuales, fomentar la innovación y la adopción de modelos asociativos, así como promover encadenamientos productivos que generen escala y eficiencia. La estrategia considera sectores con alto potencial como la agroindustria, manufacturas, pesca, acuicultura y los servicios basados en el conocimiento, que pueden dinamizar el comercio exterior, aportar diferenciación e innovación, y generar empleo inclusivo y de calidad. Asimismo, se priorizan mecanismos que faciliten el financiamiento, investigación e innovación tecnológica para desarrollar nuevos productos y servicios competitivos en el mercado global. Este objetivo cuenta con seis (06) lineamientos:

- Lineamiento 3.1. Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad.
- Lineamiento 3.2. Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.
- Lineamiento 3.3. Fortalecer el marco normativo para impulsar las actividades de comercio exterior de servicios de las empresas peruanas.
- Lineamiento 3.4. Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.
- Lineamiento 3.5. Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.
- Lineamiento 3.6. Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.

Objetivo Prioritario 4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano. Se reconoce el potencial de las Zonas Económicas Especiales (ZEE) como instrumentos estratégicos para atraer inversión, promover la transformación productiva y fortalecer la inserción del Perú en las cadenas globales de valor. Se busca mejorar las condiciones para el establecimiento y operación de empresas en las ZEE, generando un entorno competitivo, seguro y atractivo que potencie su impacto en el comercio exterior. Para ello, este objetivo cuenta con tres (03) lineamientos:

- Lineamiento 4.1. Incentivar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en las cadenas regionales y globales de valor
- Lineamiento 4.2. Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las Zonas Económicas Especiales.
- Lineamiento 4.3. Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las Zonas Económicas Especiales

Objetivo Prioritario 5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior. Busca fortalecer el entorno institucional y de capacidades de los actores vinculados al comercio exterior, reconociendo que este es un factor transversal que impacta en todos los demás objetivos de la PNMCE. Para ello, plantea mejorar las competencias de empresas exportadoras, con potencial exportador e importadoras, con énfasis en las Mipyme, así como de actores públicos, privados y de la academia vinculados al comercio exterior. Asimismo, busca crear una gobernanza sólida y articulada entre el sector público, sector privado y academia, en todos los niveles de gobierno, para garantizar un sistema de comercio exterior eficiente, con instituciones fortalecidas y acceso oportuno a información estratégica que facilite la toma de decisiones y potencie el desarrollo exportador del país. Este objetivo cuenta con cuatro (04) lineamientos:

- Lineamiento 5.1. Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
- Lineamiento 5.2. Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.
- Lineamiento 5.3: Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.
- Lineamiento 5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones

Provisión de servicios de la PNMCE

A fin de procurar el cumplimiento de los objetivos prioritarios y lineamientos, la PNMCE propone cuarenta (40) servicios, a cargo de diversas instituciones públicas. Veintinueve (29) tienen naturaleza prestacional, seis (06) son servicios no prestacionales y cinco (05) son administrativos.

Objetivo Prioritario	Lineamiento	Servicio
OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales oportuno para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.
	L.1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.	S1.3.1 Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior.
		S1.3.2. Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, a los productores, exportadores e importadores.
	L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.
	L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.
		S1.5.2: Organización de espacios de articulación comercial de manera oportuna en beneficio de los actores de interés de la política exterior.
OP 2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio exterior, para los usuarios del comercio exterior en el país.	L2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindadas de manera oportuna/continua para los usuarios de comercio exterior.
		S2.1.2. Organización de espacios de articulación para la atracción de inversiones extranjeras en proyectos de infraestructura pública del sistema

Objetivo Prioritario	Lineamiento	Servicio
		logístico, de manera oportuna, dirigidos a entidades públicas.
		S2.1.3. Control de ingreso de mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para los operadores de comercio exterior.
	L2.2: Optimizar los procesos de comercio exterior en beneficio de los usuarios de comercio exterior	S2.2.1. Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.
		S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
		S2.2.3. Gestión de información de servicios logísticos continua en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
		S2.2.4. Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de manera oportuna a los operadores de comercio exterior.
	L2.3: Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país	S2.3.1. Detección de amenazas e incumplimientos aduaneros en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
		S2.3.2. Intervenciones policiales, contra la criminalidad dedicada al tráfico ilícito de drogas y delitos conexos en la cadena logística, de manera oportuna, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
		S2.3.3. Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera oportuna, para las empresas exportadoras y con potencial exportador.
	L2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país	S2.4.1. Asistencia técnica oportuna en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior
		S2.4.2. Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional, fiable en beneficio de los gobiernos regionales.
	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S.3.1.1. Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes.

Objetivo Prioritario	Lineamiento	Servicio
OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador		S.3.1.2. Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportunas dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador.
	L3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuna para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes.
	L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S.3.4.1. Financiamiento para la internacionalización oportuno para empresas exportadoras y con potencial exportador.
		S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsables, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.
	L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.
	L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.
OP4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales en el comercio exterior peruano	L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las ZEE en las cadenas regionales y globales de valor.	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad accesible oportuno para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.
		S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.
	L4.2: Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las ZEE.	S4.2.1. Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura de manera oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales.

Objetivo Prioritario	Lineamiento	Servicio
		S4.2.2. Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.
	L4.3: Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las ZEE	S4.3.1. Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.
OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.
		S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.
	L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a las empresas, actores públicos y academia.	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.
		S5.2.2 Acompañamiento en gestión exportadora idónea para empresas exportadoras y con potencial exportador.
		S5.2.3. Capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.
		S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportuno dirigido a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.
		S5.2.5 Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.
	L5.3: Fortalecer la articulación público-privada para el desarrollo del comercio exterior en el país.	S5.3.1. Asistencia técnica integral para el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza de comercio exterior dirigido a miembros de los comités, grupos de trabajo, mesas técnicas, entre otros vinculados al comercio exterior.
		S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continuo para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.

Objetivo Prioritario	Lineamiento	Servicio
	L5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo, para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Los procesos de seguimiento y evaluación de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040 se realizan acorde con lo establecido en la Guía para el seguimiento y evaluación de políticas nacionales y planes de SINAPLAN (actualizada al 2024) del CEPLAN.

La Dirección General de Desarrollo de Políticas de Comercio Exterior del Viceministerio de Comercio Exterior del MINCETUR lidera el proceso de seguimiento de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040 en coordinación con la Oficina General de Planeamiento, Presupuesto y Modernización del MINCETUR. El seguimiento se realiza según los lineamientos que establece el CEPLAN. Asimismo, los reportes de seguimiento se emiten de manera periódica y contendrán la información provista por los ministerios intervinientes acerca del avance de los elementos de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior. Estos reportes servirán de insumo para las evaluaciones y los reportes de cumplimiento.

Durante su vigencia, la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior será evaluada en cuanto a su implementación y resultados según disposiciones que establece el CEPLAN.

Asimismo, de acuerdo con el artículo 25 del Reglamento que regula las Políticas Nacionales, aprobado por Decreto Supremo N°029-2018-PCM y sus modificatorias, se indica que los Ministerios rectores y conductores elaboran reportes periódicos que contengan los resultados del cumplimiento de los objetivos de las políticas nacionales, uso de sus recursos asignados, así como las alternativas para mejorar su implementación.

En este sentido, la Dirección General de Desarrollo de Políticas de Comercio Exterior del Viceministerio de Comercio Exterior del MINCETUR en coordinación con la Oficina General de Planificación, Presupuesto y Desarrollo del MINCETUR, elabora de manera periódica el reporte de cumplimiento de la Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040, según los lineamientos que establece el CEPLAN.

ANEXO 1 – MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema Público	Causas directas	Causas indirectas	Alternativas de solución seleccionadas	Objetivos Prioritarios	Lineamientos	Servicios
Insuficiente desarrollo del comercio exterior en el país	CD1: Insuficiente aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales	1.1: Alta asimetría de la información	- Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales - Consolidar una red de inteligencia y vigilancia de mercados internacionales, que mejore la producción y difusión de información de mercados.	OP1: Profundizar el aprovechamiento de los acuerdos y oportunidades comerciales internacionales para las empresas en el país	L.1.1: Fortalecer la gestión del conocimiento de oportunidades comerciales internacionales de los bienes y servicios peruanos en el exterior para las empresas.	S1.1.1 Gestión de información de oportunidades comerciales internacionales accesible para las empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes y servicios.
		1.5: Brechas de negociación, optimización de acuerdos comerciales y otros mecanismos para su aprovechamiento	- Consolidar la apertura de mercados a través de la negociación de nuevos acuerdos comerciales, la optimización de acuerdos existentes, y la negociación de protocolos sanitarios y fitosanitarios y acuerdos de facilitación de inversiones.		L.1.2: Mejorar las condiciones de acceso a los mercados internacionales para los bienes y servicios, en beneficio de las empresas.	Sin servicio (Lineamiento normativo e instrumental)
		1.2: Presencia de barreras comerciales e imposición de medidas restrictivas al comercio exterior	- Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales - Aprovechamiento de instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior y atención de posibles barreras comerciales.		L.1.3: Fortalecer el cumplimiento de los instrumentos internacionales vinculados al comercio exterior, en beneficio de las empresas.	S1.3.1. Atención de posibles contingencias que puedan afectar el comercio exterior, de manera oportuna, dirigido a empresas vinculadas al comercio exterior S1.3.2. Verificación y certificación de origen, en el marco de los acuerdos comerciales, de manera fiable, para productores, exportadores e importadores.
		1.3: Insuficiente estrategia de atracción de inversiones empresariales	- Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales - Establecer mecanismos de atracción de inversiones para el desarrollo del sector de servicios, la mejora de la oferta exportable con componente tecnológico o de innovación, y la generación de encadenamientos productivos para la exportación.		L.1.4: Atraer inversión empresarial en beneficio de las empresas del comercio exterior de bienes y servicios.	S1.4.1 Servicio de información y asistencia idónea para las empresas de capital extranjero que tengan interés de invertir y reinvertir en el Perú.
		1.4: Insuficiente promoción comercial en	- Fortalecer la presencia de empresas peruanas en mercados internacionales		L.1.5: Incrementar la presencia de bienes y servicios peruanos en el	S1.5.1: Emparejamiento comercial de manera idónea, en favor de las empresas exportadoras o con

Problema Público	Causas directas	Causas indirectas	Alternativas de solución seleccionadas	Objetivos Prioritarios	Lineamientos	Servicios
		los mercados internacionales	- Fortalecer la promoción comercial, a fin de ampliar su alcance en términos de empresas y sectores atendidos, y de adaptar sus servicios a la madurez y nivel de consolidación de empresas de distintos tamaños.		mercado internacional en beneficio de las empresas exportadoras.	potencial exportador de bienes y servicios.
						S1.5.2: Organización de espacios de articulación comercial de manera continua en beneficio de los actores de interés de la política exterior.
	CD2: Insuficiente desarrollo de la logística que limita el comercio exterior	2.1: Limitada infraestructura logística	- Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub Logístico sudamericano. - Desarrollar infraestructura para la conectividad vial y multimodal, así como plataformas logísticas eficientes y resilientes.	OP2: Optimizar las operaciones de comercio exterior con medidas de facilitación del comercio, para los usuarios del comercio exterior en el país.	L2.1: Asegurar el flujo eficiente de mercancías para los usuarios de comercio exterior.	S2.1.1. Información sobre el desarrollo de plataformas logísticas a nivel nacional brindadas de manera oportuna para los usuarios de comercio exterior.
						S2.1.2. Organización de espacios de articulación para la atracción de inversiones extranjeras en proyectos de infraestructura pública del sistema logístico, dirigidos a entidades públicas.
					S2.1.3. Control de ingreso de mercancías de manera integral en las intendencias de aduana de frontera para los operadores de comercio exterior.	
		2.2: Insuficiente digitalización y uso de tecnologías emergentes en los procedimientos de comercio exterior	- Facilitar las operaciones de comercio exterior en el país.		L2.2: Optimizar los procesos de comercio exterior, en beneficio de los usuarios de comercio exterior	S2.2.1: Servicios digitales interoperables de manera continua para los usuarios de comercio exterior.
		2.4: Insuficiente desarrollo de los sistemas logísticos integrados e interoperables				S2.2.2. Atención de incidencias que impactan en el flujo de ingreso y salida de mercancías de manera pertinente en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
		2.3: Ineficiencia de los servicios logísticos y los procedimientos necesarios para el comercio exterior				- Modernizar la infraestructura tecnológica, e impulsar la simplificación y digitalización de los procedimientos, la transparencia y eficiencia en los servicios logísticos.
						S2.2.4: Fiscalización en las operaciones de comercio exterior de

Problema Público	Causas directas	Causas indirectas	Alternativas de solución seleccionadas	Objetivos Prioritarios	Lineamientos	Servicios
						manera oportuna a los operadores de comercio exterior.
			- Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub Logístico sudamericano. - Mejorar los servicios logísticos y la seguridad de la cadena logística.		L2.3: Fortalecer la seguridad de la cadena logística en las operaciones de comercio exterior en el país.	S2.3.1: Detección de amenazas e incumplimiento aduanero en las operaciones de comercio exterior de manera eficaz en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
						S2.3.2: Intervenciones policiales efectivas contra la criminalidad dedicada al tráfico ilícito de drogas y delitos conexos en la cadena logística, de manera oportuna, en beneficio de los usuarios de comercio exterior.
						S2.3.3: Orientación sobre delitos aduaneros y delitos e infracciones que vulneran la propiedad intelectual, de manera oportuna, para las empresas exportadoras y con potencial exportador.
			- Afianzar el posicionamiento del Perú como Hub Logístico sudamericano. - Implementar mecanismos para la consolidación de nodos logísticos regionales y su integración a los corredores logísticos sudamericanos.		L2.4: Consolidar los nodos logísticos y su interconexión para el comercio exterior en el país.	S2.4.1: Asistencia técnica oportuna en el aprovechamiento de los corredores y nodos logísticos para los usuarios del comercio exterior.
	S 2.4.2: Asistencia técnica para el planeamiento logístico de transporte regional fiable en beneficio de los Gobiernos Regionales.					
	CD3: Limitada diversificación y sostenibilidad de bienes y servicios para el comercio exterior	3.1: Limitada diversificación, sofisticación y cumplimiento de estándares de bienes y servicios	- Diversificar la oferta exportable de bienes y servicios. -Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo exportador de bienes y servicios y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales.	OP3: Fortalecer la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas exportadoras y con potencial exportador	L3.1: Mejorar la capacidad productiva de las empresas para una oferta exportable de bienes y servicios diversificada y de calidad	S3.1.1: Asistencia técnica en desarrollo productivo exportador, oportuno, dirigido a las empresas y organizaciones de productores de bienes. S3.1.2: Asistencias técnicas en desarrollo de la exportación de servicios basados en conocimiento, oportunas dirigidas a empresas exportadoras y con potencial exportador.

Problema Público	Causas directas	Causas indirectas	Alternativas de solución seleccionadas	Objetivos Prioritarios	Lineamientos	Servicios
			- Diversificar la oferta exportable de bienes y servicios. - Impulsar medidas articuladas de desarrollo productivo exportador de bienes y servicios y de cumplimiento de estándares requeridos por los mercados internacionales.		L3.2: Fortalecer los modelos asociativos y encadenamientos productivos entre empresas para el comercio exterior.	S3.2.1 Asistencia técnica en adopción de modelos asociativos y encadenamientos productivos, oportuno para empresas y organizaciones de productores, exportadoras y con potencial exportador de bienes
			- Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana		L3.3: Fortalecer el marco normativo para impulsar las actividades de comercio exterior de servicios de las empresas peruanas.	Sin servicio (Lineamiento normativo e instrumental)
		3.2: Insuficiente acceso al financiamiento para el comercio exterior	- Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana - Desarrollar instrumentos financieros y no financieros para el comercio exterior.		L3.4: Fomentar el desarrollo y acceso a instrumentos financieros y no financieros de apoyo a las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.4.1. Financiamiento para la internacionalización oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.
						S3.4.2: Cofinanciamiento no reembolsable, oportuno para el desarrollo productivo y la mejora de la competitividad de las empresas.
		3.3: Insuficiente desarrollo de la innovación e inversión tecnológica para el comercio exterior	- Generar condiciones favorables para el desarrollo de la oferta exportable peruana - Promover la investigación, desarrollo e innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios basados en el conocimiento.		L3.5: Fortalecer la I+D+I para el desarrollo de la oferta exportable de empresas de bienes y servicios.	S3.5.1 Fortalecimiento de capacidades en innovación para el desarrollo de la oferta exportable de bienes, oportuno, dirigido a empresas y organizaciones exportadoras, con potencial exportador o vinculadas a productos o cadenas de exportación.
		3.4: Insuficiente desarrollo de modelos de negocios sostenibles para el comercio exterior	- Generar una oferta exportable sostenible - Promover el desarrollo del comercio sostenible para las exportaciones.		L3.6: Fomentar la adopción de modelos de negocios sostenibles en las empresas vinculadas al comercio exterior.	S3.6.1 Asistencia técnica en gestión sostenible, oportuna, dirigido a empresas exportadoras y con potencial exportador de bienes.
	CD4. Insuficiente atracción de empresas a las Zonas Económicas Especiales para su	4.1: Bajo nivel de incentivos no tributarios para el desarrollo empresarial en las ZEE	- Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables.	OP4: Incrementar la participación de las empresas de las Zonas Económicas Especiales	L4.1: Incentivar la participación de las empresas de las ZEE en las cadenas regionales y globales de valor.	S4.1.1. Acompañamiento técnico en la aplicación de medidas que promuevan la competitividad oportuna para las empresas de las Zonas Económicas Especiales.

Problema Público	Causas directas	Causas indirectas	Alternativas de solución seleccionadas	Objetivos Prioritarios	Lineamientos	Servicios
	participación en el comercio exterior		- Establecer adecuadas condiciones e incentivos de carácter no tributario orientados a incrementar la competitividad de las empresas en las ZEE.	en el comercio exterior peruano.		S4.1.2. Asistencia técnica para la articulación con las cadenas regionales y globales de valor de manera oportuna, dirigido a las empresas de las Zonas Económicas Especiales.
		4.2: Inadecuado marco regulatorio que ofrezca seguridad jurídica a las empresas de las ZEE	- Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables. - Implementar infraestructura de calidad para la atracción de operadores y empresas generadoras de valor agregado en las ZEE. - Garantizar las condiciones favorables para la atracción de inversión en las ZEE.		L4.2: Garantizar un ambiente de negocios atractivo para la competitividad empresarial en las ZEE.	S4.2.1. Asistencia técnica para la gestión de las inversiones en infraestructura de manera oportuna, en beneficio de las Administraciones de las Zonas Económicas Especiales. S4.2.2 Supervisión del cumplimiento de las obligaciones normativas de las Zonas Económicas Especiales, de manera oportuna, en beneficio de las administraciones y sus empresas usuarias.
		4.3: Ineficiente identificación y promoción de sectores estratégicos en las ZEE	- Incrementar la competitividad de las ZEE mediante la generación de un entorno y condiciones favorables. - Promover la conformación de clústeres en sectores estratégicos a través de la integración de las ZEE con infraestructura productiva, logística y tecnológica.		L4.3: Impulsar el desarrollo de sectores de alto valor agregado en las ZEE.	S4.3.1. Acompañamiento para la atracción de nuevas empresas usuarias de capital nacional y extranjero a las Zonas Económicas Especiales de manera oportuna, dirigido a las administraciones de las ZEE.
	CD5: Insuficientes capacidades de los actores del comercio exterior	5.1: Escaso uso de tecnologías digitales para el comercio exterior	- Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios. - Fomentar la transformación digital y comercio electrónico en las empresas.	OP5: Fortalecer los entornos colaborativos para el desarrollo de las actividades de las empresas de comercio exterior	L5.1: Potenciar la transformación digital en las empresas exportadoras o con potencial exportador de bienes y servicios.	S5.1.1. Asistencia técnica en la implementación del comercio electrónico transfronterizo, oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador. S5.1.2 Asistencia técnica en transformación digital oportuna para empresas exportadoras y con potencial exportador.
		5.2: Insuficiente desarrollo del capital humano para el comercio exterior	- Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.		L5.2: Fortalecer los niveles de conocimiento relacionados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios dirigido a	S5.2.1. Capacitaciones para la competitividad e internacionalización, idóneas, dirigido a las empresas exportadoras y con potencial exportador.

Problema Público	Causas directas	Causas indirectas	Alternativas de solución seleccionadas	Objetivos Prioritarios	Lineamientos	Servicios
			-Desarrollar las capacidades de los actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios.		las empresas, actores públicos y academia.	S5.2.2 Acompañamiento en gestión exportadora idóneo para empresas exportadoras y con potencial exportador.
		5.3: Insuficientes capacidades de los actores que brindan servicios de apoyo al comercio exterior			S5.2.3. Capacitaciones idóneas para empresas exportadoras o con potencial exportador lideradas por mujeres o personas provenientes de pueblos indígenas u originarios.	
					S5.2.4. Capacitaciones en comercio exterior, oportuno dirigido a actores de las entidades públicas, privadas y de la academia vinculadas al comercio exterior.	
					S5.2.5 Capacitación en materia de Cooperación Técnica Internacional periódica a la empresa privada, la academia y otras entidades privadas vinculadas al comercio exterior.	
					5.4: Brechas de optimización de la gobernanza en el comercio exterior	- Consolidar un ecosistema articulado de actores capacitados vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios. - Fortalecer el marco institucional, información y los mecanismos de articulación público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios y para la toma de decisiones de política comercial.
		S5.3.2. Gestión de proyectos de cooperación internacional en materia de comercio exterior, continuo para las entidades públicas vinculadas al desarrollo del comercio exterior.				
	- Ecosistema articulado de actores vinculados al desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios, debidamente capacitados. - Fortalecer el marco institucional, información y los mecanismos de articulación público-privada a nivel nacional y regional para el desarrollo del comercio exterior de bienes y servicios y para la toma de decisiones de política comercial.		L5.4: Mejorar el acceso a la información por parte de los actores de comercio exterior para la toma de decisiones.	S5.4.1. Servicio de información sobre comercio exterior continuo, para las entidades públicas, privadas y demás actores vinculados al comercio exterior.		