

Capítulo 2

Proceso de configuración del Perú al mundo

Por Eduardo Ferreyros Küppers

Ministro de Comercio Exterior y Turismo de Perú

El sector comercio exterior del Perú tiene grandes hitos que han marcado en su momento un antes y un después para el país a partir de su logro. No obstante, recordemos cuatro hechos importantes que cambiaron la historia para este importante sector económico. Uno de estos primeros hitos fue la creación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), creado especialmente para definir, dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política de comercio exterior y la de turismo¹. Un segundo hito fue la elaboración e implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador, desarrollado para un horizonte de ejecución de diez años (PENX 2003-2013)². Un tercer hito fue la negociación y la suscripción del Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos³. Un cuarto hito fue la actualización del PENX para un segundo decenio de ejecución PENX-2025⁴.

En ese orden, se señala la creación del Mincetur como uno de los primeros grandes hitos del sector del comercio exterior y, a partir de su entrada en funcionamiento, se observa la necesidad de trabajar en políticas de largo plazo que acompañen el crecimiento económico del país. En este marco, hay que tener presente que la canasta exportadora del Perú de aquel entonces se basaba principalmente en productos tradicionales. Sin embargo, las proyecciones de la época y el entorno internacional indicaban la necesidad de trabajar en nuevos enfoques orientados a promover las exportaciones no tradicionales. En ese sentido, contar con un Ministerio que tenía como uno de sus objetivos promover las exportaciones del país facilitó el diseño de políticas públicas y mecanismos de impulso y de acompañamiento a estas actividades.

1 Ley núm. 27779, Ley de creación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, de julio de 2002.

2 El PENX (2003-2013), publicado en marzo de 2003, se elaboró para un periodo de ejecución de diez años. Este documento contó con la participación de Instituciones Públicas y entidades del sector privado relacionados con las actividades de Comercio Exterior del país. Se constituyó además una Comisión Multisectorial encargada de realizar el monitoreo y seguimiento a su implementación.

3 El APC Perú-Estados Unidos se firmó en Washington D. C. el 12 de abril de 2006, y entró en vigencia el 1 de febrero de 2009.

4 El PENX 2025 es la actualización del primer documento antes citado. Publicado en diciembre de 2015, su ejecución se desarrollará hasta el año 2025.

Por su parte, el PENX (2003-2013) fue la hoja de ruta para un recientemente creado Mincetur. La importancia de este documento estratégico estuvo en la transversalidad de sus actividades. Dicho de otra forma, su importancia radicaba en el impulso mismo del comercio exterior que, para hacer viable la implementación de sus actividades, requería de la intervención de otros sectores económicos y productivos del Perú para la prestación de servicios y el desarrollo de infraestructuras que acompañasen la dinámica exportadora del país. Cabe notar que este documento estratégico sentó las bases que dieron soporte al crecimiento de las exportaciones.

De otro lado, si bien el Perú mantiene un largo historial en materia de integración, especialmente a nivel regional, y una clara política de apertura comercial, es a partir de las negociaciones y la consecuente firma y entrada en vigencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos en que se logra una integración económica y comercial con amplias ventajas para el país⁵. Este acuerdo comercial no solo significó el pleno ingreso del Perú al mercado más grande del mundo y nuestro principal socio comercial en ese entonces, sino que los compromisos asumidos en dicho acuerdo contribuyeron con la reforma del Estado en múltiples campos que hicieron más fácil la transición del país hacia una plena integración con el mercado global. De esta forma, la gran dimensión y alcances de dicho acuerdo comercial⁶, sumado a la formación y aprendizaje de un equipo técnico de primer nivel, permitió al Perú, y hasta la fecha, mantener una agenda activa de negociaciones comerciales internacionales.

El cuarto gran hito en esta descripción es el PENX-2025 y su actualización, que pone especial atención a los cambios que podrían producirse en el entorno internacional, las tendencias de la demanda global, la estructura productiva nacional, así como las perspectivas del país para los próximos años, entre otros. Este documento estratégico recoge más de una década de experiencia acumulada de un sector abocado a promover exportaciones competitivas. En ese sentido, se pone énfasis en destacar a la empresa peruana como el sujeto crítico de éxito, ya que genera empleo y dinamismo para el desarrollo económico y comercial del país.

Entre otras menciones honrosas que han acompañado el desarrollo y el crecimiento del sector del comercio exterior del país son, por ejemplo, la concesión del puerto del Callao, consiguiendo con esto la modernización en infraestructura y una mayor facilitación de las operaciones de comercio exterior, lo cual está permitiendo transformar el puerto del Callao en el puerto *hub* de Sudamérica; asimismo, se logró superar la barrera de los 10.000 millones de dólares norteamericanos de exportaciones en más de 180 años de vida republicana del Perú; la contundente sostenibilidad del país como primer exportador de espárrago del mundo; lograr pleno empleo en algunas regiones del país dedicadas principalmente a las actividades de agroexportación; y realizar hasta en dos oportunidades (2008 y 2016), las reuniones y Cumbre de Líderes de las economías de APEC⁷.

5 Recordemos que Perú mantenía (algunos aún vigentes) una integración comercial con los países andinos en el marco de la Comunidad Andina de Naciones, y otros como los Acuerdos de Complementación Económica (ACE), y el APTDEA (*Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act*). No obstante, en un sentido más amplio e integral, el APC Perú-Estados Unidos significó una evolución de la política comercial del país.

6 Puede consultar mayor información en www.acuerdoscomerciales.gob.pe.

7 APEC - *Asia-Pacific Economic Cooperation*.

Cabe destacar también el alto grado de institucionalidad alcanzado por el sector del comercio exterior, partiendo por un Mincetur liderando su agenda comercial con una política clara y transparente de largo plazo, coordinando y vinculando a otras entidades públicas relacionadas. Igualmente es preciso destacar el compromiso del sector privado, empresas y gremios que han mostrado, en todo momento, disposición de trabajo y concertación para elaborar una hoja de ruta común y de implementación compartida, reflejándose esta labor en el PENX, documento estratégico que es un ejemplo del correcto diseño de política pública y de planificación estratégica de largo plazo, y que, actualmente, su ejecución ha trascendido cuatro Gobiernos, y del cual se espera que continúe mostrando grandes resultados, especialmente para el bicentenario de nuestro país en el año 2021.

Precisamente el reforzamiento de la institucionalidad ha significado también la transferencia de funciones de comercio exterior del Gobierno central (Mincetur), hacia los Gobiernos regionales, descentralizando la capacidad de planificar y promover actividades del sector desde el interior del país. Estas acciones han permitido que cada región elabore, en el marco de la estrategia nacional, su Plan Estratégico Regional Exportador (PERX), priorizando actividades que considera su vocación productiva y de servicios actuales sobre aquellos que pueden desarrollarse en el futuro. Contar con un documento estratégico de largo plazo, contribuye a que las regiones mejoren su programación y la asignación de recursos sobre actividades que den continuidad a la política pública nacional.

Si bien el Mincetur ha priorizado el diseño de la política pública como un instrumento de planificación estratégica, también ha considerado de suma importancia la elaboración de programas y la implementación de sus actividades, como parte de este mecanismo integral para el desarrollo, crecimiento y sostenibilidad del sector del comercio exterior, lo cual ha significado coordinar ex-ante, durante y ex-post, la ejecución de cada proyecto tanto a nivel central como subnacional, y en coordinación permanente con los beneficiarios. Un ejemplo de esta relación de trabajo es la creación del Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), que recoge los lineamientos del PENX 2025, la situación actual del entorno internacional y el análisis competitivo de nuestras empresas exportadoras.

En ese sentido, el PAI es un fondo concursable no reembolsable que cuenta con recursos por 25 millones de soles que provienen del tesoro público, y para acceder a este beneficio la empresa necesita cumplir requisitos que incluyen una contrapartida monetaria sobre actividades elegibles y el compromiso de implementar las recomendaciones del proyecto. La cobertura de este programa financia proyectos orientados al fortalecimiento de las exportaciones, la participación en licitaciones internacionales, franquicias y la implantación comercial, principalmente de las pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymes).

Cabe notar que desde Mincetur y Promperú⁸, los programas que implementamos están orientados a promover el ingreso de nuevas empresas al comercio internacional, y, sobre todo, en mantener y profundizar las operaciones de las empresas que ya

8 Promperú: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.

se encuentran en los mercados externos. En ese sentido, parte de nuestra estrategia es dar soporte a la empresa para que alcancen un nivel superior de desarrollo dentro de la cadena de comercialización internacional, es decir, que los servicios que brinden incorporen actividades de mayor complejidad, incluso con operaciones en los mercados de destino.

Estos servicios integrales de apoyo a la internacionalización de la empresa y a los negocios para la exportación en general, cuentan también con el soporte del Mincetur en los mercados de destino a través de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX), que, liderados por Consejeros Económicos Comerciales, tienen entre sus funciones servir de enlace entre la empresa peruana y su contraparte en el exterior, además de la búsqueda de oportunidades de mercado, la promoción comercial, incluso actividades de gastronomía con la degustación de productos y presentación de ingredientes, y otras de turismo e inversiones.

En ese sentido, el trabajo tanto del Mincetur como de Promperú y la ejecución de sus diversos programas, alcanza a todas las regiones del país, y, bajo los lineamientos de la estrategia nacional, se tiene una agenda específica con cada una, con actividades que abarcan desde la microempresa, hasta pequeñas, medianas, y grandes, incluyendo a las comunidades locales, productores y diversas asociaciones, en donde, desde el diseño de los proyectos y su implementación, se considera la participación de los Gobiernos locales y beneficiarios finales. De esta forma, la representación y empoderamiento facilitan la coordinación, se reducen los riesgos del proyecto y permite el logro de los objetivos trazados.

Es preciso mencionar que los esfuerzos del sector del comercio exterior se traducen en una mejora de los indicadores comerciales, alcanzado cifras totales de exportación que han superado los 40.000 millones de dólares, correspondiendo a las exportaciones no tradicionales un valor superior a los 11.000 millones en donde destacan productos hortícolas y frutícolas, manufacturas diversas, pesca y acuicultura y textil-confecciones. Incluso en un entorno internacional adverso, estos sectores han sabido capitalizar sus ventajas comparativas y competitivas, además de aprovechar una amplia red de acuerdos comerciales⁹ con más de 50 países y acceso directo a más de tres mil millones de consumidores.

Estos grandes cambios han significado también el trabajo decidido de muchos peruanos, sean personas o instituciones en el ámbito público y privado, sin dejar de mencionar un entorno internacional propicio sobre todo para nuestras exportaciones y con un Estado que ha sabido capitalizar cada divisa ingresada al país. No obstante, los retos del entorno internacional demandan una flexibilidad de las políticas públicas y una observación crítica de los grandes cambios estructurales a nivel económico y comercial, y estamos atentos en proveer los mejores y mayores mecanismos a la empresa, a las inversiones y a las exportaciones, en asegurar un ambiente confiable y predecible, para que los negocios encuentren una estabilidad que les permita actuar de manera competitiva y sostenible en el mercado global.

9 Actualmente más del 95 % del comercio exterior del Perú está bajo la cobertura de acuerdos comerciales.