

POLITICA 22 POLITICA DE COMERCIO EXTERIOR PARA LA AMPLIACION DE MERCADOS CON RECIPROCIDAD

- (g) Establecerá una política dinámica e integral de promoción comercial
 (j) Promoverá nuevos y mejores acuerdos orientados a incrementar y diversificar mercados para productos y servicios nacionales *con valor agregado*

Indicadores de resultados

Meta del AN al 2006	Situación al 2001	Situación al 2005
Existe un Plan Nacional de Promoción de las Exportaciones	-----	Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX que incluye planes por sectores, por regiones y por mercados de destino
Exportaciones por un valor de US\$ 13,912 millones		US\$ 17,100 millones
Exportaciones no tradicionales por US\$ 4,388		Incremento de las exportaciones tradicionales en 156% y de 108% en las no tradicionales.
número de empresas exportadoras	4120	6,323 empresas en el 2006
número de productos exportados	2,868	4,038 en el 2006
<i>Otros indicadores importantes</i>		
participación de las exportaciones en el PBI	12.6%	21.8%
empleo relacionado con las exportaciones entre el 2001-2005		918,000 puestos de trabajo generados

El crecimiento del Comercio Exterior es el resultado de una estrategia mixta de negociaciones comerciales internacionales para mejorar las condiciones de acceso a los mercados y de las políticas de promoción de competitividad del sector. Los US\$ 17,100 millones del 2005 equivalen a 2.5 veces las exportaciones del 2001 mientras que el empleo relacionado con las exportaciones peruanas, al 2,005, fue 1.5 veces mayor al registrado en el 2001. Más aún, se espera que las exportaciones alcancen una participación de 23% en el PBI del 2006.

Estrategia peruana de negociaciones comerciales internacionales

En el frente multilateral, Perú ha participado activamente en el sistema multilateral de la Organización Mundial de Comercio (OMC) en el marco de la ronda Doha, en foros regionales como la Comunidad Andina (CAN), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), el Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC). Adicionalmente, el Perú participó activamente en las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) que se encuentran suspendidas.

En el ámbito bilateral, en 2002 se logró la renovación del ATPA bajo la denominación de ATPDEA. Este mecanismo unilateral ampara la exportación libre de aranceles al mercado de EE.UU. El nuevo esquema incorporó 700 nuevas partidas, que se sumaron a las más de 5,600 originalmente consideradas bajo la versión primigenia del programa. Entre los nuevos productos que empezaron a gozar de preferencias se encuentran las confecciones, petróleo y

sus derivados, relojes y sus partes, calzado y manufacturas de cuero, y atún empacado al vacío en bolsas de aluminio.

Para hacer permanentes los beneficios del ATPDEA como también para establecer mejores reglas y disciplinas que normen el comercio bilateral con nuestro principal socio, el 12 de abril de 2006, se ha suscrito la conformidad de las negociaciones del TLC con Estados Unidos, efectuadas durante más de dos años (en el 2004 se llevaron a cabo seis rondas de negociación y en el 2005 otras siete).

Entre los años 2001-2005, el Perú ha suscrito dos acuerdos comerciales. En el 2003 se negoció con MERCOSUR una ampliación de los acuerdos de preferencias arancelarias fijas que se suscribieron en años anteriores (con cada país miembro de este bloque comercial); ésta considera la desgravación en plazos definidos para todo el universo arancelario con algunas excepciones¹. En noviembre del 2005, Perú suscribió un acuerdo de cosecha temprana con Tailandia a través del cual ambos países establecieron programas de desgravación para un número acotado de sub-partidas; de esta manera se espera obtener beneficios de la liberalización comercial de bienes antes de la culminación de la negociación del Tratado de Libre Comercio que aún se encuentra pendiente.

Asimismo, se dio inicio a las negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio con Singapur, la ampliación del ACE-8 con México, la ampliación del ACE-38 con Chile, negociaciones que a la fecha siguen en curso.

En enero de 2006 se logró perfeccionar la zona de libre comercio de bienes andina. Todos los productos del universo arancelario están libres de arancel en el comercio con los socios de la subregión.

Aparte de los acuerdos suscritos, el Perú gozó de las preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por Estados Unidos ya mencionadas (ATPDEA), la Unión Europea (SGP) y Japón. Estos sistemas permiten que Perú exporte algunos productos libres de arancel, por ejemplo: productos agroindustriales, textiles, calzado, entre otros.

Desarrollo del comercio exterior

La estrategia se centró en la elaboración e implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX y sus componentes. Al respecto se elaboraron: a) El Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX, b) 10 Planes Operativos Sectoriales (POS): para los sectores de Agricultura, Textil confecciones, Forestal maderable, Artesanías, Joyería y orfebrería, Pesca – acuicultura, Servicios intensivos en capital humano, Metal mecánica y sidermetalurgia, Cuero y calzado y Químicos, c) un Plan de Maestro de Facilitación de Comercio Exterior, d) 16 Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX), para las regiones de Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Piura, Tacna, Cusco, San Martín, Ucayali, Ayacucho, Huanuco, Junín y Pasco y e) 10 Planes Operativos por Mercado (POM) están siendo elaborados para países como EEUU, China, Alemania, Francia, España, México, Brasil, Tailandia, Malasia y Singapur.

El beneficio principal de la existencia del PENX, es la participación coordinada con el sector privado, que es el actor principal del comercio exterior. Por su parte, PROMPEX viene desarrollando programas y actividades de promoción en los sectores de Agro y Agroindustria, Pesca y Acuicultura, Textil, Confecciones y Accesorios, Manufacturas Diversas y Artesanías, Servicios. Asimismo, se está trabajando por la descentralización de actividades y programas a través de la Gerencia de Regiones y Desarrollo y sus Oficinas de Promoción Empresarial.

Futuro

Se espera lograr que las exportaciones peruanas superen este año los US\$ 21,000 millones de dólares.

¹ Se exceptuaron de la negociación bienes usados y algunas partidas correspondientes al comercio de azúcar.

A futuro, se debe iniciar nuevas negociaciones con socios estratégicos, trabajar en el perfeccionamiento de la integración andina y lanzar otras negociaciones con los principales países del Asia. A continuación se detallan las acciones a seguir:

- Culminar las negociaciones de la ampliación del ACE-8 con México y del ACE-38 con Chile.
- Profundizar el Protocolo de Cosecha Temprana con Tailandia con miras al establecimiento de un TLC entre Perú y Tailandia.
- Concluir las negociaciones del TLC con Singapur.
- Concluir el proceso de valoración conjunta de la Unión Europea y la Comunidad Andina e iniciar las negociaciones de un Acuerdo de Asociación entre ambos bloques.
- Preparar y organizar la realización de la cumbre de APEC 2008, año en el que el Perú será el anfitrión del Foro.
- Proseguir la participación activa de Perú en las negociaciones de la OMC y en particular de la ronda de Doha.
- Proseguir la participación activa de Perú en las reuniones de la Comunidad Andina, ALADI y el ALCA.
- Iniciar nuevas negociaciones con socios estratégicos previamente identificados en la Agenda Comercial Referencial de Negociaciones Comerciales, tales como China, Japón, Canadá, Centro América, India, Corea del Sur, EFTA, Malasia, Rusia y Marruecos.

De esta manera, se espera profundizar y consolidar el acceso de bienes, servicios e inversiones en los diferentes mercados internacionales, lo mismo a través de la participación activa y eficiente en foros para distintos temas tales como: acceso a mercados, medidas sanitarias y fitosanitarias, propiedad intelectual, inversión, entre otros.

En Desarrollo de Comercio:

En lo que se refiere a la competitividad del sector Comercio Exterior, el Plan Estratégico Nacional de Exportaciones (PENX) y sus componentes han definido una agenda conjunta del sector público y privado para impulsar el desarrollo de la oferta exportable, la facilitación del comercio exterior, la promoción comercial y la cultura exportadora. En este esfuerzo, se va a contar con organismos como la Unión Europea, USAID, BID, ONUDI, el Banco Mundial y la Cooperación Suiza.

El objetivo es que el Perú cuente con un sector de Comercio Exterior eficiente que articule y coordine con las distintas instituciones involucradas y responsables de la competitividad sistémica del Comercio Exterior para que se incrementen las exportaciones y se atraigan inversiones relacionadas.

A continuación se detallan las acciones a seguir:

- Implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX). Para estas actividades se cuenta con recursos de cooperación internacional donde destaca la donación de la Unión Europea (10 millones de euros).
- Concluir la elaboración de los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX) para regiones restantes.
- Elaboración de los Planes Operativos de Desarrollo de Mercados de Destino (POM).