

Acuerdos Comerciales del Perú

Luciana León Romero
Congresista de la República

Acuerdos Comerciales del Perú

Congreso de la República
Edificio Fernando Belaunde Terry
2do. Piso, Oficina 206 - Lima 1
Teléfonos: 311-7618 - Telefax: 311-7619

Luciana León Romero
Congresista de la República

Colaboradores:
Franklin Gutiérrez Merino
Betsy Matos Franco

Impreso en la Imprenta del Congreso de la República
Lima, setiembre de 2013

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-10944
Tiraje: 500 ejemplares

“Con realismo evidente, la opinión europea estima que los países latinoamericanos aisladamente significan muy poco aún, en el movimiento económico y político mundial. Unidos serán un factor de inmensa trascendencia...”

Víctor Raúl Haya de la Torre

Índice

Presentación	7
Introducción	11
Acuerdos Comerciales Bilaterales vigentes	17
Acuerdos Comerciales Multilaterales vigentes	17
Tratado de Libre Comercio Perú - Estados Unidos	21
Tratado de Libre Comercio Perú - Chile	27
Tratado de Libre Comercio Perú - Singapur	33
Tratado de Libre Comercio Perú - Canadá	41
Tratado de Libre Comercio Perú - China	49
Tratado de Libre Comercio Perú - Corea del Sur	57
Tratado de Libre Comercio Perú - México	63
Tratado de Libre Comercio Perú- Japón	69
Tratado de Libre Comercio Perú- Panamá	75
Tratado de Libre Comercio Perú - Unión Europea	81
Acuerdo de Cartagena Perú - Comunidad Andina	87
Acuerdo de Complementación Económica Perú - Mercosur (ACE N° 58)	91
Acuerdo Marco de la Alianza del Pacifico	97
El TLC hacia adentro	103

La política, el Estado y la Globalización 109

Anexos

TLC y Acuerdos Comerciales:
Ventanas de Oportunidades para nuestro Comercio Exterior
Por: Enrique Cornejo Ramírez 117

Importancia de los TLC y Acuerdos Comerciales para el Perú
Por: Eduardo Ferreyros 119

Los TLC: punto de quiebre para el Perú
Por: Alfredo Ferrero 121

Los Tratados de Libre Comercio: Puentes en lugar de Muros
Por: Patricia Teullet 125

Importancia de los TLC para el Perú
Por: Magali Silva 127

¿Cómo engordar a la vaca?
Por: Luciana León Romero 131

Orientación al usuario 133

Presentación

“Acuerdos Comerciales del Perú” nos entrega un interesante y detallado material que considero será bien apreciado por los estudiosos y académicos de los negocios internacionales, así como también servirá de guía para quienes decidan emprender actividades de comercio exterior.

Los acuerdos comerciales son la base de nuestro comercio exterior. Más del 95% de nuestras exportaciones se hacen a países con los que tenemos un tratado negociado o vigente, lo cual demuestra la importancia que éstos tienen para el desarrollo económico, especialmente en las regiones más pobres.

Estos acuerdos siempre han generado polémicas, con posiciones enfrentadas, alimentadas por el secretismo necesario durante la negociación. Los temores muchas veces infundados, se han basado en experiencias muy malas del pasado, donde los mal llamados países “grandes”, presionaban a los países “chicos” a aceptar sus condiciones.

Eso ya cambió. Lo cierto es que el Perú cuenta ahora con un extraordinario equipo de profesionales y negociadores con mucha experiencia. Por ello, con objetivos claros, nuestro país debe salir siempre ganando al terminar el tratado o acuerdo.

Leyendo el compendio que Luciana León ha realizado de cada uno de estos Tratados de Libre Comercio, Acuerdos Bilaterales o Multilaterales de nuestro país, vienen a mi memoria los recuerdos, las anécdotas y la experiencia personal que tuve cuando –al frente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- me correspondió liderar algunas de estas negociaciones o concluir otras que ya habían iniciado mis antecesores.

De toda esta experiencia, quisiera compartir brevemente lo que considero “lo bueno”, “lo malo” y lo feo” de los acuerdos comerciales:

Lo bueno

Los acuerdos comerciales permiten que los exportadores peruanos puedan competir en igualdad de condiciones, o en algunos casos en superioridad a las de otros países.

Los productos manufacturados en Chile, en muchos casos ingresaban a Japón con una tasa menor a la de los peruanos o libre de arancel, lo cual les generaba una ventaja hasta que Perú firmó un acuerdo con dicho país.

Hoy los plátanos o bananos que nuestros agricultores exportan a Europa, pagan una sobretasa menor que sus pares ecuatorianos. La cuota de exportación peruana crecerá los próximos años, para finalmente no tener límite. Por ello, nuestros vecinos del norte están perdiendo competitividad.

Lo malo

Muchos piensan que el objetivo es lograr el ingreso de nuestros bienes o servicios con 0% de arancel, lo cual demuestra lo mucho que nos falta aún entender del complejo comercio exterior.

Es importante comprender que los acuerdos comerciales no son el fin, sino que son herramientas muy importantes para lograr que nuestras empresas puedan abrir mercados. Los acuerdos comerciales son el inicio de un trabajo mayor para lograr su pleno aprovechamiento y la generación de sinergias que permitan fortalecer nuestra posición en dichos mercados.

Nuestros productos de agro exportación tienen hoy 0% de arancel en muchos mercados de destino. Sin embargo, para que puedan ser exportados es necesario firmar primero los protocolos fitosanitarios con el país de destino, para que permitan su ingreso. Es importante que a SENASA se le dote con mayores recursos humanos y económicos.

Lo mismo sucede con muchos organismos públicos vinculados a la exportación, que no pueden seguir el ritmo al que MINCETUR viene abriendo mercados, lo cual dificulta y encarece los trámites a los exportadores.

Lo feo

El comercio internacional además de los acuerdos, se basa en el respeto, la confianza y la reciprocidad.

Hay países que evitan cumplir sus compromisos con medidas para arancelarias, es decir imponen medidas distintas al arancel para que a los productos de terceros países les resulte más difícil o imposible ingresar a su territorio.

Argentina es el campeón en Latinoamérica. Ha logrado aburrir imponiendo una serie de trabas, a los importadores argentinos.

Por ello, el Perú importa más de 10 veces lo que exportamos a la Argentina. Aunque parezca increíble, Panamá un país con menos del 10% de la población gaucha es mucho mejor mercado para nuestras exportaciones.

Los acuerdos comerciales son una herramienta indispensable si queremos desarrollar nuestras exportaciones. Es importante una estrecha colaboración entre las instituciones del Estado, para que se pueda aprovechar en su real dimensión estos acuerdos. También es necesario mayor presupuesto para los organismos vinculados al comercio exterior. La reciprocidad debe ser nuestra forma de relacionamiento con los países con los que comerciamos.

Agradezco a la congresista Luciana León por permitirme hacer la presentación de "Acuerdos Comerciales del Perú". Durante el tiempo que ocupé el cargo de Ministro de Comercio Exterior y Turismo, fui testigo de su preocupación por promover estas actividades y ahí tenemos ahora, como resultado y testigo de ese trabajo, la Ley que transfiere las Oficinas Comerciales del Exterior al MINCETUR, la Ley para la prevención de la Ludopatía, así como los dos mayores acuerdos comerciales con los que cuenta nuestro país: el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea y el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, los cuales se aprobaron durante su gestión como presidenta de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo y mi gestión como Ministro de Comercio Exterior y Turismo.

Estoy seguro que esta primera edición de "Acuerdos Comerciales del Perú" tendrá buena acogida y muchas nuevas ediciones por delante. Así como será el inicio de otras investigaciones y publicaciones que entregará nuestra congresista sobre comercio exterior.

José Luis Silva Martinot
Ex Ministro de Comercio Exterior y Turismo.
Ex Presidente de ADEX.

Introducción

Hace más de diez años era impensable hablar de acuerdos comerciales internacionales y más aún creer en la importancia y repercusión que hoy tienen sobre nuestro crecimiento y desarrollo.

Nuestro mercado era limitado y su incipiente producción orientada básicamente al consumo interno. Perú solo tenía acuerdos comerciales con la Comunidad Andina de Naciones CAN y el MERCOSUR, los cuales se restringían al intercambio de bienes. Los grandes mercados con mayor poder adquisitivo eran esquivos, en gran parte por los obstáculos de nuestra propia política económica y comercial, proteccionista y cerrada a los procesos de integración que ya se daban en el mundo.

Por ello, no es de extrañar que el Perú tuviera aranceles de 64 % en la década de los 80 o que como consecuencia del modelo de sustitución de importaciones nuestra economía estuviera cerrada. Recordamos que el propio sector exportador se vio en la necesidad de acuñar como reclamo el lema “exportar o morir”*, con la finalidad de promover las exportaciones con valor agregado, que conocemos como no tradicionales.

En la década de los 90 fuimos abandonando este esquema, que curiosa y contradictoriamente buscaba protegernos de la competencia externa. Se da inicio a algunos cambios como la reducción arancelaria. Pero es sin duda el siglo 21 el que trae a nuestra política comercial nuevos y definitivos cambios. La denomi-

* Lema que lanzó ADEX hacia finales de la década de los ochenta. Julio Lira, Diario Gestión, 06 de febrero de 2013.

nada nueva estrategia era simple, sencilla y tan útil que podríamos afirmar es un paradigma que debemos continuar: integrarnos y asociarnos con los principales mercados del mundo.

Esta estrategia de integración es un desafío para abrirnos a otros mercados más ricos, con millones de consumidores, logrando la demanda de nuestros productos y servicios, en cantidad y calidad requeridas. Esto, sin duda, nos impone retos como mejorar nuestra infraestructura, alcanzar niveles de competitividad y eficiencia, que desde los sectores privado y estatal busquemos y debemos afrontar.

Este tránsito no ha sido sencillo. La agenda comercial se ha vuelto parte de la agenda política. Es evidente que los efectos, beneficios y dudas sobre esta integración serán capitalizados tanto desde un punto de vista económico, como también y principalmente político y electoral.

En este contexto se iniciaron las negociaciones con Estados Unidos para la suscripción en el 2006 de lo que sería el primer Tratado de Libre Comercio firmado por el Perú. Se trataba de nuestro mayor socio comercial, era casi natural que la primera experiencia de integración económica se diera con esta potencia mundial.

Viéndolo en perspectiva, este primer gran paso resultaba osado, arriesgado y desafiante, dado que no teníamos experiencia anterior que pudiera medir sus efectos, pues veníamos de una política comercial cerrada y proteccionista, por lo que era difícil generar certidumbre sobre sus beneficios. Es por ello comprensible que se desataran protestas y críticas azuzadas por ciertos sectores, las que con el tiempo se han ido desvaneciendo.

Siete años después de la entrada en vigencia de este TLC con Estados Unidos, podemos afirmar que fue el inicio de un gran cambio. Marcó el giro de la política comercial, pero solo constituyó el primer paso en este camino integrador que nos ha llevado a la suscripción de 18 acuerdos comerciales con: Chile, Singapur, Canadá, China, Corea del Sur, México, Japón, Panamá, entre otros.

Los resultados con el tiempo son tangibles. Van más allá de cifras y estadísticas, obviamente estas nos ayudan a traducir lo que como país estamos viviendo en materia de crecimiento económico. Así, el total de las exportaciones que para el 2001 representaban 7 mil millones de dólares, ahora representan 46 mil millones de dólares, esto es el 26 % del PBI. Es decir, han crecido en 565 % en menos de una década.

Hoy son más de 12 mil empresas dedicadas a la exportación, que generan un millón de puestos de trabajo. Quienes afirmaron que el Perú solo era capaz de exportar minerales se equivocaron, pues ya en el 2012 nuestras exportaciones en productos no tradicionales como espárragos, palta, páprika, pisco, textiles, etc, alcanzaron los 11 202 mil millones de dólares, es decir el 23% de nuestras exportaciones totales. Con esto tenemos, que si bien los productos tradicionales como los minerales y pesqueros predominan, hoy nuestra canasta exportadora se ha diversificado.

El Perú tiene importantes metas planteadas para el 2016, contar con 16 mil empresas exportadoras y llegar a 23 mil millones de dólares en exportaciones no tradicionales.

Este crecimiento tiene en los acuerdos comerciales a uno de sus principales pilares. La firma de los TLC resulta fundamental porque generan oportunidades a las empresas nacionales. Pero no podemos engaarnos, no solo basta con su suscripción para mantenernos en el camino del crecimiento, sino que, para aprovechar bien estos acuerdos, es necesario mejorar la competitividad interna y la eficiencia como país.

Lo dijimos antes, la competitividad es un reto que nos imponen estos acuerdos. Y más ahora, que por circunstancias internacionales, así como por la falta de objetivos y decisión en el Gobierno nos encontramos en un proceso de desaceleración económica. La disminución de la confianza empresarial es solo una de sus manifestaciones y en estas circunstancias es natural que las exportaciones hayan alcanzado en el primer semestre del 2013 solo 19 mil millones de dólares, con una contracción del 13 %, si las comparamos con el primer semestre del año 2012.

Bajo esta premisa, nuestro paradigma debe seguir siendo integrarnos al mundo, es decir celebrar más TLC, conquistar nuevos y más grandes mercados.

Así lo entendimos cuando durante los años 2011 y 2013 asumimos la Presidencia de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República. Una comisión cuya presidencia corresponde, paradójicamente, a la bancada con menor número de representantes, pero cuya trascendencia se ve reflejada en cada uno de los temas y proyectos aprobados.

Desde la presidencia de esta Comisión, asumí el reto de hacer realidad dos de los más grandes e importantes acuerdos comerciales para nuestro país:

el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea y el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico.

El TLC con la Unión Europea, considerado el más grande de nuestra historia, nos permite llegar a un mercado de más de 500 millones de habitantes, con un ingreso per capita anual de 30 mil dólares y que posibilitará que nuestras exportaciones crezcan en 600 millones de dólares en su primer año de vigencia. Por su parte, el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico aspira a convertirse en la sexta economía del mundo, dado que cuenta con cerca de 200 millones de consumidores y nos permitirá, a quienes la conformamos, negociar en mejores condiciones con los países del Asia.

Pero no basta con la suscripción de más acuerdos comerciales, por muy importantes que éstos sean, para ser más competitivos. Este crecimiento del que tanto hablamos, así como poder afrontar el decaimiento de nuestra balanza comercial, requieren también de otras medidas, cuya responsabilidad la tiene en gran parte el Estado. Los TLC también implican y deben llevarnos obligatoriamente a un “TLC hacia adentro”, es decir, preocuparnos que sus beneficios sean equitativamente distribuidos y sus utilidades eficientemente reinvertidas.

Algunas de estas medidas, creemos conveniente consignar a continuación: i) mayor y mejor infraestructura, ii) eliminación de barreras burocráticas, iii) Inclusión de las regiones en el esfuerzo exportador y iv) fortalecimiento de las oficinas comerciales en el exterior OCEX.

Estas medidas son algunas de nuestras propuestas. Reflejan nuestro trabajo que en parte se ha hecho ya desde la Comisión de Comercio Exterior y Turismo con el concurso de todos sus integrantes, pero también constituyen parte de la tarea que aún tenemos pendiente para el desarrollo de este importante Sector.

Son precisamente estas las razones que nos motivan a presentar este trabajo. Los acuerdos comerciales son trascendentales, encierran para su suscripción, implementación y aprovechamiento una serie de esfuerzos y tareas que como país debemos cumplir.

Por ello, queremos con un lenguaje claro y práctico, acercar a los jóvenes, emprendedores y en general a cada uno de ustedes al trabajo que desde diversos ámbitos se ha realizado y se viene llevando a cabo para que nuestro país continúe en el camino de la integración económica y comercial, que no es otro que el camino al desarrollo y al bienestar de todos los peruanos.

Es necesario y eso pretendemos con esta publicación, conocer y valorar los esfuerzos que se han hecho para tener hoy 18 acuerdos comerciales, conocer cual es su contenido, cual es la importancia de cada uno de ellos, así como los beneficios y oportunidades que estos representan para cada uno de nosotros.

Los resultados de estos acuerdos, como ustedes mismos verán, son positivos, pero creemos que pueden ser aún más beneficiosos si los conocemos y los aprovechamos. Si algo nos ha quedado claro con este trabajo, es que los acuerdos comerciales también nos imponen una agenda interna que debemos desarrollar para seguir sin perder el paso en este camino de crecimiento que tanto esfuerzo nos ha costado. Un camino en el cual, siempre ganamos todos.

Luciana León Romero
Congresista de la República

ACUERDOS COMERCIALES BILATERALES VIGENTES

	País	Fecha de suscripción	Fecha de vigencia	PBI nacional en US \$ (millones)¹	PBI per cápita en US \$²
1	Estados Unidos	12 abril 2006	01 febrero 2009	15'075,675	48,328
2	Chile	22 agosto 2006	01 marzo 2009	248,431	14,403
3	Singapur	29 mayo 2008	01 agosto 2009	259,849	49,270
4	Canadá	29 mayo 2008	01 agosto 2009	1'738,954	50,497
5	China	28 abril 2009	01 marzo 2010	7'298,147	5,417
6	Cuba (ACE N° 50)	05 octubre 2000	09 marzo 2001 2010	-	-
7	Corea	21 marzo 2011	01 agosto 2011	1'116,247	22,424
8	México	06 abril 2011	01 febrero 2012	1'153,958	10,146
9	Tailandia	Noviembre 2010	31 diciembre 2011	345,672	5,395
10	Japón	31 mayo 2011	01 marzo 2012	5'866,540	45,870
11	Panamá	25 mayo 2011	01 mayo 2012	30,569	8,515
12	Costa Rica	26 mayo 2011	01 junio 2013	40,947	8,876

ACUERDOS COMERCIALES MULTILATERALES VIGENTES

	Bloque	Fecha de suscripción	Fecha de vigencia	-	-
1	Comunidad Andina	26 mayo 1969	26 mayo 1969	-	-
2	Organización Mundial del Comercio	01 enero 1995	01 enero 1995	-	-
3	Mercosur (ACE N° 58)	30 noviembre 2005	02 enero 2006	-	-
4	Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)	24 julio 2010	01 julio 2011	-	-
5	Unión Europea	26 junio 2012	01 marzo 2013	-	-
6	Alianza del Pacífico	28 abril 2011	-	-	-

¹ Al año 2012.² Al año 2012.



Tratado de Libre Comercio
Perú - Estados Unidos



Tratado de Libre Comercio Perú - Estados Unidos

1. ANTECEDENTES.

- El Acuerdo de Promoción Comercial (APC) o Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y EEUU, fue suscrito el 12 de abril de 2006 y entró en vigencia el 1 de febrero de 2009, luego de la promulgación de los presidentes George W. Bush y Alan García Pérez.
- Antes de la entrada en vigencia de este TLC, el Perú era beneficiario de la Ley de Promoción Comercial y Erradicación de la Droga (ATPDEA), conjuntamente con Bolivia, Colombia y Ecuador.
- El ATPDEA era una régimen de excepción del pago de aranceles que nos fue otorgado unilateralmente por los Estados Unidos, con el fin de promover nuestras exportaciones, fomentar la sustitución del cultivo de la hoja de coca y la lucha contra el narcotráfico.
- Sin embargo, a pesar que el ATPDEA trajo beneficios para el desarrollo de nuestras exportaciones, era transitorio, unilateral y no incluía al universo arancelario.
- Por ello la importancia de este TLC, que trae mayores beneficios para el sector exportador y con carácter permanente.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL TLC CON LOS ESTADOS UNIDOS?

- Desgravación arancelaria para los productos originarios del Perú que ingresan a Estados Unidos.
- Al 2013, el 98 % de líneas arancelarias de Perú entran con arancel cero.
- Se establece un marco jurídico para atraer flujos de inversión privada al Perú.
- Nos pone en igualdad de condiciones frente a otros mercados que también cuentan con acceso preferencial al mercado estadounidense.
- Se mejora los tiempos de despacho en los procedimientos aduaneros y se focaliza el control de aduanas en las mercancías de alto riesgo.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A ESTADOS UNIDOS?

- Azúcar.
- Café.
- Oro.
- Espárragos.
- Polos de algodón.
- Cacao, etc.
- La lista completa se puede encontrar en:
<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE ESTADOS UNIDOS?

- Maíz amarillo duro.
- Vehículos ensamblados.
- Aceite de soya.
- Vacunas para medicina, etc.
- La lista completa se puede encontrar en:
<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL TLC A LA FECHA?

5.1. Resultados en exportaciones.

- En los tres primeros años de vigencia del TLC, el valor de nuestras exportaciones alcanzaron los US\$ 16,938 millones (un acumulado de +190 % comparado con el 2008).
- Se registraron 508 nuevos productos exportados por un monto total de US \$ 243 millones.
- Estos nuevos productos pertenecen en su mayoría (96 %) al sector no tradicional, entre los cuales destacan los rubros metal-mecánico como las torneaduras o barras de hierro (30 %), químico (20 %) y textil (12 %).
- Durante este periodo se registraron 1,973 nuevas empresas exportadoras.
- El 90 % de ellas son pequeñas y micro empresas (648 en el primer año, 607 en el segundo y 718 en el tercero).
- Las exportaciones tradicionales³ se incrementaron en 21% y representaron el 66 % de las exportaciones totales a EEUU. Algunos productos tradicionales como metales menores, azúcar, café y oro registraron incrementos de 359 %, 209 %, 50 % y 40 % respectivamente.
- Las exportaciones no tradicionales⁴ aumentaron en 27 %, siendo los sectores más dinámicos: sidero-metalúrgico (+190 %), químico (+90 %), minería no metálica (+67 %) y metal mecánico (+25 %). Asimismo, los sectores no tradicionales más representativos fueron: agropecuario (con una participación del 35 %), textil (34 %) y sidero-metalúrgico (10 %).
- El TLC ha permitido incrementar el valor exportado de 889 productos no tradicionales, 624 de éstos crecieron en más de 50 %. Los principales, según monto exportado fueron: espárragos, (+17 %), polos de algodón (+0.1 %), uvas (+54 %), alcachofas (+32 %).
- Asimismo, se incrementó el valor exportado de 19 productos tradicionales. Los más importantes según monto exportado fueron: oro en bruto (+ 39 %), aceites crudos de petróleo (+1 %), café sin tostar (+50 %).

³Productos de explotación o producción tradicional, sin valor agregado o con escaso valor agregado. Ejemplos: plata, oro, plomo, harina de pescado, etc.

⁴Se caracterizan por tener valor agregado. Ejemplos: productos agrícolas, textiles, etc.

5.2. Resultados en importaciones.

- El valor de las importaciones peruanas alcanzó US \$ 17,795 millones, en los tres primeros años de vigencia del TLC (un acumulado de +219 % comparado con el 2008).
- De ese total, el 68 % se encuentra en la categoría de desgravación inmediata.
- En este periodo, el monto pagado por aranceles ascendió a US \$ 163.2 millones, lo que equivale al 1 % del valor importado desde Estados Unidos durante el mismo tiempo.
- Sin TLC el total de aranceles que se habría pagado ascendería a US \$ 251 millones. Gracias al acuerdo se redujo en 35 % del monto de aranceles pagados por los importadores peruanos.

6. BALANZA COMERCIAL PERÚ – ESTADOS UNIDOS (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	4,771	6,087	6,026	6,031
Importaciones	4,306	5,813	7,377	7,917
Saldo comercial	466	274	-1,352	-1,716



Primer embarque simbólico hacia Estados Unidos, tras la firma del TLC.



Tratado de Libre Comercio
Perú - Chile



Tratado de Libre Comercio **Perú - Chile**

1. ANTECEDENTES.

- Se suscribió el 22 de agosto de 2006 y entró en vigencia desde el 1 de marzo de 2009.
- Este TLC se desarrolló sobre la base del Acuerdo de Complementación Económica N° 38 (ACE 38) suscrito en junio de 1998.
- Este Acuerdo Comercial mantuvo el cronograma de desgravación arancelaria acordado en el ACE 38, pero incorporó nuevas materias relacionadas a las inversiones, comercio transfronterizo de servicios, procedimientos aduaneros, entre otros.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL TLC CON CHILE?

- Liberar totalmente el comercio bilateral entre ambos países a partir del 1 de julio de 2016.
- Contempla disposiciones en materia de acceso de mercaderías, procedimientos aduaneros, salvaguardias, antidumping, medidas sanitarias y fitosanitarias.
- Al momento de la entrada en vigencia del TLC, Chile otorgó al Perú acceso inmediato al 37.6 % de su universo arancelario.

- Al 2012, más del 95 % de las líneas arancelarias se encuentran desgravadas totalmente. La liberalización total se concretará el 2016.
- De igual manera, Perú otorgó acceso inmediato al 37.9 % de su universo arancelario.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A CHILE?

- Uvas.
- Espárragos.
- Harina de pescado.
- Lacas colorantes.
- Pastas alimenticias, etc.
- La lista completa se puede encontrar en:
<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE CHILE?

- Diferentes tipos de carne (ovina, caprina, etc.), fresca o congelada.
- Petróleo.
- Harina de pescado.
- Aceite de pescado.
- Malta.
- La lista completa se puede encontrar en:
<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL TLC A LA FECHA?

5.1. Resultados en exportaciones.

- Durante el período 2000-2012, el intercambio comercial registró un crecimiento promedio anual de 17 % (exportaciones: +21 %; importaciones: +12 %).
- El Perú mantiene un superávit comercial con Chile desde el 2010.
- En los tres primeros años de vigencia del TLC (marzo 2009-febrero 2012), el valor de las exportaciones peruanas alcanzó los US \$ 4,332 millones (un acumulado de +156 % comparado con el 2008).
- Solo en el tercer año de vigencia se exportaron más de 2,200 productos, de los cuales 2,205 (99 %) corresponden al sector no tradicional: espárragos, páprika, paltas, etc.
- El principal producto exportado durante el tercer año de vigencia fue el cobre (30 % del total exportado), seguido por las exportaciones de molibdeno (15 %) y aceite crudo de petróleo (9 %).
- En el tercer año de vigencia se incrementó el valor exportado de 874 productos no tradicionales.
- Los principales productos no tradicionales que incrementaron su valor fueron: pañales para bebés (+629 %), redes para la pesca (+253 %), ácido sulfúrico (+251 %), papel higiénico (+83 %).
- Durante el período de vigencia del TLC se registraron 733 nuevos productos exportados y 1,273 nuevas empresas exportadoras, de las cuales el 90 % son pequeñas y micro empresas.
- En su conjunto, estas empresas han exportado más de US \$ 470 millones de dólares.

5.2. Resultados en importaciones.

- El valor de las importaciones peruanas alcanzó los US \$ 3,448 millones (un acumulado de +191 % en comparación al 2008).

- En este mismo período, el monto pagado por los aranceles correspondientes a las importaciones ascendió a US \$ 22.87 millones.
- Los principales productos importados, en función al monto importado, fueron el diesel (US \$ 56 millones), nitrato de amonio (US \$ 55 millones) y gasolinas (US \$ 51 millones).

7. BALANZA COMERCIAL PERÚ – CHILE (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	731	1,373	1,947	2,029
Importaciones	997	1,050	1,343	1,244
Saldo comercial	-267	323	604	785



En el 2012 la balanza comercial fue favorable al Perú por encima de los US \$ 780 millones de dólares.

99% de las exportaciones a Chile corresponde a los productos no tradicionales, entre ellos, los espárragos.





Tratado de Libre Comercio
Perú - Singapur



Tratado de Libre Comercio Perú - Singapur

1. ANTECEDENTES.

- El TLC entre Perú y Singapur fue suscrito el 29 de mayo de 2008.
- Entró en vigencia el 01 de agosto de 2009.
- Singapur es un país abierto y sin mayores barreras a la entrada de productos.
- Es uno de los países líderes en tecnología de la información.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL TLC CON SINGAPUR?

- Acceder a inversiones y bienes de capital que nos ayuden a elevar nuestra competitividad.
- Consolida la estrategia peruana de convertirse en el centro de operaciones del Asia en América del Sur.
- El Perú otorgó a Singapur acceso inmediato al 53.2 % de su universo arancelario.
- El resto de líneas arancelarias se desgravará entre 5 y 17 años.

- Algunos productos que el Perú ofrece en desgravación inmediata son: partes y accesorios de máquinas para imprimir, unidades de memoria, tubos de caucho, entre otros.
- La eliminación de derechos aduaneros no se aplica a mercancías usadas (ejemplo: neumáticos reencauchados), salvaguardando las disposiciones de la Comunidad Andina sobre la materia.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A SINGAPUR?

Algunos bienes que se pueden exportar son:

- Uvas frescas.
- Espárragos.
- Frijol Castilla.
- Zinc.
- Colorantes, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE SINGAPUR?

- Unidades de memoria.
- Pilas.
- Máquinas para impresión.
- Complementos alimenticios.
- Teléfonos móviles, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL TLC A LA FECHA?

5.1. Resultados en exportaciones.

- Al tercer año de vigencia del TLC con Singapur el valor de las exportaciones peruanas hacia ese país alcanzó los US \$ 34.1 millones (un incremento acumulado de +750 % desde el 2008).
- En este período, las exportaciones no tradicionales representaron el 75 % del valor exportado.
- El valor de las exportaciones peruanas alcanzó los US \$ 20.6 millones (+157 % con respecto al segundo año de vigencia).
- Los principales productos exportados fueron los barcos-cisternas (US \$ 8.4 millones), zinc (US \$ 5.8 millones) y colorantes (US \$ 1 millón).
- Se incrementó el valor exportado de 22 productos no tradicionales: colorantes (+457 %), uvas (+34 %), polos de algodón (+52 %), entre otros.
- Se registraron 114 nuevos productos exportados a Singapur, por un monto de US \$ 21.77 millones.
- En el sector tradicional, el principal nuevo producto exportado es el zinc (US \$ 5.8 millones).
- Y en el sector no tradicional, el principal nuevo producto exportado son los barcos-cisterna (US \$ 8.4 millones).
- Se han registrado 93 nuevas empresas exportadoras a Singapur, con envíos por un monto total de US \$ 23.8 millones.
- 43 % de dichas empresas fueron pequeñas y micro empresas.

5.2. Resultados en importaciones.

- Al tercer año de vigencia del TLC con Singapur, el valor de las importaciones peruanas alcanzó los US \$ 136 millones (un incremento acumulado de +202 % desde el 2008).

- De ese total, el 77 % se encuentra en la categoría de desgravación inmediata.
- Solo en el tercer año, el valor de las importaciones peruanas desde Singapur alcanzó los US \$ 54 millones (+9 % con respecto al segundo año).
- Las importaciones se concentraron principalmente en materiales de construcción (US \$ 28.2 millones) y combustibles (US \$ 14.4 millones).
- Durante este período de vigencia del TLC los importadores peruanos pagaron por aranceles US \$ 1.1 millones.
- Sin TLC esta cifra habría alcanzado los US \$ 1.4 millones.

6. BALANZA COMERCIAL PERÚ – SINGAPUR (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	8	7	8	21
Importaciones	32	39	51	60
Saldo comercial	-25	-32	-43	-39



El valor de nuestras uvas se incrementó en 34% luego de la entrada en vigencia del TLC.

Principales destinos de las exportaciones de Singapur en América Latina y el Caribe.

N°	País	2010 (US \$)	2011 (US \$)	Var. %
1	Panamá	7,507	11,407	52 %
2	México	1,136	2,467	117 %
3	Brasil	1,461	1,395	-4 %
4	Bahamas	743	1,024	38 %
5	Antigua y Barbuda	435	533	22 %
6	Argentina	165	163	-2 %
7	San Vicente y las Granadinas	139	159	14 %
8	Venezuela	27	147	446 %
9	Ecuador	28	140	405 %
10	Islas Caimán	0	99	-
15	Perú	29	37	26 %



El PBI per capita de Singapur supera los US \$ 63,000 dólares anuales.



Tratado de Libre Comercio
Perú - Canadá



Tratado de Libre Comercio Perú - Canadá

1. ANTECEDENTES.

- El TLC entre Perú y Canadá se firmó en Lima el 29 de mayo de 2008 y entró en vigencia el 1 de agosto de 2009.
- Canadá es el cuarto destino de nuestras exportaciones y es en esas condiciones que se empezó a negociar el TLC.
- Además, este convenio pone énfasis en el cumplimiento de los estándares laborales a los que se ha comprometido el Perú en el marco de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y el cumplimiento de los convenios multilaterales sobre protección ambiental.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL TLC CON CANADÁ?

- Desgravación arancelaria. El 99 % de líneas arancelarias de Perú entran con arancel cero, y el 92 % de líneas arancelarias de Canadá entran con arancel cero al Perú.
- Los productos de interés del Perú como los espárragos, alcachofas, maíz, aceitunas, cebollas, ajos, bananas, paltas, mangos, mandarinas, uvas, fresas, páprika, quinua, cacao, entre otros; ingresan libres de arancel de manera inmediata.

- Se garantiza que no se impondrán restricciones a los servicios y proveedores peruanos, y que éstos recibirán el mismo trato que los proveedores de servicios canadienses.
- Esto permitirá oportunidades de negocio en sectores como servicios de informática y software, servicios de consultoría empresarial, turismo, call-centers, entre otros.
- Se facilita la entrada temporal de peruanos a Canadá para visitas de negocios, así como para inversionistas, profesionales y técnicos.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A CANADÁ?

Algunos bienes que se pueden exportar son:

- Oro.
- Mandarinas.
- Mangos.
- Uvas frescas.
- Aguacates.
- Café.
- Plata, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE CANADÁ?

- Cebadas.
- Truchas.
- Trigo.
- Mandarinas.

- Leche y nata.
- Lentejas.
- Terciopelo.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL TLC A LA FECHA?

5.1. Resultados en exportaciones

- En los tres primeros años de vigencia del TLC con Canadá el valor de las exportaciones peruanas hacia ese país alcanzó los US \$ 10,718 millones (un incremento acumulado de +456 % comparado con el año 2008).
- De ese total, el 99.9 % se encuentra en la categoría de desgravación inmediata.
- El valor de las exportaciones peruanas a ese país alcanzó los US \$ 3,828 millones.
- El principal producto exportado a Canadá es el oro con US \$ 3,010 millones.
- Otros productos importantes fueron el café (US \$ 47 millones) y la plata (US \$ 31 millones).
- Gracias al TLC se incrementó el valor exportado de 277 productos no tradicionales: mandarinas (+43 %), uvas (+57 %), paltas (+46 %), polos de algodón (+15 %), espárragos (+54 %), entre otros.
- Se registraron 412 nuevos productos exportados por un monto de US \$ 20.6 millones. Estos nuevos productos pertenecen en su mayoría al sector no tradicional (98 %).
- Se registraron 495 nuevas empresas exportadoras (con un valor exportado de US \$ 1,216 millones).
- El 69 % de estas empresas fueron micro y pequeñas empresas.

5.2. Resultados en importaciones.

- Las importaciones alcanzaron los US \$ 1,680 millones (un incremento acumulado de +287 % desde el 2008).
- De ese total el 92 % se encuentra en la categoría de desgravación inmediata.
- Las importaciones se concentraron principalmente en materias primas para la industria (US \$ 310 millones) y la agricultura (US \$ 34 millones).
- El monto que los importadores pagaron por aranceles fue de US \$ 12 millones.
- Sin TLC esta cifra habría alcanzado los US \$ 25.2 millones. Gracias al TLC se obtuvo una reducción en 52 % del monto de aranceles pagados por los importadores peruanos.

6. BALANZA COMERCIAL PERÚ – CANADÁ (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	2,311	3,329	4,232	3,445
Importaciones	409	540	586	589
Saldo comercial	1,902	2,790	3,646	2,857



El oro es el principal producto peruano exportado a Canadá.

Café: US \$ 47 millones exportados a Canadá gracias al TLC.



El espárrago subió su valor en más de 54 %.



Canadá representa un mercado de 35 millones de habitantes con un ingreso per capita anual de US \$ 52,000.



Tratado de Libre Comercio
Perú - China



Tratado de Libre Comercio Perú - China

1. ANTECEDENTES.

- El TLC entre Perú y China se firmó el 28 de abril de 2009 en la ciudad de Beijing-China.
- Entró en vigencia el 1 de marzo de 2010.
- Además se suscribió un Acuerdo de Cooperación Aduanera y un Memorando de Entendimiento en Cooperación Laboral y Seguridad Social.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL TLC CON CHINA?

- Posicionar al Perú en uno de los mercados más grandes del mundo, conformado por 1,300 millones de personas y con una economía cuya tasa promedio de crecimiento es del 10 % anual.
- Brindar una señal a los empresarios de China y de otros países asiáticos para que inviertan en el Perú.
- Mantener de manera indefinida la posibilidad de aplicar el drawback⁵ y los regímenes de importación⁶ y exportación temporal⁷.

⁵ Régimen que permite, como consecuencia de la exportación de una mercancía, obtener la restitución total o parcial de los derechos arancelarios que hayan gravado la importación de los insumos utilizados o consumidos durante la producción del bien exportado.

⁶ Régimen que permite recibir determinadas mercancías en territorio nacional, con suspensión de los derechos arancelarios, destinadas a cumplir un fin determinado en un lugar específico y ser reexportadas luego en el plazo establecido sin haber experimentado modificación alguna.

⁷ Régimen que permite la salida de mercancías del país por un tiempo limitado y con una finalidad específica, para luego retornar al país, sin estar sujetas al pago de los derechos arancelarios.

- Las mercancías producidas en zonas francas también podrán beneficiarse de este tratado.
- El Perú podrá continuar aplicando el Sistema de Franja de Precios⁸.
- China no podrá mantener, introducir o reintroducir subsidios a la exportación de sus productos.
- Además ofrece desgravación total de sus aranceles (en un plazo determinado) al 94.5 % de sus líneas arancelarias.
- Los productos de interés del Perú (como colorantes, mango, carne de ave, ajos, palta, cebollas, cacao, fresas, espárrago, páprika, cobre, entre otros) pueden ingresar libres de arancel de manera inmediata y, en algunos casos, hasta en cinco años al mercado chino.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A CHINA?

Algunos bienes que se pueden exportar son:

- Café.
- Hierro.
- Hilados de pelo fino.
- Maíz.
- Harina de pescado.
- Aceites.
- Azúcar.
- Tabaco.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

⁸ Instrumento de política comercial utilizado para estabilizar los costos de importación y los precios de determinados productos agrarios. Consiste en fijar un nivel superior y otro inferior para los precios internacionales de cada producto importado (la Franja) y aplicar derechos arancelarios adicionales, en casos donde el precio internacional cae por debajo del nivel inferior de la Franja, o rebajas arancelarias, cuando el precio internacional excede el límite superior.

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE CHINA?

- Teléfonos celulares.
- Computadoras.
- Repuestos de computadoras.
- Urea.
- Motocicletas.
- Aparatos de televisión, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL TLC A LA FECHA?

5.1. Resultados en exportaciones.

- El valor de las exportaciones peruanas hacia China alcanzó los US \$ 12,897 millones (un incremento acumulado de +216 % desde el 2009).
- De ese total, el 79 % se encuentra en la categoría desgravación inmediata.
- Solo en el segundo año de vigencia de este TLC el valor las exportaciones peruanas a China alcanzó los US\$ 7,319 millones (+31 % con respecto al primer año de vigencia).
- Se registraron 213 nuevos productos exportados a China, por un monto de US \$ 69 millones, en su mayoría del sector no tradicional (96 % del total), dentro del cual destacan los rubros textil (23 %), metalmecánico (16 %) y agropecuario (15 %).
- En el sector tradicional, el principal nuevo producto exportado es el gas natural con una participación de US \$ 60.96 millones.
- Así mismo, solo en el primer año se exportó más de US \$ 750 millones en harina de pescado.
- En este mismo periodo se han registrado 324 nuevas empresas exportadoras a China, de las cuales el 64 % fueron pequeñas y micro empresas.

- En conjunto, estas nuevas empresas han realizado envíos por un monto de US \$ 1,330 millones.
- El precio de nuestras conservas de molusco se incrementó en +110 %, de los calamares y potas en +45 %, de las uvas en +97 % y de las lacas colorantes en +500 %.
- Las exportaciones de mango crecieron en más de 1,000 %, alcanzando un monto de US\$ 40 mil en el primer año de vigencia.

5.2. Resultados en importaciones.

- En los dos primeros años de vigencia del TLC con China el valor de las importaciones peruanas alcanzó los US \$ 11,921 millones (un incremento de +264 % en comparación al 2008).
- Solo en el segundo año el valor de estas importaciones peruanas desde China alcanzó los US \$ 6,592 millones (+24 % con respecto al primer año).
- Las importaciones se concentraron principalmente en bienes de capital para la industria (más de US \$ 2,000 millones durante el segundo año) y bienes de consumo (también por más de US \$ 2,000 millones durante el segundo año).
- De acuerdo al monto importado, durante el segundo año de vigencia del Tratado, los principales productos importados fueron los celulares (US \$ 412 millones), las máquinas para procesamiento de datos (US \$ 381 millones), las motocicletas (US \$ 151 millones) y los aparatos de televisión (US \$ 94 millones).

2. BALANZA COMERCIAL PERÚ – CHINA (US \$ millones).

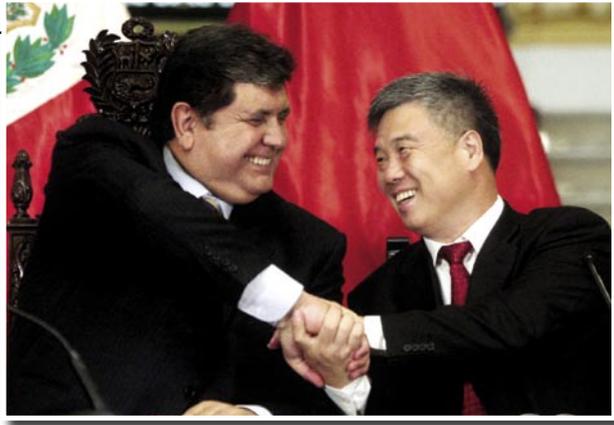
	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	4,079	5,436	6,956	7,849
Importaciones	3,267	5,140	6,365	7,803
Saldo comercial	811	296	591	46



China representa un mercado de 1,300 millones de consumidores para nuestros productos.

“El día que logremos mayores inversiones manufactureras e industriales de China en nuestro país, como plataforma hacia el gran mercado americano, también estoy seguro que se generarán miles y decenas de miles de empleos para el pueblo peruano”.

Alan García Pérez
1 de marzo de 2010
Palacio de Gobierno





Tratado de Libre Comercio
Perú - Corea del Sur



Acuerdo de Libre Comercio **Perú - Corea del Sur**

1. ANTECEDENTES.

- Fue suscrito en Seúl el 21 de marzo de 2011 y entró en vigencia el 1 de agosto de 2011.
- El Acuerdo incluye temas relativos al acceso de mercancías, reglas y procedimientos de origen, defensa comercial, obstáculos técnicos al comercio, telecomunicaciones, comercio electrónico, entre otros.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL ACUERDO DE LIBRE COMERCIO CON COREA DEL SUR?

- Expandir nuestro mercado en la región Asia-Pacífico.
- Diversificar, minimizar riesgos y facilitar a nuestros exportadores una gama de destinos más amplia.
- Corea del Sur otorgó al Perú acceso inmediato al 84 % de su universo arancelario.
- Asimismo, el 14.6 % quedaría desgravado en un período de 3 a 16 años.
- Los productos de interés del Perú como café, espárragos, camu-camu, aceite de pescado, cobre, plomo, zinc, camisas de algodón, entre otros, ingresarán libres de aranceles en un periodo máximo de 5 años.

- Perú, por su parte, ofrece desgravación inmediata y a 5 años a productos de interés de Corea del Sur, como automóviles, teléfonos celulares, computadoras, televisores, diversos aparatos electrónicos, entre otros.
- Los productos sensibles para Perú como lácteos, carnes, azúcar, entre otros, fueron otorgados en plazos de desgravación superiores a 10 años; mientras que el arroz quedó excluido de la negociación.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A COREA DEL SUR?

- Calamares.
- Pota.
- Café.
- Colorantes.
- Polos de algodón, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE COREA DEL SUR?

- Miel de abeja.
- Jamones.
- Salmón.
- Vitaminas.
- Vehículos.
- Aparatos de televisión, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL ACUERDO DE LIBRE COMERCIO CON COREA DEL SUR A LA FECHA?

5.1. Resultados en exportaciones.

- En el primer año de vigencia el valor de las exportaciones peruanas alcanzó los US \$ 1,446 millones.
- El principal producto exportado fue el cobre (US \$ 441 millones).
- Las exportaciones no tradicionales se incrementaron en 19 %. El principal producto fue el café (US \$ 50 millones).
- Se incrementó el valor exportado de 66 productos no tradicionales: calamares y potas (+83 %), hígados y leche congelada (+268 %), plátanos (+552 %), entre otros.
- Se registraron 83 nuevos productos exportados por un monto de US \$ 3.2 millones.
- La mayoría de estos nuevos productos (98 %) pertenecen al sector textil.
- Fueron registradas 82 nuevas empresas exportadoras a Corea del Sur, con envíos por US \$ 18.9 millones.
- Del total de dichas empresas, el 42 % fueron pequeñas y micro empresas.

5.2. Resultados en importaciones.

- El valor de las importaciones alcanzó los US \$ 1,588 millones (+23 % con respecto al año previo al TLC).
- Las importaciones se concentraron principalmente en bienes de consumo (US \$ 641 millones) y materiales de construcción (US \$ 508 millones).
- El monto que los importadores peruanos pagaron por aranceles fue de US \$ 35 millones.
- Sin TLC esta cifra habría alcanzado los US \$ 44 millones. Gracias al tratado se logró una reducción en 21 % del monto de aranceles pagados por los importadores peruanos.

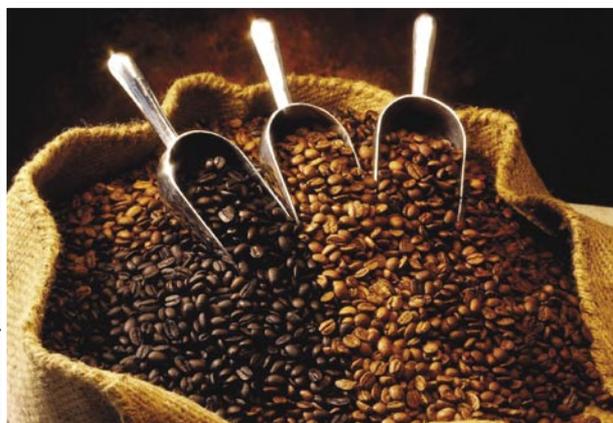
- Los principales productos importados fueron los vehículos con cilindrada superior a los 1,500 cm³ (US \$ 314 millones) y aparatos de televisión (US \$ 126 millones).

6. BALANZA COMERCIAL PERÚ – COREA DEL SUR (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	750	896	1,696	1,546
Importaciones	648	1,042	1,498	1,648
Saldo comercial	102	-146	198	-103



El cobre, principal producto exportado durante el primer año de vigencia del Acuerdo Comercial con Corea del Sur.



En el sector exportador no tradicional, el principal producto exportado es el café.



Acuerdo de Integración Comercial
Perú - México



Acuerdo de Integración Comercial Perú - México

1. ANTECEDENTES.

- Fue suscrito en Lima el 6 de abril de 2011 y entró en vigencia el 1 de febrero de 2012.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL ACUERDO CON MÉXICO?

- Ampliar el antiguo Acuerdo de Complementación Económica N° 08 de 1987, que cubría solo el 20 % de los intercambios bilaterales entre Perú y México.
- Antes México otorgaba preferencias a 439 líneas arancelarias de las cuales solo 157 gozaban del 100 % de preferencia.
- Por su parte, el Perú otorgaba 252 líneas arancelarias, de las cuales sólo 102 tenían 100 % de preferencia.
- Ahora, el Acuerdo de Integración Comercial incorpora disciplinas en materia de acceso a mercados, reglas de origen, reconocimiento de denominaciones de origen, prácticas desleales de comercio, reconocimiento mutuo de títulos profesionales, inversión, etc.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A MÉXICO?

- Carne porcina.
- Leche.
- Madera.
- Ajos.
- Espárragos.
- Gas natural.
- Pota.
- Plátanos, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE MÉXICO?

- Televisores.
- Medicamentos.
- Artículos de oficina.
- Zinc.
- Pilas/baterías.
- Termómetros, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL CON MÉXICO A LA FECHA?

- Durante el 2011 el intercambio comercial fue de US \$ 1,781 millones de dólares, mientras que en el 2012 superó los US \$ 1,846 millones de dólares; lo que representa un incremento del 4 %.

- En el año 2012 las exportaciones peruanas a México superaron la suma de US \$ 400 millones de dólares, de las cuales el 60 % corresponde a los productos no tradicionales.

6. BALANZA COMERCIAL PERÚ – MÉXICO (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	243	287	453	416
Importaciones	735	1,127	1,388	1,674
Saldo comercial	-492	-840	-935	-1,258

Ajos y cebolla para exportación.



Mangos para exportación a México.





Tratado de Libre Comercio
Perú - Japón



Tratado de Libre Comercio Perú - Japón

1. ANTECEDENTES.

- Fue suscrito en la ciudad de Tokio el 31 de mayo de 2011 y entró en vigencia el 1 de marzo de 2012.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL ACUERDO CON JAPÓN?

- Estrechar las relaciones comerciales con uno de los mercados más grandes y competitivos del mundo: 127 millones de personas y un PBI per capita de US\$ 46,736.
- Japón viene a ser nuestro segundo socio comercial en el Asia y quinto a nivel mundial.
- Representa alrededor del 5.1 % de nuestras exportaciones totales y el 4.6 % de nuestras importaciones totales del mundo.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A JAPÓN?

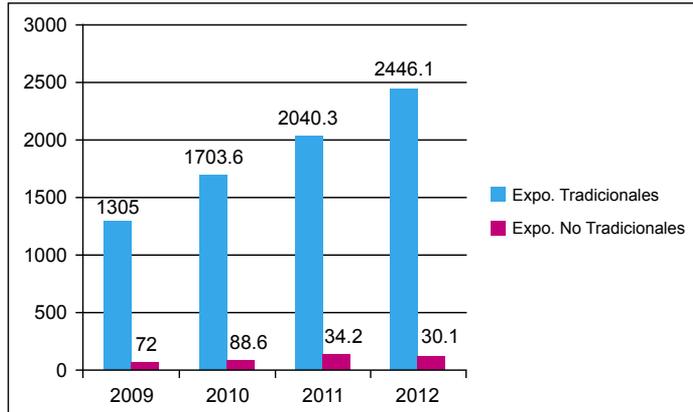
- Café.
- Espárragos.

- Sacha inchi.
- Pota.
- Aceite de pescado.
- Cobre.
- Plomo.
- Maíz morado.
- Maíz gigante del Cusco.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE JAPÓN?

- Automóviles.
- Máquinas y aparatos para imprimir.
- Máquinas para fabricar fibras ópticas.
- Motores universales.
- Arrancadores electrónicos.
- Celulares.
- Prótesis articulares, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. EXPORTACIONES PERÚ - JAPÓN 2009-2012.



6. BALANZA COMERCIAL PERÚ – JAPÓN (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	1,377	1,792	2,175	2,575
Importaciones	927	1,371	1,316	1,501
Saldo comercial	450	421	859	1,074

Sacha inchi para exportación.



.....



Maíz gigante del Cusco para exportación.

.....



Tratado de Libre Comercio
Perú - Panamá



Tratado de Libre Comercio **Perú - Panamá**

1. ANTECEDENTES.

- Fue suscrito en la Ciudad de Panamá el 26 de mayo de 2011 y entró en vigencia el 1 de mayo de 2012.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL ACUERDO CON PANAMÁ?

- Mejorar las condiciones de acceso a mercados.
- Establecer reglas claras que promueven y facilitan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones.
- Este TLC contiene disposiciones en materia de: acceso a mercados, reglas de origen, procedimientos aduaneros y facilidades del comercio.
- Con este tratado, el 95 % de las exportaciones peruanas ingresarán sin pagar aranceles en un plazo máximo de 5 años.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A PANAMÁ

- Lana.
- Polos de algodón.

- Harina de pescado.
- Semillas de algodón.
- Calamares.
- Naranjas, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE PUEDEN IMPORTAR DESDE PANAMÁ?

- Aceites crudos de petróleo.
- Aparatos electro-térmicos.
- Máquinas de perforación.
- Telas metálicas, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL TLC ENTRE PERÚ – PANAMÁ?

- En el año 2011 el intercambio comercial fue de US \$ 673 millones de dólares, y en el 2012 alcanzó los US \$ 551 millones de dólares.
- Las exportaciones peruanas fueron de US \$ 333 millones de dólares en el 2011, mientras que en el 2012 fueron de US \$ 496 millones de dólares, que representa un incremento de más del 40 %.
- Las principales beneficiadas fueron nuestras exportaciones no tradicionales que, en el mismo período, pasaron de US \$ 92 a US \$ 113 millones de dólares.
- Por el lado de las importaciones, en el 2011 alcanzaron la cifra de US \$ 345 millones de dólares, mientras que en el 2012 llegaron a US \$ 55 millones de dólares.

7. BALANZA COMERCIAL PERÚ – PANAMÁ (US \$ millones)

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	91	254	333	496
Importaciones	84	292	345	55
Saldo comercial	314	-38	-12	441

Harina de pescado para exportación.



■ ■



Semilla de algodón para exportación.

..... ■



Tratado de Libre Comercio
Perú - Unión Europea



Tratado de Libre Comercio Perú - Unión Europea

1. IMPORTANCIA DEL MERCADO EUROPEO.

- El Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea forma parte de una estrategia peruana de integración al mundo que busca diversificar y consolidar nuestros destinos de exportación, y a su vez mostrarnos como una plaza atractiva para las inversiones productivas.
- La UE representa un mercado de 500 millones de habitantes con un ingreso per cápita anual de US \$ 30 mil dólares.
- La UE es nuestro principal mercado, con una participación del 18% del total de nuestras exportaciones al mundo.
- En el 2012 nuestras exportaciones hacia la UE superaron los US \$ 7,700 millones de dólares.
- Las exportaciones tradicionales representaron el 70 % de nuestros envíos.
- Las exportaciones no tradicionales representaron el 30 %.

2. BENEFICIOS ARANCELARIOS QUE OFRECE LA UNIÓN EUROPEA.

- La UE otorga desgravación inmediata al 95 % de líneas arancelarias originarias del Perú.

- Asimismo, el 76 % de líneas arancelarias de la UE ingresan con desgravación inmediata al mercado nacional.
- Para nuestras exportaciones no agrícolas se ha conseguido una desgravación inmediata al 100 %.
- Mientras que para nuestras exportaciones agrícolas se ha logrado una desgravación inmediata al 75.9 % de nuestras exportaciones.
- Se ha consolidado el ingreso libre de aranceles para productos peruanos como espárragos, páprika, paltas, guayabas, mangos, alcachofas, aceitunas, mandarinas, uvas, camote, durazno, tangelos, entre muchos otros.
- Para el banano peruano (producto sensible para la UE) se obtiene también una importante desgravación del arancel que bajará de 176 € a 75 € por tonelada en 10 años. Vencido dicho plazo el banano peruano ingresará a Europa libre de arancel.

3. BENEFICIOS ARANCELARIOS QUE OFRECE EL PERÚ.

- El Perú ofrece desgravación inmediata y, en algunos casos a 5 años, para motores, vehículos, tractores, partes de maquinarias y lubricantes.
- También para suplementos alimenticios, maltas y alimentos para animales.
- En los casos de productos sensibles para Perú, como el sector plástico, textil y confecciones, calzado y metal mecánico, se ha previsto una desgravación a 10 años.

4. SERVICIOS E INVERSIONES.

- Se establece un marco legal para el comercio de servicios entre empresas y personas naturales con domicilio en el Perú y la UE.
- Los productos de servicios peruanos recibirán el mismo trato que reciben los proveedores de servicios europeos.
- Y las empresas peruanas que inviertan en la UE recibirán un trato no menos favorable que las empresas locales europeas.

5. CONTRATACIÓN PÚBLICA.

- El Acuerdo abre oportunidades para las micro y pequeñas empresas del país.
- En el tema de las contrataciones públicas, las partes convienen en generar mecanismos para promover la participación de las PYMES.
- La UE incluye, en el tema de la contratación pública, a todos sus niveles de gobierno: central, municipalidades, entidades comunitarias, así como empresas públicas.
- Esto brinda oportunidades a las más de 10,000 PYMES exportadoras del país, que podrán ofrecer sus productos y servicios al mercado europeo.

6. PAÍSES QUE FORMAN PARTE DE LA UNIÓN EUROPEA.

Son 28 países:

- Alemania
- Austria
- Bélgica
- Bulgaria
- Chipre
- Croacia
- Dinamarca
- Eslovaquia
- Eslovenia
- España
- Estonia
- Finlandia
- Francia
- Grecia
- Hungría
- Irlanda
- Italia
- Letonia
- Lituania
- Luxemburgo
- Malta
- Países Bajos
- Polonia
- Portugal
- Reino Unido
- República Checa
- Rumania
- Suecia

7. BALANZA COMERCIAL PERÚ – UNIÓN EUROPEA (US \$ millones).

	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	4,325	6,572	8,693	7,738
Importaciones	2,456	3,171	4,106	4,992
Saldo comercial	1,869	3,400	4,587	2,746



Parlamento Europeo aprobó el TLC con 486 votos a favor, 147 en contra y 41 abstenciones.



Acuerdo de Cartagena
Perú - Comunidad Andina

Acuerdo de Cartagena Perú - Comunidad Andina

1. ANTECEDENTES.

- Fue originalmente suscrito el 26 de mayo de 1969 entre Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú.
- En 1973 Venezuela se adhirió al Acuerdo, aunque lo denunció posteriormente en el año 2006.
- Chile también denunció el Acuerdo en octubre de 1976.
- Actualmente, la Comunidad Andina está conformada solo por Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL ACUERDO DE CARTAGENA?

- Una zona de libre comercio entre los países miembros.
- Esto implica que los productos originarios de los países de la Comunidad Andina puedan comercializarse al interior de ese territorio, totalmente libres de aranceles.
- Se eliminan todo tipo de gravámenes y restricciones no arancelarias al comercio.
- Para el caso peruano, esta zona de libre comercio funciona desde el 2005.

3. ¿QUÉ PRODUCTOS SE EXPORTAN DEL PERÚ A LA COMUNIDAD ANDINA?

- Alambre de cobre.
- Textiles.
- Hierro.
- Propano licuado, etc.



4. ¿QUÉ PRODUCTOS SE IMPORTAN DESDE LOS PAÍSES DE LA COMUNIDAD ANDINA?

- Azúcar.
- Conservas de atún.
- Medicamentos.
- Aceites de petróleo, etc.

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL ACUERDO DE CARTAGENA A LA FECHA?

- Se ha logrado armonizar la normatividad en valoración aduanera.
- Se estandarizó el Documento Único Aduanero (DUA).
- Se ha liberalizado el comercio intrasubregional de servicios (esto es, libre comercio de servicios).
- En el 2005, el intercambio comercial del Perú con los países de la Comunidad Andina fue de US \$ 2,500 millones. En cambio, en el 2012 alcanzó cerca de los US \$ 6,000 millones; lo que significó un incremento de más del 135 %.
- En el 2005 las exportaciones peruanas a la Comunidad Andina fueron de US \$ 798 millones de dólares. Y en el 2012 superó los US \$ 5,800 millones de dólares.
- Por el lado de las importaciones, en el 2005 alcanzó la cifra de US \$ 1,703 millones, mientras que para el 2012 superó los US \$ 3,700 millones.



Acuerdo de Complementación Económica
Perú - Mercosur (ACE N° 58)

Acuerdo de Complementación Económica Perú - Mercosur (ACE N° 58)

1. ANTECEDENTES.

- El MERCOSUR – PERÚ es un área de libre comercio entre el Perú y los cuatro países del Mercosur (Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay), mediante la eliminación de aranceles.
- Su entrada en vigencia fue dispuesta a través del Decreto Supremo 035-2005-MINCETUR, a partir del 2 de enero de 2006.

2. ¿QUÉ NOS PERMITE EL ACE N° 58?

- Establecer un área de libre comercio con los países de la región sudamericana, eliminando todas las restricciones arancelarias.
- Posicionar al Perú en uno de los mercados más grandes del mundo.

3. ¿QUÉ PUEDE EXPORTAR EL PERÚ A LOS PAÍSES DEL MERCOSUR?

- Textiles.
- Cobre.

- Zinc.
- Caballas.
- Merluzas.
- Cochinilla.
- Cebollas.
- Ajos.
- Espárragos.
- Berenjenas, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

4. ¿QUÉ SE PUEDE IMPORTAR DESDE LOS PAÍSES DEL MERCOSUR?

- Maíz.
- Arroz.
- Terneras y vaquillonas para lechería.
- Avena.
- Tostadas.
- Cebada.
- Aceite de soja.
- Unidades de memoria, etc.
- La lista completa se puede leer en <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

5. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL ACE N° 58 A LA FECHA?

- El intercambio comercial se incrementó en 169 %.
- Si en el 2005 (antes de la entrada en vigencia del ACE N° 58) el intercambio comercial entre el Perú y el MERCOSUR era de US \$ 2,179 millones de dólares, para fines del 2012 alcanzó una cifra cercana a los US \$ 6,000 millones de dólares.
- El 84 % de las exportaciones peruanas son destinadas a Brasil, 13 % al mercado argentino y el 4 % se destinan a Paraguay y Uruguay.
- El principal mercado de procedencia de las importaciones peruanas desde el MERCOSUR es Brasil, país que representa el 53 %, Argentina representa el 39 %, mientras que Paraguay y Uruguay representan en conjunto el 8 %.



El intercambio comercial con MERCOSUR alcanzó cerca de US \$ 6,000 millones de dólares.



Acuerdo Marco de la
Alianza del Pacífico

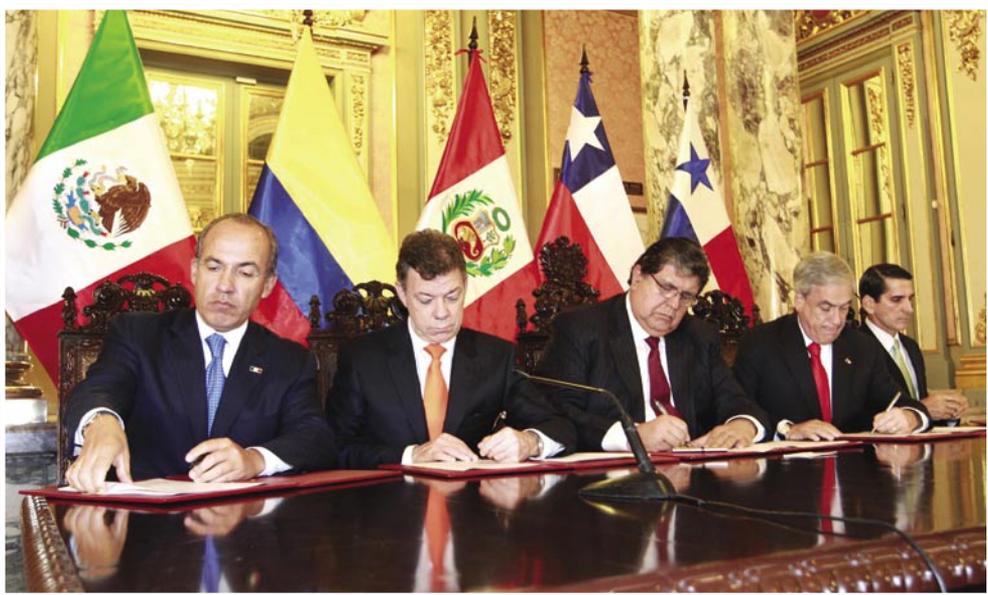
Acuerdo Marco de la **Alianza del Pacífico**

1. ANTECEDENTES.

- La Alianza del Pacífico nace como una iniciativa del presidente Alan García, a raíz de su invitación a los presidentes de Colombia, Chile, Ecuador y Panamá para conformar un “área de integración profunda”.
- Durante estas negociaciones México se sumó a la iniciativa y Panamá se unió como país observador con miras a incorporarse definitivamente en el futuro.
- El 28 de abril de 2011 en la ciudad de Lima, los presidentes de Chile (Sebastián Piñera), Colombia (Juan Manuel Santos), México (Felipe Calderón) y Perú (Alan García) firmaron la “Declaración Presidencial sobre la Alianza del Pacífico”, la cual constituye el primer documento formal que recoge la visión de la iniciativa.
- Finalmente, el 6 de junio de 2012 se firmó en Paranal, Antofagasta, Chile, el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, que es el documento que otorga cobertura para trabajar sus objetivos y fines.

2. OBJETIVOS DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

- Alcanzar la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.
- Convertirse en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial, con proyección al mundo, con especial énfasis al Asia Pacífico.



Presidentes Felipe Calderón (México), Juan Manuel Santos (Colombia), Alan García (Perú) y Sebastián Piñera (Chile), durante la firma de la “Declaración Presidencial sobre la Alianza del Pacífico”, Lima (Perú), abril 2011.

- Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de cada uno de sus países miembros.
- No solo se trata de un acuerdo comercial o de un TLC sino que abarca también otros temas relevantes para el desarrollo de nuestros países.
- Dentro de este contexto, los Países Partes acuerdan priorizar los siguientes temas:
 - vi. Facilitar el tránsito migratorio y el movimiento de personas de negocios.
 - vii. Promover la cooperación policial.
 - viii. Facilitar el comercio y la cooperación aduanera.
 - ix. Integrar las bolsas de valores.
 - x. Impulsar los procesos de interconexión física y eléctrica; etc.

3. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON LOS PAÍSES PARTES.

- Los países miembros de la Alianza del Pacífico se encuentran entre los principales mercados de destino para nuestras exportaciones:

- Chile ocupa el sexto lugar con más de US \$ 2,000 millones de dólares en el 2012.
- Colombia el décimo cuarto lugar con US \$ 900 millones de dólares.
- México el vigésimo lugar con US \$ 416 millones de dólares.
- En cuanto a las importaciones, estos países también se encuentran entre los principales proveedores del Perú:
 - México ocupa el sexto lugar desde donde hemos importado más de US \$ 1,600 millones de dólares en el 2012.
 - Colombia el octavo lugar desde donde hemos importado US \$ 1,563 millones de dólares.
 - Chile el décimo primer lugar con US \$ 1,244 millones.
- El comercio entre los 4 países es de aproximadamente US \$ 8,000 millones de dólares, lo que evidencia una oportunidad para el crecimiento de nuestras economías (crecimiento promedio anual del 17 %).

**INTERCAMBIO COMERCIAL PERU - ALIANZA DEL PACÍFICO
2002-2012 (US \$ MILLONES).**

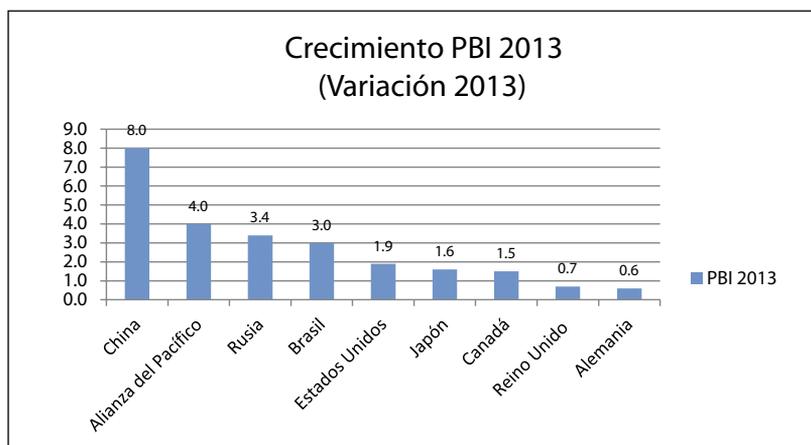
Comercio Perú-Alianza del Pacífico	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Crec. Prom. Anual
Exportaciones FOB	541	705	1202	1798	2316	2583	2688	1619	2459	3444	3363	20 %
Importaciones CIF	1153	1208	1537	1756	2330	2625	3627	2680	3505	4199	4481	15 %
Intercambio	1694	1913	2739	3554	4646	5208	6315	4299	5964	7643	7844	17 %
Saldo Comercial	-612	-503	-335	42	-14	-42	-939	-1061	-1046	-755	-1118	6 %

Fuente: SUNAT - Dictamen de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo

4. IMPORTANCIA DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO

- En términos de población, la Alianza es el quinto mercado más grande a nivel mundial, con más de 210 millones de habitantes, los cuales a su vez podrán transitar sin visa entre los Países Miembros.
- Actualmente, es la novena economía del mundo y pretende llegar a ser la sexta a nivel mundial.

- Equipara y mejora las condiciones de acceso que teníamos en los distintos Acuerdos Comerciales con cada uno de los Países Partes.
- Permite la creación de una plataforma comercial que nos permitirá negociar en mejores condiciones con los países del Asia.
- Además, proyecta el segundo crecimiento más alto para el 2013, conforme se aprecia en el siguiente cuadro:



Fuente: Mincetur

5. CONTENIDO DEL ACUERDO MARCO

- Es de naturaleza multidisciplinaria: regula asuntos relativos al intercambio comercial de bienes y servicios, el movimiento de personas y tránsito migratorio, prevención y contención de la delincuencia organizada transnacional y el desarrollo de mecanismos de cooperación.
- Consta de un preámbulo y de 17 artículos. Las principales disposiciones que contiene este Acuerdo son:

A) Para la Administración del Acuerdo se establece una estructura que consta de:

- Consejo de Ministros conformado por los ministros de Relaciones Exteriores y de Comercio Exterior, que adoptan sus decisiones por consenso.
- Presidencia Pro Témpore.

B) Sobre la relación con otros Acuerdos Comerciales.

- Los acuerdos adoptados en el Marco de la Alianza del Pacífico no reemplazarán, ni modificarán los acuerdos económicos, comerciales y de integración bilaterales o multilaterales vigentes entre las partes. La idea es darle un nuevo y más amplio abanico de posibilidades a los países miembros.

C) Disposiciones Finales

- Se establece que el depositario del Acuerdo Marco es la República de Colombia.
- La Denuncia del Acuerdo surte efecto, para la Parte que la formula, seis (6) meses después de la fecha de recepción de dicha notificación por el Depositario.

D) Relación con terceros países:

- Lo que ya esté negociado y cerrado deberá ser vinculante para los países que se adhieran posteriormente al Acuerdo.



Presidentes Enrique Peña Nieto (México), Juan Manuel Santos (Colombia), Sebastián Piñera (Chile) y Ollanta Humala (Perú) durante la VII Cumbre de la Alianza, Cali (Colombia), 2013.

6. PRINCIPALES LOGROS.

- Supresión de visas de negocios entre los Países Miembros.
- Suscripción del Convenio de Colaboración Empresarial.
- Establecimiento de la Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica (becas estudiantiles).
- Suscripción del Acuerdo Constitutivo del Fondo de Cooperación.
- Suscripción del Acuerdo de Cooperación en materia de Turismo.

7. ESTADOS OBSERVADORES.

Actualmente, existen 20 países en calidad de observadores que esperan incorporarse a este Acuerdo:

- Panamá
- Costa Rica
- Canadá
- Uruguay
- España
- Australia
- Nueva Zelanda
- Japón
- Guatemala
- Ecuador
- El Salvador
- Francia
- Honduras
- Paraguay
- Portugal
- República Dominicana
- Turquía
- Corea del Sur
- República Popular China
- Estados Unidos

..... El TLC “hacia adentro”

Los acuerdos comerciales son instrumentos económicos. Un medio eficaz que bien negociados y luego bien implementados pueden garantizar el acceso de productos a mercados externos, dar lugar a una mayor dinámica comercial, promover la generación de riqueza y empleo, lo que redundará en mayores cifras de crecimiento e indicadores de desarrollo. En suma, cada uno de los acuerdos representa una oportunidad que no podemos ni debemos desperdiciar.

Sin embargo, esta nueva dinámica debe ser también una oportunidad para dinamizar y fortalecer el mercado interno, articular y modernizar nuestros sistemas de producción y comercio e integrar a nuevos sectores de la población a la actividad económica.

Esta preocupación se hizo evidente cuando luego de entrar en vigencia el Tratado de Libre Comercio TLC, suscrito por el Perú con Estados Unidos surgió una polémica en torno a que si estos tratados beneficiarían a los sectores menos favorecidos o sus bondades solo recaerían en los grupos de poder económico.

Fue así que se comenzó a hablar de la necesidad de tener un TLC “hacia adentro”. Es decir, poner como principal objetivo la incorporación de nuevos agentes económicos, la captación intensiva de nueva mano de obra, la integración geográfica de las regiones tradicionalmente abastecedoras de recursos naturales, pero ajenas al proceso industrial y a los beneficios provenientes de la renta.

En suma, dinamizar y fortalecer el mercado interno, articulando el comercio entre las regiones especialmente andinas y amazónicas. Impulsando la generación de las micro y pequeñas empresas MYPE.

Son estas MYPE las que van a permitir un cabal aprovechamiento de los acuerdos comerciales, ya que representan más del 90 % del empresariado nacional y emplean al 62 % de la Población Económicamente Activa (PEA), por lo que su rol resulta ser fundamental en la generación de riqueza, crecimiento y redistribución económica.

Promover las MYPES y fortalecerlas implica una tarea que resulta ser consustancial a los TLC, es decir, para que el crecimiento y desarrollo sean aprovechados integralmente debemos atender y concretar una agenda de competitividad interna. Una no se sostiene sin la otra.

Esta competitividad no se logra si es ajena a nuestros pequeños productores y exportadores, ya que ellos no podrán aprovechar acuerdos ni mirar al exterior si no pueden enfrentar un mercado interno lleno de limitaciones y trabas burocráticas, falta de sistemas logísticos, así como una infraestructura inexistente o ineficiente.

El reto es ser competitivos, de lo contrario ningún acuerdo comercial, por más importante que este sea, logrará que la población, que los pequeños y medianos emprendimientos sientan los efectos positivos de la integración o puedan aprovecharlos en la medida que demanda el desarrollo integral del país. El objetivo es que cada uno de ellos se interese y forme parte de la nueva dinámica productiva que ofrecen la integración económica regional y los tratados de libre comercio.

Más aún ante un escenario de contracción económica, de decaimiento de las exportaciones o frente a cualquier atisbo de crisis externa, no hay medida o propuesta que no pase por la mejora de la competitividad. Un TLC hacia adentro es un trabajo multidisciplinario a largo plazo que debe iniciarse cuanto antes.

¿Qué es lo que debemos hacer para mejorar la competitividad? ¿Cuáles son las tareas para fortalecer las MYPES? ¿Cuál es la agenda pendiente para aprovechar mejor los acuerdos comerciales? ¿En general, cuál es el camino a seguir para alcanzar el crecimiento?

Son muchas y complicadas las respuestas, pero debemos establecer una agenda prioritaria. Hay tareas que deben hacerse con urgencia cuya ejecución no debemos postergar. Algunas de ellas ya las esbozamos en la presentación. Sin embargo, consideramos necesario referirnos a las que, a nuestro entender, revisten urgencia e importancia.

i) Una mayor y mejor infraestructura: una de las medidas principales y que incide en la reducción de sobre costos y dificultades para el transporte de los productos es mejorar las carreteras y puertos. Según el reporte de Competitividad Global ocupamos el puesto 111 de 144 países en infraestructura portuaria. Embarcar o desembarcar mercadería cuesta en nuestro principal

puerto El Callao US\$ 90 y en Guayaquil menos de la mitad. Los exportadores asumen por costos logísticos casi el 32 % del valor del producto exportado, cifra que sin duda es exorbitante¹.

Sin buenas carreteras, sin infraestructura portuaria adecuada (en el cual tenemos una brecha de US\$ 708 millones), sin incentivos para el cabotaje, que es el transporte marítimo de las mercancías de puerto a puerto, el sobre costo logístico de nuestro comercio es absurdamente elevado y aquí evidentemente la competitividad es nula.

- ii) **Eliminación de barreras burocráticas:** el Doing Busines colocó al Perú en el puesto 60 de 185 países en cuanto a comercio internacional, lo que sin duda no es ningún mérito. Ya el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual –INDECOPI, viene trabajando para eliminar estas barreras generadas por las propias entidades públicas y que dificultan e incluso impiden el trabajo de los empresarios.

Desde la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, se aprobó la eliminación de la tasa que se cobra al usuario del comercio exterior por tramitar la Declaración Única Aduanera- DUA (PL 107) Asimismo, se propuso la derogación del Decreto Legislativo N° 1147 (PL 2107), que transfiere competencias en temas portuarios y comerciales, de un ente técnico como Autoridad Portuaria Nacional a la Dirección de Capitanías del Ministerio de Defensa. Y por último, presentamos la Ley que propone cambios a las normas de rotulado (PL 1778), para evitar el reembarque de la mercadería por problemas de etiquetado.

- iii) **Inclusión de las regiones en el esfuerzo exportador:** para ello se requiere el apoyo del gobierno y de los gremios empresariales.
- iv) **Promover cambio tecnológico mediante asistencia técnica:** por ejemplo a través del Ministerio de la Producción. Esto incluye, al primer eslabón que es el agricultor, con nuevas técnicas de riego, semillas mejoradas, mejoramiento genético, etc.
- v) **Fortalecimiento de las oficinas comerciales en el exterior- OCEX:** en este punto y desde la Comisión de Comercio Exterior y Turismo se ha trabajado mucho, primero para darle la competencia de estas oficinas al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Para ello, aprobamos la Ley N° 29890, para el fortalecimiento de las OCEX. Esta tarea no fue sencilla y fue difícil convencer al propio gobierno de su pertinencia y necesidad, pero persistimos hasta lograrlo. Sabíamos que este cambio permitiría promover el trabajo de las OCEX y con eso se logró: la creación de 23 oficinas, algunas en nuevos mercados

¹ Datos recogidos de la Editorial del diario El Comercio, el 12 de agosto de 2013.

como ha sucedido recientemente en Estambul, Londres y Hamburgo; y el nombramiento de 25 consejeros comerciales capacitados. Todo este esfuerzo se ha visto consagrado con la aprobación de la Ley N° 30075, Ley de fortalecimiento de PROMPERÚ, que asigna los recursos necesarios para el desarrollo de estas oficinas comerciales.

La meta es incrementar a 40 las oficinas comerciales y llegar a US\$ 477 millones por exportaciones no tradicionales.

- vi) Fortalecimiento de las MYPE:** Si bien ya las medidas anteriores inciden en su fortalecimiento, creemos que es necesario también de manera específica dictar medidas a favor de estas empresas. No solo son suficientes las campañas de corto plazo para comprar productos a las MYPE del interior, sino sobre todo, invertir en capital humano y promover la creación de clusters o redes entre estas MYPE, para que puedan salir a competir en el mercado externo.

Durante los últimos años, solo Lima parece estar aprovechando los beneficios de los Acuerdos Comerciales, mientras que las regiones de la selva (Amazonas, Ucayali, Loreto y Madre de Dios) tienen el menor nivel de exportaciones. La región que mayor crecimiento proyecta es Apurímac, cuyas exportaciones se incrementaron en más del 270 % durante el 2012. Por el contrario, la región cuyo nivel de exportaciones disminuyó considerablemente fue Puno (-40.4 %).

Exportaciones peruanas por región de procedencia (millones de US \$ FOB)

Región	Ene-Dic 2011	Ene-Dic 2012	% Var. 2011-2012
LIMA	13,208	12,895	-2.4 %
ANCASH	4,496	4,846	7.8 %
CALLAO	3,609	4,447	23.2 %
AREQUIPA	4,536	3,785	-16.6 %
ICA	4,467	3,503	-21.6 %
CAJAMARCA	3,012	3,278	8.8 %
LA LIBERTAD	2,581	2,833	9.8 %
PIURA	2,407	2,758	14.6 %
MOQUEGUA	2,771	2,510	-9.4 %
PASCO	1,252	1,086	-13.2 %
CUSCO	751	614	-18.2 %
PUNO	913	544	-40.4 %
JUNIN	651	492	-24.3 %

LAMBAYEQUE	436	332	-23.8 %
TACNA	336	315	-6.3 %
HUANCAVELICA	187	206	10.2 %
AYACUCHO	162	190	17.3 %
TUMBES	135	169	25.2 %
SAN MARTÍN	211	132	-37.6 %
APURIMAC	23	86	270.6 %
HUANUCO	71	79	12.4 %
MADRE DE DIOS	50	68	99.8 %
LORETO	42	47	11.6 %
UCAYALI	41	46	11.6 %
AMAZONAS	22	20	-7.6 %

Fuente: SUNAT - ADEX.

La competitividad es una meta de hoy y siempre. Es relevante para el país e implica un esfuerzo desde todos los sectores, públicos y privados. Sus beneficios inciden en todos los niveles, en empresarios grandes y pequeños. En exportadores y no exportadores. En suma, en todos los ciudadanos y consumidores en general.

El reto que debe asumir el Estado es grande y al hacerlo debe orientarse hacia los siguientes objetivos: lograr que los TLC se aprovechen al máximo y que sus beneficios se sientan en todas las regiones del país. Que nuestras MYPE y empresas del interior salgan a exportar a los diferentes mercados del mundo; y que sigan creciendo nuestras exportaciones no tradicionales.

El resultado será un país geográfica y económicamente integrado. Una población con trabajo y mayores niveles de bienestar. Esto se llama, en lenguaje del aprismo, desarrollo con justicia social.

La Política, el Estado y la Globalización

La caída del “socialismo realmente existente” con el descrédito de la planificación centralizada y el auge de la “globalización” con el fortalecimiento del liberalismo económico trajeron como consecuencia el trauma de las ideologías, así como el pragmatismo productivo en favor del mercado.

Las economías tanto de occidente tradicionalmente capitalistas, como las de oriente jalonadas por China, aceptan hoy al fenómeno de la globalización como una realidad que debe enfrentarse con economías abiertas a la inversión extranjera, respetando las reglas del mercado que trascienden, tanto al voluntarismo de economías centralizadas como al mercantilismo rentista.

Esto no significa para el Perú el debilitamiento del Estado ni su ausencia como regulador de procesos productivos y promotor del mercado interno. Significa, fundamentalmente, la existencia de un Estado responsable que genere condiciones necesarias para el desarrollo de las fuerzas productivas con estabilidad política, económica y jurídica.

Significa también, la consolidación de un Estado que oriente el desarrollo económico en función del mercado interno, buscando la equidad en la redistribución y la justicia social como fin superior. Debemos mirar el reto del desarrollo sin complejos, sin sesgos ni mediatizaciones.

La globalización es una realidad que signa el siglo XXI. Los países que la enfrenten de manera propositiva, explotando sus ventajas comparativas, mejorando su infraestructura y competitividad, podrán aspirar al desarrollo económico y al bienestar social. No hacerlo sería anclarnos en un pasado que otras naciones van dejando de lado cada vez en mayor número.

Esta breve reflexión la hacemos a propósito de los titubeos, eufemismos y falta de compromiso que se encuentran en las propuestas políticas que se plantearon a propósito de las campañas presidenciales de los años 2001 y 2006.

La revisión de los planes y programas de gobierno, expuestos en aquellas ocasiones nos permite ver la falta de convicción en la forma cómo enfrentar los retos de la globalización a partir de la suscripción de tratados de libre comercio TLC con países cuyos mercados son el horizonte natural de nuestra producción y el reto que debemos asumir para colocar nuestros productos.

Por cierto, no se atrevían los entonces candidatos a ignorar la importancia de los grandes mercados para la construcción de una economía nativa con vocación exportadora; pero no planteaban en forma clara la necesidad de firmar TLC y acuerdos para ampliar las fronteras de nuestros mercados. Es decir, la política del “sí, pero...”.

Unos se oponían radicalmente y otros hablaban de revisar los tratados ya suscritos. Hay que recordar que en estos tres lustros han accedido, democráticamente al Gobierno, tres grupos políticos de distinto origen y con distinta concepción; pero que sin embargo, desde el Gobierno unos y otros han fortalecido las políticas orientadas a consolidar la aún pequeña presencia del Perú en los grandes mercados de las economías desarrolladas. Hoy comprobamos que no solo no pusieron en cuestión tratados ya suscritos sino que impulsaron la firma de nuevos acuerdos comerciales.

Ha sido el Gobierno Aprista del 2006 al 2011, el que mayor número de TLC ha logrado, así como el que más ha trabajado por la consolidación de acuerdos regionales.

Queda el reto de consolidar lo que eufemísticamente llamamos el TLC “hacia adentro”, así como lograr que los beneficios del crecimiento se distribuyan equitativamente tanto geográfica como socialmente, es decir entre las zonas proveedoras de recursos naturales como entre los trabajadores que participan en el proceso productivo, así como en beneficio de aquellos sectores marginados que deben incorporarse a las economías modernas.

Los Partidos Políticos y su Visión sobre los TLC.

A continuación, presentamos algunos de los Planes de Gobierno de los principales Partidos Políticos que participaron en las últimas elecciones generales. Y podremos advertir que, desde el 2006, la suscripción de acuerdos o tratados –de carácter permanente- sobre beneficios comerciales han sido materia de preocupación por la clase política y marcan una pauta sobre su visión del país:

Planes de Gobierno

N°	Partido Político	Líder representante	Visión sobre los Acuerdos Comerciales (Plan de Gobierno 2006-2011)	Visión sobre los Acuerdos Comerciales (Plan de Gobierno 2011-2016)
1.	APRA ¹		<p>437. <i>Privilegiar el ámbito de la Organización Mundial del Comercio (OMC) para la integración comercial con otros bloques de países, sin perjuicio de continuar las negociaciones directas con la UE y ASPEC.</i></p> <p>438. <i>Aprobar el TLC previo estudio a fondo de sus costos y beneficios para el país para lo que se requiere la más completa información al respecto.</i></p>	
2.	UNIDAD NACIONAL ²		<p>3...<i>Con Estados Unidos se consolidará una relación estable y conveniente a los interés del Perú en todos los campos, aprovechando el TLC para multiplicar nuestras exportaciones y las inversiones en el país...</i></p> <p><i>-Con la Unión Europea se promoverá la firma de un TLC que sea el resultado de una negociación óptima entre la Comunidad Andina de Naciones (CAN) con las Comunidades Europeas</i></p>	
3.	PARTIDO NACIONALISTA ³		<p>2.9. <i>Específicamente se propone que:</i></p> <p>a. <i>El Congreso instalado en julio de 2006 deberá tratar la negociación del TLC y autorizar su renegociación en caso necesario.</i></p> <p>b. <i>El TLC debe ser tratado conjuntamente con las negociaciones de Colombia y Ecuador para conseguir mejores condiciones de negociación.</i></p> <p>c. <i>El TLC debe ser sometido a consulta popular dado que afecta múltiples aspectos de la vida nacional...</i></p> <p>d. <i>Construir la relación comercial con los EE.UU. sobre la base del respeto recíproco y la defensa de la soberanía nacional.</i></p>	

¹ <http://www.apra.org.pe/neo/plan.pdf>

² http://www.transparencia.org.pe/documentos/plan_de_gobierno_unidad_nacional.pdf

³ http://www.partidonacionalistaperuano.net/images/archivos/plan_de_gobierno_pnp_2006_2011.pdf

4.	ALIANZA PARA EL PROGRESO⁴		<i>3.9, ...impulsaremos, también, con decisión tratados comerciales con la Unión Europea y otros países donde podamos hallar oportunidades para nuestros productos... abrir más mercados para nuestros productos desde el primer día será una de nuestras mayores preocupaciones.</i>
5.	ALIANZA POR EL GRAN CAMBIO⁵		<i>El fomento de la inversión privada como motor de la economía... una economía abierta es más adaptable y eficiente que una economía que se cierra frente a la importación de productos.</i>
6.	PERÚ POSIBLE⁶		<i>5. El Presidente de la República conducirá el Consejo Nacional de Competitividad, aprovechando al máximo los tratados de libre comercio... Continuar la política de nuevos tratados comerciales especialmente con aquellos países que estén fuera de la órbita del dólar y el euro para diversificar el riesgo de nuestras exportaciones.</i>
7	FUERZA 2011⁷		<i>Eje 14: nuestro Gobierno impulsará la implementación de las disposiciones constitucionales que garantizan que todos los peruanos puedan también acceder a la libre empresa y el libre comercio dentro del país o en conexión con líderes exportadores...</i>

⁴ http://www.transparencia.org.pe/documentos/plan_de_gobierno_alianza_para_el_progreso.pdf

⁵ <http://www.infogob.com.pe/Politico/ficha.aspx?IdPolitico=14063448&IdTab=0>

⁶ <http://www.infogob.com.pe/Politico/ficha.aspx?IdPolitico=2779531&IdTab=0>

⁷ <http://www.infogob.com.pe/Politico/ficha.aspx?IdPolitico=3474250&IdTab=0>

Este breve resumen de los Planes de Gobierno nos lleva a comprender que todas las tendencias políticas consideran importante la apertura de nuevos mercados para el desarrollo de nuestras exportaciones y, por ello, debemos enfocarnos en trabajar intensamente a fin de promover la competitividad de nuestros productos y darle mayor valor agregado a los mismos.

Estamos seguros que para el 2016 habrá consenso entre las fuerzas políticas para comprometerse en llegar al Gobierno en mantener una política basada en Tratados de Libre Comercio, como en fomentar los bloques de integración económica regional, lo cual permitirá a nuestro país consolidar el camino al desarrollo y al bienestar de los peruanos.



Anexos

TLC y Acuerdos Comerciales: *Ventanas de Oportunidades para nuestro Comercio Exterior*

Por: Enrique Cornejo Ramírez ()*

Hace algunas décadas uno de los problemas centrales de nuestro comercio exterior era el difícil acceso a los principales mercados sea para exportar o para importar. A veces se trataba de altos aranceles, a veces de medidas para-arancelarias (administrativas, sanitarias, cambiarias, etc.); unas y otras impedían que el comercio exterior fluyera libre y eficientemente.

Particularmente, en lo que respecta a las exportaciones esto significaba un importante obstáculo para su desarrollo: el mango peruano demoró más de ocho años para lograr la autorización de ingreso de APHIS (la agencia oficial norteamericana que evalúa plantas y animales); nuestros productos cítricos demoraron un período similar para entrar al mercado norteamericano. Similares problemas hemos tenido con los mercados europeos, asiáticos e incluso con los latinoamericanos.

Actualmente, tenemos más de 16 acuerdos comerciales negociados, suscritos y la mayoría ya vigentes con los principales mercados internacionales: países (como EE.UU, Canadá, Japón, Corea del Sur, Chile, China, Tailandia, México, Panamá entre otros), bloques regionales de integración (como la Unión Europea, el EFTA, la Comunidad Andina y el MERCOSUR). Algunos de estos acuerdos son del tipo “tratado de libre comercio” (que en esencia significa que el comercio de bienes e incluso los servicios y las inversiones están liberados de cualquier obstáculo entre los países firmantes) y otros son del tipo “acuerdos de asociación estratégica” (que suponen beneficios adicionales para establecer inversiones conjuntas, tales como los que mantenemos con China o la Unión Europea).

En todos estos acuerdos los negociadores peruanos han puesto especial cuidado en asegurar el “pleno acceso” de nuestros productos de exportación a los correspondientes mercados. Por lo tanto, el problema ahora no es el ingreso a los mercados sino el tener los bienes y servicios en la cantidad y calidad competitiva que se necesita. El gran desafío ahora es promover mayores inversiones para incrementar y diversificar nuestra oferta exportable de manera que se aprovechen los acuerdos mencionados, con estrategias competitivas que enfatizen en la diferenciación o en la alta segmentación más que en el precio barato; con enfoques de valor agregado y nuevas políticas de distribución; con mejor infraestructura que propicie menores tiempos y eficiencia en los servicios, con asociatividad entre pequeños y medianos productores, entre otros desafíos.

Por fin, dado el sólido crecimiento de las inversiones y la producción en el país en las últimas dos décadas y nuestra política comercial, el Perú puede aspirar a establecerse metas ambiciosas para su comercio exterior como, por ejemplo, lograr que en las próximas tres décadas el ratio de comercio exterior sobre PBI supere el 80 por ciento; o lograr que el 50% de nuestras exportaciones sean de manufacturas y servicios y el 50% restante corresponda a materias primas. En términos de negociación de nuevos mercados sólo faltaría sellar los respectivos acuerdos con India y Rusia y entonces la tarea estaría prácticamente completada.

Por supuesto que ello debe lograrse promoviendo el desarrollo de cadenas productivas competitivas como la textil-confecciones; la agropecuaria-agroindustrial; la metal-mecánica y sus servicios; la relacionada a manufacturas que utilicen metales no ferrosos; la cadena hidrobiológica-alimentaria; el turismo, la gastronomía por mencionar las principales. La pregunta clave es: ¿Cuánto creceremos en los próximos años? ¿Qué inversiones privadas se requieren para lograr tal objetivo? ¿Qué infraestructura será necesaria para alcanzar las metas de manera eficiente y competitiva?, entre otras. El camino está preparado: hay que aprovechar los TLC's y Acuerdos Comerciales vigentes.

(*) Economista. Doctor en Administración. Ex Ministro de Transportes y Comunicaciones y ex Presidente del Instituto de Comercio Exterior del Perú. Profesor universitario con 34 años de experiencia docente.

Importancia de los TLC y Acuerdos Comerciales para el Perú

Por: Eduardo Ferreyros ()*

El Perú es un mercado pequeño y con limitada capacidad de compra. Para crecer y producir más, necesitamos de mercados más amplios y con mayor poder adquisitivo. Durante años la política comercial del Perú estaba basada en una integración con los países de la región, la Comunidad Andina, mercados también pequeños y pobres. Obviamente esta estrategia, vigente por más de 40 años, no nos llevó al crecimiento y desarrollo. Años después, el objetivo fue cambiar de estrategia y asociarnos, integrarnos, con los mercados más importantes y ricos del mundo, sin dejar de lado a nuestros socios regionales. Debíamos apuntar a países con mercados potentes, ricos, con real capacidad de compra para nuestros productos con valor agregado. Así, a principios del 2000, se inicia un proceso de apertura comercial que permitiría ampliar nuestro mercado -y promover reformas institucionales urgentes, establecer un marco jurídico estable para la atracción de inversiones y avanzar hacia una mayor competitividad.

El TLC con EE.UU. fue la primera gran experiencia. Y era natural, era nuestro principal socio comercial. Se siguió avanzando con otros países, importantes actores en el comercio mundial, poniendo especial atención a los países del Asia. Seguros de andar por el camino correcto, fruto de la continuidad en la política comercial de apertura e integración al mundo, hoy el Perú cuenta con 18 acuerdos comerciales vigentes, que han permitido un crecimiento de 565% en nuestras exportaciones en la última década. Los acuerdos comerciales vienen haciendo posible colocar nuestros productos en los principales mercados internacionales, y han permitido diversificar y ampliar la oferta de productos,

en especial la de productos no tradicionales. Nunca antes el Perú ha exportado la variedad de productos que hoy envía al mundo.

En los tres primeros años de vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) con EE.UU, se exportó 448 productos nuevos no tradicionales y, en el segundo año de vigencia del TLC con China se exportó 204 productos no tradicionales que antes no se había exportado. En 2012 las exportaciones no tradicionales representaron ya un 23% de nuestras exportaciones totales y su participación es cada vez mayor. Ese es el objetivo y un mensaje para quienes afirman que el Perú exportará solo minerales en el futuro.

Así como los acuerdos comerciales brindan beneficios a nuestros exportadores, también han permitido tener acceso a bienes de capital e insumos de calidad, a menores costos, que han permitido aumentar la productividad y competitividad de nuestra producción. Los TLC del Perú han sido fundamentales también para promover reformas en nuestro sistema de comercio exterior, incentivar la modernización de procesos, la simplificación de trámites (por ejemplo, el despacho anticipado y la Ventanilla Única de Comercio Exterior), y la inversión privada en infraestructura orientada a fortalecer nuestras competencias de logística exterior. Debemos prepararnos cada vez más rápido para ser exportadores de gran escala, y anticiparnos.

Si bien el Perú viene participando en dos negociaciones muy importantes, el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) y la Alianza del Pacífico, debemos seguir impulsando una agenda de apertura hacia economías como Rusia, India, Israel, los países árabes, Turquía, Indonesia, entre otros, no sólo para exportar más y atraer más inversiones, sino para consolidar un proyecto de integración al mundo que ha demostrado ser exitoso. La tarea de abrir los mercados del mundo para los productos peruanos todavía no ha terminado.

Ex Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Gerente General de la Sociedad de Comercio Exterior - CO-MEXPERU

Los TLC: *punto de quiebre para el Perú*

Por: Alfredo Ferrero ()*

El acuerdo comercial firmado con Estados Unidos fue el inicio para el despegue del Comercio Exterior, diríamos el punto de quiebre de la política comercial peruana y la puerta para los demás TLC. No obstante haber crecido las exportaciones totales de 7 mil millones de dólares (2001) a 45 mil millones de dólares (2012), aún queda mucho por hacer para que el comercio exterior se consolide como un elemento de desarrollo e inclusión social.

El mérito a inicios del presente siglo fue elaborar una agenda comercial que no existía y colocarla en la agenda política y económica del país. Al inicio había incredulidad respecto a los beneficios de los TLC e incluso respecto a la posibilidad de negociar con Estados Unidos.

En estos 12 años, desde el 2000, el comercio exterior en el Perú ha ido tomando una presencia cada vez más importante para el país. No solo las exportaciones del Perú se multiplicaron por siete, de \$. 6955 a \$46,268 millones al 2011 y aunque hayan descendido ligeramente en el 2012 por la crisis internacional, Europa y China la tendencia de crecimiento por los TLC es indudable, sino que las importaciones en los últimos tres años han registrado un crecimiento sostenido alcanzando una tasa de promedio anual de 25%, al cierre del año 2012, el incremento fue del 12% con relación al 2011, logrando una cifra de \$42 504 millones, parte importante de estas importaciones son los bienes de capital.

La importancia de firmar un TLC no ha consistido únicamente en eliminar aranceles para nuestros productos en el exterior y acceder así en condiciones ventajosas

a mercados grandes e importantes como el de EEUU, China o Japón permitiéndonos presentar nuestros servicios y productos en iguales condiciones que otros países, sino que los TLC permitirán en el tiempo el desarrollo de una oferta exportable competitiva, diversificada y esperamos descentralizada. Países como EEUU, Japón, China y Unión Europea demandan una gran cantidad de productos, no solo tradicionales (minerales, azúcar, café), sino también no tradicionales (palta, madera, textiles, etc)

Los TLC empujan la necesidad de una agenda interna y a la reducción del déficit de infraestructura del país que asciende en 83,000 millones aprox. Igualmente los TLC permiten incentivar la promoción de inversión hacia el Perú.

Los peruanos han comprendido las ventajas que conlleva los TLC para el desarrollo económico del país, ello se refleja en más de 17 acuerdos firmados y vigentes con diversos países: EEUU, Canadá, China, Singapur, Cuba, Chile, México, Canadá, EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio), Corea del Sur, Tailandia, Japón, Panamá, Unión Europea, Costa Rica, el Acuerdo Comercial con la Organización Mundial de Comercio, el Acuerdo de Libre Comercio con la CAN, el Acuerdo de Complementación Económica entre Perú y el Mercosur, el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC) y están por entrar en vigencia los TLC con Venezuela y Guatemala. Además agenda se encuentran el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP), la Alianza del Pacífico, los TLC con El Salvador, Honduras y el Programa Doha para el Desarrollo – OMC.

Entre los TLC firmados, cabe resaltar también el TLC con China, segunda economía mundial y principal economía emergente, ha permitido que el intercambio comercial entre los países se incremente en un 40% en el 2011 y 28% en el 2012, pasando a ser el principal socio comercial del Perú.

En suma, el Perú tiene las condiciones tras la firma de los TLC, las herramientas para seguir siendo una economía emergente, un lugar atractivo para los inversionistas. Los resultados más importantes de los TLC se verán en un mediano y largo plazo, y entretanto debemos atender aquellos aspectos que aún nos falta reforzar, como lo son falta de inclusión social, déficit de infraestructura, competitividad, descentralización.

El comercio exterior es también una herramienta de inclusión social, en ese sentido, esperamos que los gobiernos subnacionales puedan articular esta vinculación desde sus territorios y sus productores hacia los mercados internacionales, de tal manera que el país como conjunto, y no únicamente por pequeños sectores, puedan beneficiarse con las ventajas que ofrecen los TLC.

Chile, con la mitad del territorio peruano y sin la biodiversidad que disponemos, llega a 80 mil millones de dólares de exportaciones anuales.

Se debe negociar TLC con los países árabes (Mercado inexplorado) Rusia, India, Sudáfrica, Indonesia y Australia, entre otros.

El Perú está en posibilidades de seguir diversificando su oferta exportable y su mercado de destino. Esa diversificación, prepara mejor al país ante las posibilidades de crisis internacionales futuras que deben ser coyunturales cada cierto tiempo.

La visión de incursionar en la Cuenca del Pacífico es la correcta porque son mercados grandes y están creciendo sostenidamente, siendo desde ya hace un tiempo los mercados más dinámicos del mundo.

Los TLC se conciben en función del mediano y largo plazo, pensando en que todos los mercados son propensos a tener ciclos económicos, es el caso actual de Europa, que se recuperará y podrá el Perú tener una alternativa firme para expandir fuertemente su vinculación comercial.

Se empezó con EE.UU., cuyo TLC cumplió 4 años de vigencia y seguimos “construyendo” nuevos mercados. Falta mucho por recorrer, todavía no hemos llegado al punto más alto de desarrollo de los TLC como instrumento de desarrollo, creo que una vez vigentes todos los TLC y que logremos consolidar una nueva oferta exportable, habremos logrado optimizar estos acuerdos, que vía la generación de empleos e inversión, ayuda en la disminución de la pobreza y en los temas de inclusión social.

Socio Abogado del Estudio Navarro, Ferrero & Pazos
Abogados
Ex Ministro de Comercio Exterior y Turismo

Los Tratados de Libre Comercio: *Puentes en lugar de Muros*

Por: Patricia Teullet ()*

Hasta los años '80, en el Perú, como en muchos otros países, se pensaba que, para alcanzar el desarrollo de la industria, era necesario protegerla de la competencia externa.

Como consecuencia de esta visión, además de prohibiciones específicas, el Perú tenía un nivel promedio de aranceles de 64 %, muy superior al promedio de 5 % de los países desarrollados o del 28 % de Sudamérica y México. Los aranceles funcionaban como muros de protección frenando la 'amenaza' de los productos importados, dando espacio a la industria nacional para elevar sus precios en el mercado interno.

La necesidad de un cambio se hace evidente, cuando los resultados de la protección muestran que, lejos de desarrollarse, la industria ha decrecido, y su supervivencia depende de un consumidor cautivo al que se le han quitado todas las opciones de elección.

Vienen los '90 con reformas sustanciales: se toma conciencia de que, para crecer, la industria necesita insumos y bienes de capital importados a precios competitivos y que permitan incorporar avances tecnológicos. Por otro lado, el consumidor también tiene derechos y una mayor oferta genera competencia y mejores precios. La competencia funciona además, como un aliciente para aumentar la productividad... El Perú emprende un proceso de apertura que, poco a poco, baja los aranceles hasta alcanzar niveles de 14 %. Esta rebaja se hace todavía de forma discriminatoria y se sigue protegiendo a algunos sectores, como el agrícola o el textil. Pero ya la tendencia está marcada y es hacia la integración a los mercados mundiales.

Una nueva estrategia está siendo utilizada por muchos países y el Perú la incorpora también: los acuerdos comerciales. Así, en el 2004 se inician las coordinaciones para negociar un acuerdo con nuestro mayor socio comercial entonces, los Estados Unidos.

Cinco años después, dejando en el camino a Bolivia, Ecuador y Colombia, el TLC entre Perú y Estados Unidos entra en vigencia y un sistema de preferencias (renovables a voluntad de EEUU) que funcionaba como aliciente en la lucha contra el narcotráfico es reemplazado por un convenio entre países, con derechos y obligaciones permanentes. Se rebaja aranceles, pero se incluye también capítulos que abordan temas sanitarios, laborales, de propiedad intelectual, defensa comercial, y de comercio de servicios, entre otros.

A partir de ese momento, el Perú empieza a acumular acuerdos comerciales, tendiendo puentes hacia nuevos mercados. Ello garantiza acceso permanente a millones de consumidores diversos, impulsa el desarrollo de nuevos productos de exportación, y mejora las condiciones laborales (más que por los acuerdos en esta materia, por las exigencias de los compradores). Adicionalmente, la firma de acuerdos estuvo acompañada por reformas y medidas contenidas en decenas de decretos legislativos que apuntaban a asegurar la competitividad de las empresas peruanas.

Hoy, más del 80 % del comercio exterior peruano está en el marco de tratados de libre comercio y, desde que comenzó el proceso de negociación con Estados Unidos (2004) hasta el 2011, el intercambio comercial se ha cuadruplicado, lo cual muestra que la integración al mundo ha contribuido al crecimiento del país.

Y será por ello que las protestas que acompañaron la decisión de negociar el primer TLC han sido reemplazadas por reclamos para que se firme nuevos acuerdos.

Economista, Directora General de APORTA. Directora Ejecutiva del APEC CEO Summit 2008. Gerente General de COMEXPERU. Ex Viceministra de Economía, en el Ministerio de Economía y Finanzas y Ex Viceministra de Desarrollo Social en el Ministerio de la Presidencia.

Importancia de los TLC para el Perú

Por: Magali Silva ()*

La visión que tenemos en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la de posicionar al Perú, como país exportador de una oferta de bienes y servicios con valor agregado, competitiva, diversificada y consolidada en los mercados internacionales; reconocido internacionalmente como destino turístico sostenible; donde el comercio exterior y el turismo contribuyan a la inclusión social y a mejorar los niveles de vida de la población.

Bajo esa premisa, el objetivo estratégico de la política comercial peruana es lograr el incremento sostenido del intercambio comercial, con énfasis en las exportaciones de los sectores no tradicionales y consolidar así la imagen del Perú como país exportador de bienes y servicios competitivos.

En ese sentido, los acuerdos comerciales multilaterales, regionales y bilaterales son una herramienta fundamental para alcanzar este objetivo estratégico, cumpliendo un rol importante como impulsores de la inversión privada y el comercio, motores del crecimiento, y generadores de empleo de calidad de manera sostenida ya que amplían el mercado de bienes y servicios entre los países participantes al eliminar o reducir significativamente los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Estos acuerdos se rigen de acuerdo con las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países.

En particular, los Tratados de Libre Comercio (TLCs) suscritos por el Perú han venido contribuyendo a explicar el dinamismo mostrado por las exportaciones en el mercado mundial así como el crecimiento de la economía peruana en los últimos años, permitiendo desarrollar un sector exportador diversificado de bienes y servicios.

Los TLCs han ayudado a mejorar y consolidar las condiciones preferenciales de acceso a mercado de nuestras exportaciones a nuestros principales socios comerciales. Las exportaciones peruanas a todos los socios comerciales con TLCs han crecido en valor del 2009 al 2012 y representan más del 90% de las exportaciones totales.

Desde la entrada la vigencia de estos acuerdos, se ha incrementado el número de productos exportados a estos destinos, así como el número de empresas de distintas regiones del país que han incursionado con éxito en los mismos, en especial, micro y pequeñas empresas exportadoras (con montos de exportación menores a US\$ 1 millón).

Como se puede observar en el siguiente cuadro, el número de productos exportados a los países con TLC vigente antes del 2012 se ha incrementado en casi todos los mercados de destino, destacándose los casos de Chile (258 productos), Canadá (194), Estados Unidos (183) y Singapur (96); países con los cuales contamos con un TLC con 4 años de vigencia. En total, en los 9 países presentados en el cuadro, el número de productos aumentó en 683.

Resultados de los TLC con socios comerciales preferenciales seleccionados ^{1/}										
Comparación entre el Año de Entrada en Vigencia y el 2012										
Socio Preferencial Seleccionado	Año de entrada en vigencia (AEV)	Crecimiento Promedio Anual entre AEV y 2012 en porcentaje		Participación % de las XNT en el total exportado		Incremento N° Productos (AEV-2012)	Incremento N° Empresas (AEV-2012)	Incremento de N° de PYMEs exportadoras (AEV-2012) ^{2/}	Participación % de las PYMEs exportadoras en el total empresas (2012)	XNT más dinámicas (Var% 2011-2012)
		XT	XNT	AEV	2012					
Estados Unidos	2009	5	19	33	41	183	61	-62	84	Sidero Metalúrgico (28%), Metal mecánico (161%), Agropecuario (7%), Pesquero (4%)
Chile	2009	49	29	45	35	258	271	225	93	Sidero Metalúrgico (87%), Químico (29%), Textil (4%)
Canadá	2009	14	23	2	3	194	164	136	96	Químico (68%), Sidero Metalúrgico (66%), Metal Mecánico (23%), Textil (20%), Agropecuario (3%)
Singapur	2009	13	68	39	68	96	35	34	98	Metal Mecánico (667%), Agropecuario (44%)
China	2010	21	13	5	4	-25	22	15	74	Agropecuario (25%), Pesquero (2%)
Suiza (EFTA)	2011	-15	67	3	5	-65	-45	-42	76	Sidero metalúrgico (12465%), Metal Mecánico (185%), Químico (13%), Agropecuario (3%)
Corea	2011	-1	-0.9	5	6	21	18	21	84	Metal Mecánico (232%), Agropecuario (163%), Sidero Metalúrgico (4%)
Islandia (EFTA)	2011	-21	55	53	69	2	-4	-5	88	Agropecuario (275%), Pesquero (105%), Textil (35%)
Tailandia	2011	-21	69	11	21	19	-59	-49	94	Agropecuario (179%), Químico (187%), Textil (142%), Pesquero (41%)
Total						683	463	273		

^{1/} Con TLC vigente antes del 2012

^{2/} Micro y pequeñas empresas exportadoras: Empresas con exportaciones menores a US \$ 1 millón.

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR

Ello ha ido de la mano con el incremento del número de empresas exportadoras, sobresaliendo los casos de Chile (271 empresas), Canadá (164), Estados Unidos (61) y Singapur (35). En total, el número de empresas a estas 9 economías subió en 463.

En los casos de Chile y Canadá, el número de PYMEs exportadoras se ha incrementado en 225 y 136, respectivamente, explicando el 83 por ciento del incremento del número de empresas exportadoras a esos destinos. En el caso de Singapur, las PYMEs explicaron el 97 por ciento del incremento de empresas exportadoras. Gracias a los acuerdos firmados, 273 PYMEs pudieron acceder a los mercados de estos 9 países.

Asimismo, los tratados han contribuido a establecer reglas claras, estables y predecibles para la atracción de la inversión de manera diversificada en diferentes sectores, el comercio de bienes y servicios y, en general, las relaciones comerciales bilaterales, coadyuvando al anhelo de convertir al Perú en una plataforma de negocios para la región Latinoamericana y del Asia-Pacífico.

Los TLCs también han venido contribuyendo a mejorar la eficiencia y productividad de las empresas peruanas a través del acceso a importaciones más baratas de insumos, servicios, tecnología y bienes de capital requeridos para asegurar su competitividad y especialización, así como a potenciar su inserción exitosa en las cadenas de valor globales.

Estos beneficios se suman a las reformas estructurales producto del proceso de implementación y aprovechamiento de los TLCs. Dichas reformas incluyen medidas de facilitación del comercio e inversión, el mejoramiento del marco regulatorio (fortalecimiento institucional, simplificación administrativa y modernización del Estado) y la promoción de la innovación tecnológica, que en el mediano y largo plazo mejorarán las condiciones de las empresas para competir con productos de alta calidad en los mercados internacionales y atraer mayor inversión privada.

Ejemplo de ello fue la aprobación de la Ley Marco de Asociaciones Público – Privadas, la Ley de los Sistemas Nacionales de Normalización y Acreditación, la Ley General de Sanidad Agraria, la Ley de Inocuidad de los Alimentos, la Ley sobre Límites Máximos de Captura por Embarcación, la Ley General de Aduanas, entre otras importantes reformas de 2009.

Este crecimiento de las exportaciones y la mejora de la competitividad implica un mayor bienestar para la sociedad en su conjunto, a través de una mayor eficiencia en la asignación de los recursos dentro de la economía nacional, nuevas oportunidades de trabajo y un acceso amplio a una mayor variedad de bienes, servicios y tecnología con mejores condiciones de precio y calidad, para todos los peruanos.

Los resultados de esta estrategia de inserción en los mercados internacionales han sido más que favorables. Así, por ejemplo, entre el 2007-2012, el PBI real se ha venido expandiendo a una tasa promedio anual del 6,9 por ciento, tasa superior a

la de muchos países en la Región. En dicho período, las exportaciones de bienes crecieron 65,1 por ciento pasando de US\$ 28 084 millones en 2007 a US\$ 46 355 millones en 2012, destacando la evolución de las exportaciones no tradicionales que crecieron 77,3 por ciento, en particular, el sector agropecuario (103 por ciento), químico (104 por ciento), pesquero (105 por ciento) y metalmecánico (150 por ciento), textil (25 por ciento), entre otros. Por su parte, las exportaciones de servicios crecieron 62,8 por ciento pasando de US\$ 3 152 millones en 2007 a US\$ 5 130 millones en 2012, sobresaliendo el crecimiento de la actividad turística.

Otros hechos resaltantes

- Las exportaciones no tradicionales a socios comerciales con TLCs vigentes antes del 2012, crecieron en su mayoría a tasas de dos dígitos, sobresaliendo Tailandia (con un crecimiento de 69 por ciento), Singapur (68 por ciento) y Suiza (67 por ciento).
- De éstas, las exportaciones no tradicionales a Estados Unidos, Canadá, Singapur, Suiza, Islandia y Tailandia han crecido a tasas mayores que las exportaciones tradicionales a dichos destinos.
- Con la mayoría de estos socios, la participación de las exportaciones no tradicionales sobre el total exportado se ha incrementado desde la entrada en vigencia del Acuerdo hasta el 2012, sobresaliendo el incremento en Singapur (29 puntos por ciento), Islandia (16 por ciento), Tailandia (10 por ciento) y Estados Unidos (8 por ciento).
- En el 2012, la mayoría de empresas exportadoras que dirigen sus envíos a estos socios son PYMEs exportadoras (exportaciones menores a US\$ 1 millón), con una participación sobre el total de empresas que alcanza hasta el 96 por ciento en Canadá y el 98 por ciento en Singapur.

En particular en el último año, los sectores no tradicionales más dinámicos fueron el agrícola, sidero-metalúrgico y metal mecánico, y en menor medida aunque a tasas importantes, el pesquero, químico y textil. En el caso de las exportaciones agrícolas, se observó un crecimiento de 275 por ciento hacia el mercado de Islandia, de 163 por ciento a Corea y de 80 por ciento a Tailandia.

¿Cómo engordar a la vaca? *

Por: Luciana León Romero

La información oficial del Mincetur señala que nuestras exportaciones del primer semestre 2013 han acumulado US \$ 19 mil millones, 13 % menos respecto al 2012. El canon minero ha sufrido un descenso y el gobierno habla de que llegó la "crisis".

Algunas causas de este decrecimiento obedecen a situaciones externas: la caída del precio internacional de los minerales, continuación de los problemas económicos de los países europeos y la desaceleración económica de China. En conclusión, el mundo dejó de ser ancho para muchos productos, pero no por ello ajeno e inalcanzable para nuestro turismo y exportaciones.

El turismo es la tercera actividad económica que más aporta a nuestro país (más de US \$ 3,200 millones de dólares por divisas en el 2012), mientras que las empresas exportadoras del sector no tradicional son de los sectores más intensivos en la generación de empleo formal (82 puestos de trabajo por cada millón de dólares exportados).

Mientras en el Perú ocupamos el tiempo en pullas y desmerecemos las capacidades y gestiones del rival político, en el mundo los inversionistas buscan nuevos mercados en países emergentes, como el nuestro, para depositar su capital, y aún existen otros mercados que esperan ser conquistados a donde podemos dirigir nuestros productos no tradicionales.

Son retos que están delante de los ojos del país y que, a su vez, representan oportunidades de capitales frescos, empleo y crecimiento.

Estoy convencida que el aprovechamiento de estas circunstancias depende, en gran medida, del rol que cumplan las Oficinas Comerciales en el Exterior (OCEX), las que desde junio del 2012 fueron transferidas desde la Cancillería al Mincetur

(Ley 29890) para fortalecerlas en su gestión, hacerlas presentes en los mercados más importantes del mundo y contrarrestar los efectos de cualquier crisis.

El mercado mundial es ahora más angosto, pero son las OCEX los alfiles encargados de encontrar nuevos nichos.

Son 18 Acuerdos Comerciales vigentes, pero resultarían poco efectivos si los consejeros comerciales no logran articular con los empresarios del exterior para atraer inversiones, turismo y destrabar cualquier barrera a nuestros productos no tradicionales.

Seguiremos apostando y confiando en nuestras OCEX. No es momento para la incertidumbre ni la inseguridad. A quienes pregonan tiempo de “vacas flacas” desde lo más alto del Gobierno, es mejor recordarles que las mieses son muchas en el campo y, si queremos recogerlas, debemos mandar por ellas rápidamente a nuestros consejeros comerciales.

Luciana León Romero
Congresista de la República

**Artículo publicado en el Diario Gestión el 29.08.2013.*

ORIENTACIÓN AL USUARIO

Para los diversos trámites de exportación o importación el usuario puede recurrir a las siguientes fuentes oficiales de información de este libro:

ACUERDOS COMERCIALES DEL PERÚ

ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN



www.siicex.gob.pe

VUCE – VENTANILLAS DE COMERCIO EXTERIOR



www.vuce.gob.pe

PROMPERU



www.promperu.gob.pe

GUÍA PARA EXPORTAR E IMPORTAR



www.acuerdoscomerciales.gob.pe

Además, para información sobre el trabajo realizado por la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República se puede acudir a:

www.congreso.gob.pe

www.lucianaleonenaccion.com

Impresión y diagramación realizadas
en la Imprenta del Congreso de la República

Setiembre de 2013