

# Política Comercial

## ¿spaghetti bowl a la peruana?

La lentitud de las negociaciones en el marco multilateral de la OMC, a lo que se suma su actual estancamiento debido al fracaso de la Ronda de Doha, ha incentivado la proliferación de acuerdos bilaterales y regionales en todo el mundo o, al menos, entre los países que son conscientes de que el libre comercio es un factor clave para alcanzar el desarrollo económico y el mayor bienestar social.

A esta compleja red de tratados comerciales, llena de beneficios, pero no exenta de complicaciones por la falta de armonización, el reconocido economista indio Jagdish Bhagwati, acertadamente, la apodó *spaghetti bowl*. Así, con esta peculiar metáfora pretendía explicar los enredos de un fenómeno que permanecerá a menos que los 153 miembros vigentes de la OMC se pongan de acuerdo.

En este enredado y globalizado contexto, el Perú está encaminado por la dirección correcta: la de la apertura, la de los TLC con sus principales socios comerciales y con los mercados más importantes del mundo, pero también la de una política arancelaria coherente para enfrentar este *spaghetti bowl* y todas las ineficiencias que puedan aparecer en el plato



## Política comercial peruana: una visión de largo plazo

Por Eduardo Ferreyros\*

La estrategia peruana de desarrollo se encuentra sustentada en una economía abierta al mundo, competitiva en sus productos y con importantes avances en la lucha contra la pobreza. En ese contexto, la política comercial tiene el objetivo de dar un nuevo impulso a la inserción internacional del país. A ese desafío estratégico responden los acuerdos de libre comercio, como pieza fundamental para consolidar y ampliar el acceso de los bienes y servicios a los principales mercados, favorecer la captación de inversión extranjera, diversificar las exportaciones y contar con reglas claras y permanentes para el comercio de bienes y servicios.

La actualidad y el futuro de esta política comercial se basan en el consenso logrado en estimar que, para una economía pequeña como la peruana, el mejor escenario con el fin de mejorar las condiciones de empleo y bienestar, radica ineludiblemente en una mejor integración a las corrientes del comercio, inversiones y tecnologías internacionales. En ese marco, los acuerdos de libre comercio responden a ese objetivo de integración, resguardando a los sectores más vulnerables y graduando la oportunidad y magnitud de los desafíos que se presentan en un escenario de mayor integración económico y comercial.

### Agenda de negociaciones comerciales

En los últimos años, el Perú ha negociado diversos acuerdos de libre comercio con la mayor parte de sus socios comerciales en el mundo. En ese contexto, se mantienen acuerdos vigentes con los países de la Comunidad Andina y el MERCOSUR, con quienes tenemos un acceso preferencial para el 100% de nuestras actuales exportaciones. Con Chile tenemos también una zona de libre comercio y se ha negociado un tratado ampliado, en el marco de un TLC que incorpora, además, disciplinas relacionadas a los servicios y a la promoción y protección de inversiones.

Con EE.UU. estamos a la espera de la culminación de la etapa de implementación del TLC, para tener a partir de enero del próximo año un acuerdo plenamente

vigente. Estamos en la etapa de adecuación normativa, que esperamos concluir en los próximos meses con la visita del presidente Bush en noviembre, para tener concluido el proceso interno.

Con Canadá se espera contar próximamente con un TLC para consolidar, de esta manera, un acceso preferencial al mercado norteamericano en su conjunto. En esa misma senda, estamos negociando con México la ampliación del ACE N° 8, a través de un acuerdo que consolide y mejore el acceso de nuestros principales productos de exportación.

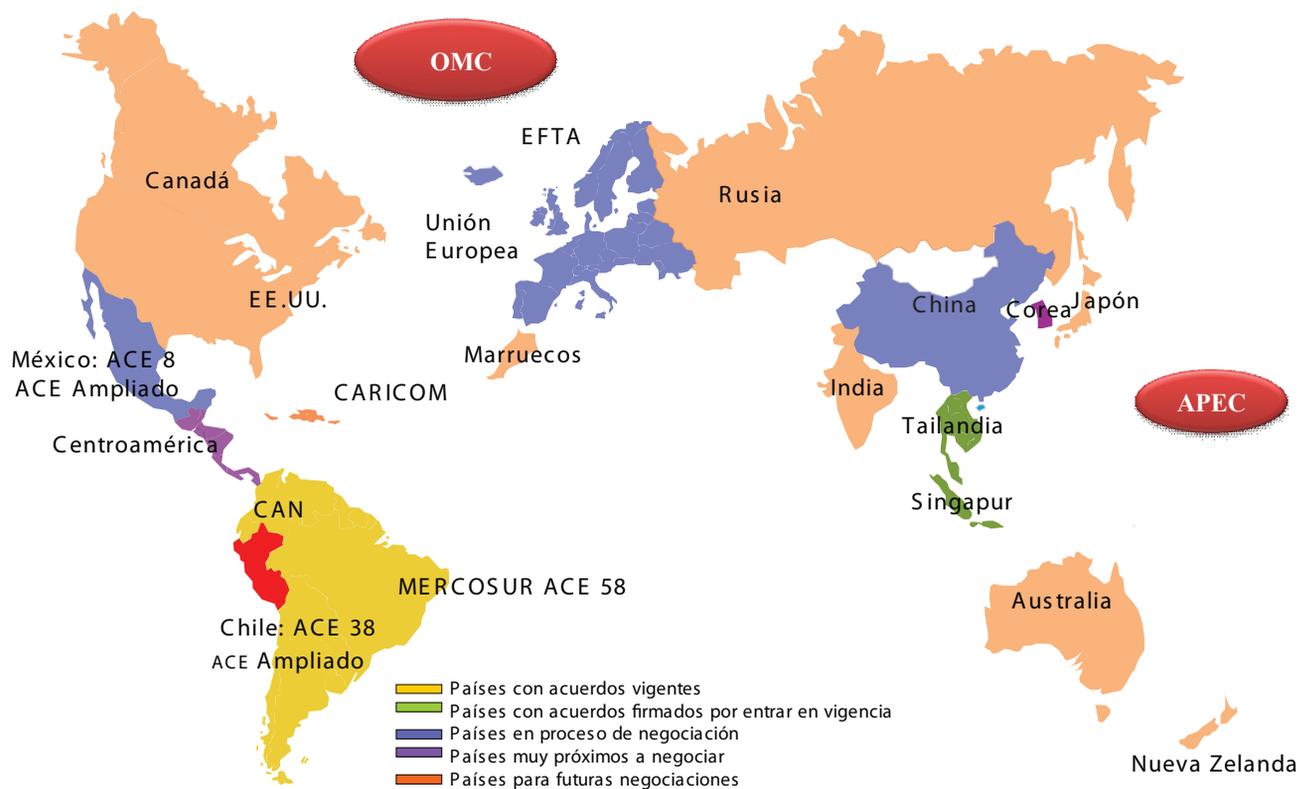
De otro lado, se culminó en el 2005 la negociación con Tailandia de un protocolo de "Cosecha Temprana", para acelerar la liberalización del comercio de mercancías y la facilitación del mismo. Este acuerdo, entre otros beneficios, adelanta la liberalización arancelaria para el 77% de nuestras actuales exportaciones. Asimismo, en mayo de 2008, hemos suscrito un TLC con Singapur que nos permitirá fortalecer nuestra presencia en el Sudeste Asiático e incentivar una mayor atracción de inversiones desde uno de los principales centros tecnológicos y de distribución logística del mundo.

Respecto de las negociaciones en curso, destacan las llevadas a cabo en el marco del bloque CAN-Unión Europea, a través de un acuerdo de asociación que incorpora tres pilares fundamentales: el diálogo político (fortalecimiento de la integración andina y las relaciones con el bloque UE), la cooperación (a través de programas de articulación y complementariedad) y el pilar comercial, que apunta a lograr un TLC que consolide y amplíe los actuales niveles de acceso al mercado europeo. No obstante, al ser esta negociación de bloque a bloque, se requiere de un poco de tiempo, dado que es necesario coordinar posiciones internas consolidadas entre los países andinos, y en ese proceso nos encontramos en la actualidad.

Por otro lado, tenemos una negociación en curso con los países del EFTA, la cual esperamos concluir en



## Negociaciones Comerciales Internacionales



octubre de este año. Otra negociación en curso es la que se tiene con China. El objetivo de esta es lograr el acceso preferencial a un mercado de más de 1,300 millones de habitantes, lo que significará contar con un mercado ampliado para cientos de productos de exportación peruanos y, además, incorporar medidas bilaterales de defensa comercial para regular el comercio bilateral, en particular por las importaciones provenientes de China hacia nuestro país. Esta negociación es particularmente compleja por las características propias que tiene la economía china y por las asimetrías existentes. Sobre esa base, se tiene prevista la realización de una quinta ronda de negociaciones en Beijing, en octubre próximo.

Finalmente, en el corto plazo apuntamos a iniciar negociaciones con otros países como Australia, Corea del Sur, Japón y los países de Centroamérica. Para tal efecto, estamos, en algunos casos, en las etapas de consultas con nuestros pares negociadores y, en otros, en la etapa de realización de estudios de factibilidad y construcción de las matrices de intereses, sensibilidades y objetivos de cada país.

Consideramos que estamos en la senda correcta,

pero aún falta mucho camino por andar, especialmente cuando se trata de competir en la economía global. Si bien las exportaciones han crecido a un tasa promedio anual del 24% desde el 2001, con un crecimiento del 18% anual en exportaciones no tradicionales, incluyendo productos agrícolas y textiles, el año pasado, sin más, el nuevo *ranking* del Foro Económico Mundial de las economías más competitivas del mundo colocó al Perú en el lugar 86 de una lista de 131 países, ocho puestos más abajo del lugar que ocupaba en la lista anterior.

Una manera de cerrar esa brecha de competitividad, desde mi perspectiva, es trabajar mucho en la agenda interna de facilitación del comercio, invertir en infraestructura y en las pequeñas empresas, además de las regiones, a las que se debe brindar más apoyo y capacitación. Tenemos que fortalecer la cadena exportadora e incorporar al pequeño empresario a la gran empresa, y viceversa. Estos desafíos pasan también por la construcción de las respectivas capacidades, tanto públicas como privadas, a las cuales estamos abocados, para afrontar con mejores perspectivas de éxito los retos del nuevo contexto internacional. ■

\*Viceministro de Comercio Exterior.

***PUBLICIDAD***

***PUBLICIDAD***

***PUBLICIDAD***

***PUBLICIDAD***

***PUBLICIDAD***

***PUBLICIDAD***

# POLÍTICA ARANCELARIA

Por Javier Illescas \*

Los aranceles son impuestos al comercio exterior que usualmente han servido a propósitos tales como la protección a la industria nacional o como fuente de ingresos públicos. Sin embargo, en general suelen distorsionar la asignación de recursos productivos, impidiendo que estos sean usados en su mejor uso alternativo. Así, las distorsiones más obvias son las siguientes:

- Encarecen los costos de insumos importados de los sectores exportadores y limitan el uso de recursos (mano de obra y capital) en sectores que tienen ventajas comparativas o que pueden explotar economías de escala.
- Incentivan la producción de sectores sin ventaja comparativa, absorbiendo recursos que podrían ser empleados en sectores que sí la tienen.
- Generan pérdidas de bienestar al consumidor por los sobrepuestos en el mercado nacional.

Si bien estos son los argumentos básicos que sostienen una política orientada a reducir los niveles arancelarios, es importante también que la estructura arancelaria sea lo menos dispersa posible. Lo contrario siempre generará incentivos de producción diferentes entre sectores productivos, ya que, dependiendo de cuánta sea la brecha entre aranceles a los insumos versus aquellos a los bienes finales y qué peso tengan en los costos dichos insumos, se generarán rentabilidades diferenciadas entre sectores de modo arbitrario (dispersión de protecciones efectivas). Esta dispersión orientará a los recursos productivos de manera artificial, alejada de criterios de mercado y, por ende, de la eficiencia económica.

En suma, la reducción del promedio y la dispersión arancelaria tiende a mejorar las oportunidades de contar con menores precios y mayor calidad y variedad de estos bienes, tanto para los consumidores finales cuanto para los intermedios, lo que resulta en menores costos y mayor bienestar. En el Perú, este esfuerzo de liberalización comercial fue iniciado a inicios de los noventa, conjuntamente con la liberalización comercial de los mercados de servicios y del régimen de inversión.

El marco legal de la política arancelaria es el siguiente:

- Constitución Política del Perú. Dispone que la regulación de tarifas arancelarias es competencia exclusiva del Presidente de la República (numeral 20°, artículo 118°) y que los aranceles se regulan mediante decreto supremo (artículo 74°).
- Ley Orgánica del Ministerio de Economía y Finanzas (Decreto Legislativo N° 183). Establece que la política arancelaria es competencia del MEF (artículo 5°).
- Lineamientos de Política Arancelaria (Resolución Ministerial N° 005-2006-EF). Establece el diseño de la política arancelaria y el objetivo de la misma, el cual es crear mayor eficiencia productiva y bienestar al consumidor.

De acuerdo con los Lineamientos de Política Arancelaria (Resolución Ministerial N° 005-2006-EF/15), los aranceles deben ir reduciéndose con el fin de mejorar la eficiencia en la asignación de recursos y elevar el bien-

## Cuadro 1

### Estructura arancelaria vigente desde marzo 2008 con importaciones al 2007

NIVELES ARANCELARIOS AD-VALOREM	PARTIDAS ARANCELARIAS		IMPORTACIÓN 2007 VALOR CIF	
	Número	Proporción (%)	Millones US\$	Proporción (%)
0	3,943	53.6	15,318	74.8
9	2,616	35.6	4,542	22.2
17	792	10.8	607	3.0
<b>Total</b>	<b>7,351</b>	<b>100.0</b>	<b>20,467</b>	<b>100.0</b>

PROMEDIO ARANCELARIO NOMINAL-SIMPLE

5.0

DISPERSIÓN ARANCELARIA (DESVIACIÓN ESTÁNDAR)

5.9



## Cuadro 2

### Estructura arancelaria según tipo de bien

(Número de subpartidas y valor CIF en millones de US\$ del 2007)

NIVELES ARANCELARIOS ADVALOREM	BIENES DE CONSUMO		BIENES INTERMEDIOS		BIENES DE CAPITAL		TOTAL	
	Nº de Subpartidas	Valor	Nº de Subpartidas	Valor	Nº de Subpartidas	Valor	Nº de Subpartidas	Valor
0%	336	528	1,963	8,522	1,644	6,268	3,943	15,318
9%	1,088	2,391	1,528	2,151			2,616	4,542
17%	418	387	374	220			792	607
<b>Total</b>	<b>1,842</b>	<b>3,306</b>	<b>3,865</b>	<b>10,892</b>	<b>1,644</b>	<b>6,268</b>	<b>7,351</b>	<b>20,467</b>

(Distribución porcentual)

0%	18%	16%	51%	78%	100%	100%	54%	75%
9%	59%	72%	40%	20%			36%	22%
17%	23%	12%	10%	2%			11%	3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>							

Arancel nominal promedio	9.2	5.2	0.0	5.0
Dispersión arancelaria	5.4	5.7	0.0	5.9

tar de los consumidores, en la medida que se reduzcan los costos de producción de las empresas y los precios de los bienes finales. De acuerdo con lo antes señalado, indicadores de la ejecución de esta política son la reducción del promedio y la dispersión arancelarios, sobre la base general de obtenerse a partir de la reducción de aranceles de grupos amplios de ítems arancelarios.

En términos de cuál es la actual estructura arancelaria (ver Cuadro 1), esta tiene un arancel promedio nominal del 5%, siendo el arancel efectivo del 2% y consta de tres niveles (0%, 9% y 17%). Actualmente, debido a las reducciones arancelarias de los últimos años, el 75% del valor de las importaciones tiene un arancel del 0%, mientras que el 3% tiene una tasa del 17% (algunos textiles, confecciones, calzado, algunos electrodomésticos y alimentos) y el restante 22% tiene una tasa del 9% (bienes de consumo e insumos producidos en el país).

Descomponiendo la estructura arancelaria en agregados de uso o destino económico, el Cuadro 2 muestra que el 100% del valor de las importaciones de bienes de capital tiene un arancel del 0%, mientras que el 78% y 16% de las correspondientes a insumos y bienes de consumo tienen también un arancel del 0%.

Finalmente, debe mencionarse que la liberalización arancelaria unilateral descrita tiene un complemento de

consolidación en los acuerdos comerciales que el Perú negocia. Así, tanto en negociaciones ya firmadas (como con EE.UU. y Canadá) como en los acuerdos en negociación (como con la Unión Europea y la República Popular China), las desgravaciones tienen como puntos de partida los aranceles consolidados a cierta fecha. De esta forma, paralelamente a la reducción unilateral de aranceles, los acuerdos van fijando techos parciales (no pisos) de niveles arancelarios para cada subpartida arancelaria, lo cual también es consistente con las negociaciones en el marco de la Organización Mundial del Comercio, en el cual se están negociando las reducciones de los techos arancelarios consolidados que se definieron en la Ronda Uruguay en 1994.

En conclusión, han pasado 18 años desde que se tiene una política arancelaria que, de un lado, ha contribuido a que el Perú logre una mayor eficiencia económica y un mayor bienestar de la población y, de otro, ha contribuido al crecimiento económico que hoy se observa. No debe perderse de vista que la liberalización unilateral no ha sido contraria a las iniciativas de liberalización multilateral y de acuerdos comerciales, sino que estas últimas han servido (y lo seguirán haciendo) como consolidadoras de dicha política. ■

\*Director General de Asuntos de Economía Internacional, Competencia e Inversión Privada del MEF.



## NUEVOS PRODUCTOS Y NUEVOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN: ¿Qué se viene desarrollando?

Por José Quiñones \*

**D**urante los últimos años, uno de los principales pilares del reconocido crecimiento económico peruano es el positivo desempeño de las exportaciones, las cuales se sostienen en una creciente diversificación de productos, mercados y, principalmente, empresas.

### Lo que va del año

Al respecto, un factor importante que contribuyó al aumento de las exportaciones no tradicionales durante el periodo enero-julio último, fue la fuerte demanda de los mercados de América Latina, que registró un crecimiento del 48% al alcanzar los US\$ 1,923 millones, es decir, el 45% del total exportado en no tradicionales. Este conjunto de países fue el primer destino de los sectores Químico (74% de participación), Siderometalúrgico (64%), Maderas y Papeles (65%), Metalmecánico (72%) y Minería no Metálica (55%).

Entre los mercados emergentes, cabe destacar la positiva evolución de las exportaciones peruanas hacia China e India (Chindia), que en conjunto representaron el 13% del total exportado al alcanzar los US\$ 2,502 millones, lo que significó un crecimiento del 33%.

Los destinos que mostraron mayor dinamismo fueron Islandia (aceite de pescado), Corea del Norte (minerales de cobre), India (minerales de cobre), Mauritania (leche evaporada), Líbano (pallares), Estonia (cemento de cobre y pota congelada), Malasia (boratos naturales y café), entre otros.

Cabe destacar que de los 10 principales destinos no tradicionales, seis fueron sudamericanos (Venezuela, Colombia, Chile, Ecuador, Bolivia y Brasil, con el 37% del total), uno de Norteamérica (EE.UU.), dos de Europa (España y Países Bajos) y uno de Asia (China).

### Desempeño de sectores con valor agregado

El sector textil-confecciones se mantiene como el más importante del rubro no tradicional, con un crecimiento sostenido que registra una tasa del 29% en los primeros siete meses del 2008. A pesar de mostrar una importante concentración en dos mercados, EE.UU. y Venezuela, los envíos de textiles y prendas peruanas vienen posicionándose en nuevos mercados.

Entre estos destacan Sudáfrica, con fibras acrílicas, y los mercados del MERCOSUR, como Argentina y Brasil, con camisas y polos con cuello de algodón de punto y también fibras acrílicas. Siguiendo en Latinoamérica, resaltan las compras de México de suéteres acrílicos para niños y prendas para bebés de algodón, y el mercado ecuatoriano, con tejidos de fibras sintéticas y mezcilla. Otro mercado dinámico lo constituyen Turquía, con compras de fibras acrílicas, y los europeos Reino Unido y Bélgica, con camisas de tejido plano e hilados de algodón.

Las exportaciones del sector agropecuario están lideradas por los espárragos, que en sus tres presentaciones sumaron US\$ 226 millones durante el periodo enero-julio del 2008. Asimismo, se registraron variaciones positivas en las exportaciones de páprika (61%), alcachofa (29%) y banano (47%).

Otros productos que muestran interesantes montos y tasas de variación lo conforman las fresas congeladas, que presentan buenas perspectivas en el mercado francés, chino y canadiense. Destacan también los pallares, con interesante demanda en Polonia y Jamaica; el palmito preparado, con envíos a Argentina, España y Alemania; la aceituna en conserva, con continuos pedidos desde EE.UU. y Canadá; y el maíz gigante del Cusco, producto bandera con demanda en los mercados de España y Japón.

Las exportaciones pesqueras no tradicionales vienen mostrando una diversificación significativa, traducida en productos habituales, pero dirigidos a nuevos mercados, así como algunos productos o presentaciones nuevas.

Al respecto, Estonia está importando langostinos (colas y enteros); la anchoveta congelada se envía a Israel y Sudáfrica, en conserva tipo "sardina" a Polonia y como surimi a Uruguay; Malasia empieza a importar navajas y navajuelas congeladas; se producen algunos embarques de bonito entero a Rusia; se diversifican las exportaciones de conchas de abanico a Martinica y Venezuela, e ingresan tipo "conchitas a la parmesana" a Australia, Italia y España; a la vez que se afianza Vietnam como importador de navajas, navajuelas y almejas. ■

\*Director de Promoción de las Exportaciones de Promperú.