Fuente
Negocios Internacionales

Fecha
20/Mar/2018

Desarrollo de nuevos mercados en el sector exportador:

desafíos ante la tendencia proteccionista en el comercio internacional

Por Roberto Casanova-Regis, Socio de Tax & Legal de KPMG en Perú, y **Diego Valdivia,** senior de Customs de KPMG en Perú.

El comercio exterior peruano registró, en el mes de noviembre[1] un crecimiento del 17.4%, impulsado principalmente por el aumento de las exportaciones en un 19.4%, debido al dinamismo de los precios internacionales. Esto ha significado que, a su vez, las exportaciones acumuladas a noviembre ascendieran a US$ 39,600 millones, un crecimiento del 22.8% respecto de 2016.

Aún así, este porcentaje de crecimiento se verá reducido ante la tendencia proteccionista que se está produciendo a nivel global, principalmente liderada por EE.UU. y personificada en su presidente Donald Trump.

Esta tendencia constituye la principal amenaza para el crecimiento de la economía en el presente año. Implica riesgos por la posible terminación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), debido a las condiciones impuestas por EE.UU., el endurecimiento de las reglas

comerciales entre las dos potencias económicas más grandes del mundo (EE.UU. y China), la imposición de las medidas proteccionistas y de subvención por parte del gigante asiático y, finalmente, la salida de EE.UU. del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP, por sus siglas en inglés).

Considerando que se trata de nuestros principales socios comerciales, el panorama no es muy esperanzador. Sin embargo, a nuestro entender, el Perú cuenta con una alternativa concreta: seguir en la línea de apertura de nuevos mercados a través de la celebración de acuerdos comerciales, tanto multilaterales como bilaterales, regionales o globales. En la actualidad, hay en vigor más de 270 acuerdos comerciales y casi todos los países del mundo han firmado al menos uno.

Entre los principales beneficios que estos otorgan, podemos destacar los siguientes: i) el acceso preferencial a mercados, ii) la atracción de inversiones, iii) el establecimiento de relaciones pacíficas, iv) el incremento del poder de negociación en la esfera internacional, v) la consolidación de reformas políticas nacionales, vi) una alternativa al multilateralismo, vii) la profundización de la liberalización comercial existente y viii) la integración por imitación.

¿Y en qué medida los acuerdos comerciales aportarán al crecimiento de las exportaciones ante la coyuntura proteccionista de nuestros principales socios comerciales? El impacto inmediato generado en países emergentes o en vías de desarrollo, como el Perú, es una mayor participación en el comercio mundial, lo que permite el acceso a nuevos mercados para así no solo obtener ingresos por las exportaciones a EE.UU. y China. En segundo término, permite la internacionalización de las empresas al permitir exportar sus productos y obtener gran parte de sus ventas en el exterior. Además, permite la liberalización o eliminación de barreras comerciales, como la reducción de medidas arancelarias, medidas paraarancelarias y medidas no arancelarias (obstáculos técnicos al comercio).

Si bien la celebración de nuevos acuerdos es una responsabilidad política que recae en el Estado, es necesario también mencionar la función y responsabilidad que deben afrontar los exportadores peruanos como propuesta para tener éxito en el ingreso a nuevos mercados. Ante ello, desde nuestro punto de vista, podemos resumir en dos conceptos la línea a seguir: competitividad y asociatividad.

El gran reto que aún afronta el sector exportador y especialmente las pyme exportadoras es la falta de competitividad y de asociación para cumplir con los requerimientos de mercados tan grandes y complejos como los actuales.

Un estudio reciente del BID que compara la región con otros mercados emergentes y países en desarrollo señala que las Pyme de América Latina y el Caribe registran bajos niveles de exportación. Solo un 13% de las pyme de la región exportan, en comparación con un 19% de las de Corea, un 47% de las de Tailandia, y un 55% de las de Malasia.

Consideramos que se logrará ser más competitivo mediante la especialización de las empresas exportadoras y generando un mayor valor agregado, de tal manera que los productos exportados tengan un mejor posicionamiento en los nuevos mercados. Asimismo, ante la alta demanda de volúmenes requeridos por los mercados externos, las empresas

El gran reto que aún afronta el sector exportador y especialmente las pyme exportadoras es la falta de competitividad y de asociación para cumplir con los requerimientos de mercados tan grandes y complejos como los actuales.

exportadoras requieren asociarse para cumplir con tales requerimientos, debido a la falta de capacidad de producción y de atención oportuna; de lo contrario, los potenciales compradores girarán la vista a algún otro país de la región que sí pueda cumplir con los volúmenes requeridos.

En este contexto, la promoción de la competitividad y asociatividad del sector exportador es un objetivo fundamental de política que debe seguir el Perú. Esto podría generar considerables ventajas económicas, en particular si nos enfocamos en aquellas empresas que generen valor agregado en todos los sectores productivos, incluyendo el minero. De esta manera, se podrá enfrentar las nuevas prácticas en comercio exterior y superar exitosamente el proteccionismo que nuestros principales socios comerciales pretenden imponer, consolidando la oferta exportable de nuestro país. ■

[1] Reporte mensual de Comercio, Noviembre 2017. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.