

El Perú en la Alianza del Pacífico: cómo poder aprovechar este acuerdo para relacionarnos más con Asia

Pacific Alliance as a platform for Peru to increase its
economic relations with Asia

[Recepción: Setiembre de 2015 / Conformidad: Octubre de 2015]

Carlos Aquino Rodríguez¹

RESUMEN

El presente artículo analiza el acuerdo de la Alianza del Pacífico considerando que, de los acuerdos vigentes del Perú en la región latinoamericana, es el que más posibilidades de éxito tiene, dado que agrupa a países con similares objetivos en materia económica y apertura al exterior. Específicamente se analiza el potencial que, como grupo, la Alianza del Pacífico tiene para relacionarnos más con el mercado asiático e incrementar nuestras exportaciones no tradicionales a esa región. Asimismo, señala cuáles serían los requerimientos necesarios para poder llevar a cabo ese objetivo.

Palabras clave: Alianza del Pacífico, comercio de Perú con Asia, exportaciones no tradicionales a Asia.

1 Maestría y doctorado por la Universidad de Kobe, Japón. Especialidad en Economía Internacional, Economía Asiática. Traductor público juramentado del idioma japonés. Profesor de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Profesor visitante en Universidades en Asia. Actualmente director del Instituto de Investigaciones Económicas.

Ver website: <http://carloskobe2005.wix.com/economia-asiatica#!home/mainPage>

E-mail: carloskobe2005@yahoo.com

ABSTRACT

The present article review the Pacific Alliance as an agreement that has more possibilities to succeed in Latin America given that their members share many similarities in economic policies and in its openness to foreign trade. The potential of the Pacific Alliance as a common platform to increase exports to Asia, especially for nontraditional goods, is analyzed. Also what should be done to reach that objective is considered.

Keywords: Pacific Alliance, Peru trade with Asia, nontraditional exports to Asia.

Introducción

La Alianza del Pacífico, que reúne a Chile, Colombia, México y Perú, ha llamado la atención de muchos otros países como el esquema de integración regional más dinámico de América Latina. Las economías del grupo han estado creciendo más rápido que otros países de la región y en especial su proyección hacia la región del Asia Oriental es vista como muy interesante.

Para el Perú, la Alianza del Pacífico presenta la mejor oportunidad, junto con los tratados de libre comercio que ha firmado con varios países asiáticos, de tener mayores relaciones económicas con Asia, pero especialmente para diversificar lo que exporta, que ahora se concentra principalmente en bienes primarios, como minerales, harina de pescado y gas natural.

En este estudio se hace una revisión de lo que la Alianza del Pacífico puede representar para el Perú en el aumento de sus relaciones económicas con la región de Asia Oriental y se proponen alternativas para lograrlo. En primer lugar se hace una breve introducción a la Alianza del Pacífico (AP); en segundo lugar, se mencionan algunas de las razones de por qué la AP podría tener más éxito que otros esquemas de integración económica de América; en tercer lugar, se propone cómo el Perú puede utilizar la AP como una plataforma para mayores relaciones económicas con Asia Oriental; y, por último, se presentan algunas conclusiones.

1. Acerca de la Alianza del Pacífico

De acuerdo a la teoría basada en la ventaja comparativa de Heckscher-Ohlin, los países intervienen en el comercio internacional de acuerdo a su ventaja comparativa, exportando bienes intensivos en sus factores de producción abundantes. Otras teorías desarrollan el concepto de ventaja comparativa dinámica para explicar cómo varios países pudieron dejar de exportar solo bienes basados en recursos naturales a bienes producto de la acumulación de capital y trabajo especializado, o por una política industrial y la acción del gobierno².

Por otro lado, los países se embarcan en acuerdos de integración económica para tener, entre otras razones, mercados más amplios y alcanzar economías de escala en la producción, atraer más inversión extranjera, y tener juntos mayor poder de negociación que por separado³.

Fundada el 6 de junio 2012, cuando los presidentes de Colombia, Chile, México y Perú firmaron el Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, en la cuarta Cumbre de la AP en Chile⁴. Este bloque constituye el 35% del PIB de América Latina y su tamaño económico es de alrededor de US\$ 2.2 billones. Tiene una población combinada de 210 millones, el 36% de América Latina, con un PIB per cápita de US\$ 10,000. La tasa de crecimiento económico del grupo es la más alta de América Latina. En el 2014 fue del 4%, superior a la media mundial de 3.2%. Estos países representan el 50% del comercio de la región, con exportaciones por US\$ 556 mil millones e importaciones por US\$ 551 mil millones en el 2014. Representan el 26% de los flujos de inversión hacia América Latina.

La Alianza del Pacífico ha concitado gran interés y tiene muchos países como Estados observadores, y nueve de estos son de Asia: China, India, Japón, Corea, Australia, Nueva Zelanda, Singapur, Tailandia, Indonesia (además de Turquía e Israel).

2 Por ejemplo, en Carbaugh, Robert J.: "Economía Internacional", 12ava edición, capítulo 3.

3 Ver el mismo que arriba, capítulo 8.

4 <http://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/2013/07/ABC-ALIANZA-DEL-PACIFICO-PRENSA-INGLES.pdf>

Objetivos y beneficios de la Alianza del Pacífico

Los objetivos son:

- “Construir, de manera participativa y consensuada, un espacio de profunda integración económica impulsada por el mercado, que contribuirá a la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.
- Promover el crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de las partes, con el objetivo de lograr un mayor bienestar y la superación de las desigualdades socioeconómicas.
- Convertirse en una plataforma para la integración económica y comercial, así como la coordinación política con alcance global, en particular hacia el Asia Pacífico”⁵.
- La AP tiene los siguientes grupos de trabajo técnicos:
 - Comercio e integración. Ve los temas de eliminación de aranceles, normas de origen, obstáculos técnicos al comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, la facilitación del comercio y la cooperación aduanera. Cabe señalar que se ha logrado ya la eliminación de aranceles sobre el 92% de los productos.
 - Servicios y capitales, que busca un acuerdo sobre temas de comercio electrónico, las negociaciones sobre inversión, comercio transfronterizo de servicios, telecomunicaciones, transporte aéreo y marítimo. La unificación de las bolsas de valores también está en la agenda. Las bolsas de valores de Lima, Santiago, Bogotá y México están unidos entre sí en el Mercado Integrado Latinoamericano, MILA.
 - Cooperación, hay una plataforma para la movilidad de estudiantes y académicos, una red para la investigación científica sobre el cambio climático, las empresas medianas y pequeñas, la interconexión física y el fondo de cooperación mutua.

5 Ver arriba.

Carlos Aquino Rodríguez

- El movimiento de personas de negocios y facilitación de la migración.
- Cuestiones institucionales

Los principales logros de la AP se dice que son⁶:

- * Eliminación de la obligación de visado para los nacionales colombianos y peruanos que viajan a México para llevar a cabo actividades remuneradas hasta por 180 días.
- * Establecimiento de la plataforma para la movilidad académica y estudiantil. En el año 2015, 100 becas fueron dadas por país para los estudiantes de pregrado y posgrado y profesores. Los beneficiarios participan actualmente en las actividades académicas en las universidades miembros de la Alianza del Pacífico vinculadas a la plataforma.
- * Firma del Acuerdo de Cooperación Turística, dirigido a fortalecer y desarrollar la cooperación basada en el diseño de iniciativas que buscan incrementar el movimiento de turistas entre los participantes.
- * Creación del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico, con el objetivo de promover esta alianza, así como emitir recomendaciones y sugerencias para mejorar la integración y fomentar acciones conjuntas centradas en los mercados de terceros países, en especial la región de Asia Pacífico.
- * Coordinación entre las cuatro agencias de promoción comercial de la Alianza del Pacífico (ProMéxico, Promperú, ProChile y Proexport) para realizar actividades conjuntas. Entre los avances logrados en este ámbito, el acuerdo para compartir oficinas debe ser resaltado. La primera de ellas ya está operando en Estambul, Turquía.

6 Ver nota 1.

2. ¿Por qué la Alianza del Pacífico podría funcionar cuando otros esquemas latinoamericanos han fracasado?

Los miembros de la AP comparten algunas características comunes que podrían ayudar a que funcionen mejor y tener éxito ahí donde otros intentos de integración económica en la región de América Latina han fracasado o no han avanzado mucho. Estos son:

Primero, los países de la AP tienen sistemas políticos similares, instituciones democráticas. Dentro de ellos algunos países son más estables que otros, pero en comparación con otros países de América Latina, como grupo, los países de la Alianza del Pacífico son más estables política y económicamente. Como alguien dijo, es un grupo que se basa en la afinidad en lugar de la proximidad.

En segundo lugar, son economías más o menos abiertas, especialmente Chile y Perú. México y Colombia están siguiendo de cerca. Han logrado estabilidad macroeconómica y una mejor gobernanza.

En tercer lugar, comparten un interés en tener una estrecha relación con los países de Asia, la región con el crecimiento económico más rápido del mundo. La mayoría de ellos ya tienen tratados de libre comercio (TLC) con varios países asiáticos. Chile y Perú están por delante de Colombia y México en este respecto.

Colombia y México tienen una estructura industrial más diversificada y protegen algunas de sus industrias de la competencia extranjera y por estas razones son más cuidadosos en la firma de TLC con los países asiáticos.

3. ¿Cómo el Perú puede usar la Alianza del Pacífico como una plataforma para mayores relaciones económicas con Asia Oriental?

3.1. Comercio del Perú con los países asiáticos

Uno de los objetivos de la AP es incrementar su comercio con los países de Asia, la región con las tasas de crecimiento económico más altas desde hace muchos años. Perú en 1990 decidió poner énfasis en su relación con estos países. En 1998 Perú se convirtió en miembro del Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico, APEC, y desde la última década tratados de libre comercio se firmaron con varios de ellos. En 2010 fue con China, en el año 2011 con Corea y en 2012 con Japón. También tratados de libre comercio parciales están en vigor con Singapur y Tailandia. Además de esto, Perú está en el Acuerdo de Asociación Transpacífico, TPP por sus siglas en inglés, y con este se tendrían tratados de libre comercio con Malasia y Vietnam, por ejemplo, y también con Australia, Nueva Zelanda y Brunéi (hay doce países miembros en el TPP: Australia, Brunéi, Canadá, Chile, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, EE.UU. y Vietnam).

Cabe señalar también que, de los cuatro miembros de la AP, tres -Chile, México y Perú- son miembros de APEC y, como se ha dicho, estos tres tienen también varios acuerdos de libre comercio con algunos países asiáticos.

El comercio del Perú con Asia se ha incrementado especialmente desde la década pasada. Las exportaciones de bienes primarios, minerales y harina de pescado han saltado hasta el punto de que China se convierta en el mayor socio comercial y destino de las exportaciones del Perú hace cuatro años (2011). Como se ve en el cuadro 1, China es nuestro mayor socio comercial.

En Asia, los mercados de exportación más importantes para el Perú son China, Japón, Corea del Sur y Taiwán (denominado también Taipéi Chino).

CUADRO 1
Comercio por principales países y regiones 1/ (millones de US\$)

	Exportaciones 2/			Importaciones 3/			X + M		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
China	7 844	7 354	7 025	7 394	8 096	8 551	15 237	15 450	15 575
Estados Unidos	6 321	7 765	6 141	7 586	8 434	8 411	13 907	16 199	14 552
Brasil	1 406	1 757	1 593	2 476	2 242	1 924	3 882	3 999	3 517
Canadá	3 448	2 742	2 551	578	601	793	4 026	3 342	3 345
Suiza	5 074	3 025	2 642	151	156	196	5 225	3 180	2 838
Chile	2 030	1 685	1 537	1 267	1 310	1 273	3 297	2 995	2 810
Alemania	1 866	1 169	1 234	1 308	1 336	1 423	3 174	2 506	2 657
México	417	511	736	1 736	1 978	1 917	2 152	2 489	2 653
Japón	2 571	2 226	1 583	1 392	1 351	1 038	3 964	3 577	2 621
Ecuador	929	967	861	2 005	1 918	1 741	2 934	2 885	2 602
Corea del Sur	1 546	1 561	1 214	1 535	1 475	1 286	3 081	3 036	2 501
Colombia	921	855	1 228	1 508	1 416	1 202	2 429	2 271	2 430
Bolivia	1 604	887	1 727	677	609	631	2 281	1 496	2 359
España	1 860	1 593	1 363	753	832	719	2 613	2 425	2 082
Resto	9 573	8 764	8 097	10 769	10 494	9 703	20 342	19 258	17 800
TOTAL	47 411	42 861	39 533	41 135	42 248	40 809	88 546	85 108	80 342
Asia	13 386	12 701	11 306	13 104	13 948	14 118	26 490	26 649	25 425
Norteamérica	10 186	11 017	9 428	9 900	11 013	11 121	20 086	22 030	20 549
Unión Europea	8 120	7 024	6 380	4 770	4 991	4 741	12 890	12 014	11 121
Países Andinos 4/	6 697	5 192	5 849	5 657	5 338	4 872	12 354	10 530	10 722
Mercosur 5/	1 645	1 967	1 823	4 655	4 140	3 393	6 300	6 107	5 215
Resto	7 376	4 960	4 745	3 050	2 818	2 564	10 426	7 778	7 309

X: Exportaciones M: Importaciones

1/ Las importaciones fueron agrupadas por país de origen.

2/ Las exportaciones excluyen otros bienes vendidos y reparación de buques y aeronaves extranjeras.

Fuente: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2014/memoria-bcrp-2014-2.pdf>

El comercio del Perú con Asia es asimétrico, pues generalmente les vendemos materias primas e importamos de ellos productos manufacturados. Por ejemplo, en el cuadro 2 se ve lo que le vendemos a China.

China es el mayor comprador de Perú de hierro, cobre, zinc, harina de pescado, etc. Los veinte productos más importantes exportados a China constituyen el 98,2% del total exportado allí y son principalmente minerales, productos pesqueros, y un poco de gasolina, uvas, madera y pelo fino de llama o alpaca. La mitad de las exportaciones de cobre del Perú van a China y alrededor del 70% de la harina de pescado y el 100% del mineral de hierro.

Carlos Aquino Rodríguez

CUADRO 2
20 principales productos exportados a China, 2013

Producto	Millones de dólares Valor FOB
Total	7,331
Minerales de cobre y sus concentrados	3,338
Cátodos de cobre	1,020
Harina de pescado	856
Mineral de hierro	855
Mineral de zinc	203
Mineral de plomo	195
Mineral de plata	182
Cinc sin alear	100
Jibias y calamares	91
Otras gasolinas sin tetraetilo de plomo	58
Uvas frescas	45
Otras algas	35
Tablillas y frisos para parquet, sin ensamblar	35
Otras jibias y calamares, congelados, secos	27
Desechos de cobre	19
Otros pelo fino cardado o peinado, de llama o alpaca	19
Otras madera desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada	17
Otros politereftalato de etileno con dióxido de titanio	17
Grasas y aceite de pescado	16
Ánodos de cobre para refinado electrolítico	16

Fuente: ADUANAS DEL PERU

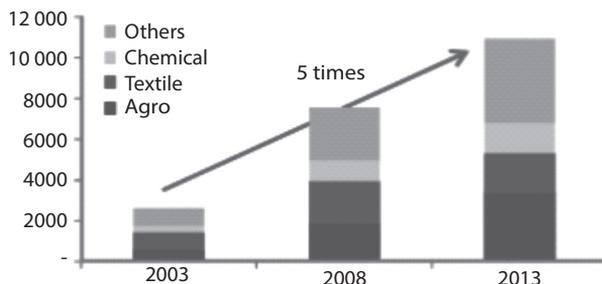
http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informae/XPaisPartMensual_01122013.htm

¿Qué puede exportar Perú, además de bienes primarios, a Asia?

En los últimos años Perú está experimentando un proceso de diversificación de sus exportaciones. Nuevos productos, llamados exportaciones no tradicionales, se están vendiendo en el extranjero. Entre ellos se encuentran químicos, textiles, pero también bienes de los sectores agroindustriales y pesqueros. Como se puede observar

en el gráfico 1, el monto exportado de estos productos aumentó cinco veces desde 2003 hasta 2013, de alrededor de 2,000 millones de dólares a 10,000 millones de dólares.

GRÁFICO 1
Exportaciones no tradicionales, en millones de dólares



Fuente: Proinversión: “¿Por qué invertir en el Perú?”, agosto 2013

Algunos de los productos que el Perú exporta a los mercados de Europa, América del Norte y que todavía no se exportan o se exportan poco a Asia son los que muestran en el cuadro 3:

CUADRO 3
Exportaciones no tradicionales del Perú, en millones de dólares, año 2009 y 2013

	2009	2013
Quinua	7	79
Polvo de tara	13	32
Espárragos frescos	251	412
Cebollas frescas	28	63
Uvas	136	450
Paltas	64	185
Mangos	71	133
Vegetales y frutas enlatadas	472	679
Pescado fresco y congelado	13	41
Productos lácteos	62	112
Cocoa y chocolate	83	152

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú: “Memoria 2013” Cuadro 22.

¿Qué se necesita para vender exportaciones no tradicionales a Asia?

Hay varias medidas que podrían adoptarse para vender productos distintos de los bienes primarios al mercado asiático:

En primer lugar, será necesario un aumento de la oferta de productos no tradicionales para satisfacer la demanda en Asia. Con consumidores cada vez más ricos en esa región y con su enorme población, será necesario aumentar la producción si queremos vender estos productos en Asia. Por ejemplo, en el caso de la quinua, una de las estrellas en las exportaciones no tradicionales del Perú, que ha aumentado sus ventas de 7 millones de dólares en 2009 a 79 millones de dólares en 2013, claramente se necesita esfuerzos para aumentar el área de producción si Perú quiere vender más. En realidad, el precio de este producto ha aumentado porque no hay suficiente oferta disponible debido a la fuerte demanda externa. Algunos esfuerzos se están haciendo en el Perú para aumentar el área de producción de quinua. Pero entonces aquí la AP podría hacer algo al respecto. Se dice que los países de la AP deben trabajar juntos para presentar una oferta exportable común a Asia en varios bienes, porque también los demás países de la AP por sí solos no podrían abastecer la gran demanda que los consumidores asiáticos pueden representar. Chile planea aumentar su producción de quinua también⁷.

En segundo lugar, para exportar productos como los agrícolas, es necesario cumplir con los requisitos fitosanitarios que exigen los países asiáticos. Algunos productos de Perú han logrado pasar esos exámenes en algunos mercados de Asia, pero aún hay más que hacer. Tal vez, a nivel de la Alianza del Pacífico, algunas experiencias comunes podrían ser compartidas por algunos miembros, como en el caso de Chile, que ya exporta varios productos agrícolas a Asia y ha aprobado estos requisitos fitosanitarios, que, se dice, son de los más estrictos en el mundo.

En tercer lugar, para ser capaz de vender a Asia, un esfuerzo de promoción de la oferta exportable es necesario, dado que los consumidores asiáticos no saben de los productos peruanos. Entonces, se necesita el establecimiento de más oficinas comerciales, participación en ferias de alimentos, por ejemplo, y campañas de marketing. Estos

⁷ Expreso Digital: “Chile busca incrementar la producción de quinua” <http://www.expreso.com.pe/noticia/2014/08/25/chile-busca-incrementar-su-produccion-de-quinua>

esfuerzos cuestan mucho dinero, especialmente en Asia, donde el espacio de oficina es cada vez más caro. Perú tiene pocas oficinas comerciales en Asia en comparación, por ejemplo, con Chile. Hay una oficina comercial en Taipéi (desde 1992), en Tokio (desde 2000); en China: Beijing (desde 2002) y Shanghái. Nuevas se abrieron en Seúl, Yakarta y Nueva Delhi en 2014. También hay una nueva en Estambul y otra en Dubái.

En cuanto a este aspecto de la actividad de promoción en Asia, la Alianza del Pacífico está haciendo algunos esfuerzos para trabajar juntos y promover conjuntamente la oferta exportable del grupo en Asia. La participación conjunta de los países de la AP en las ferias de alimentos, como se ha hecho en SIAL China 2014 y en Food Taipei, es algo que ayudará en este objetivo.

En cuarto lugar, se debe hacer esfuerzos para atraer inversiones de Asia a la producción de bienes para las exportaciones no tradicionales. Hay una creciente inversión de Asia en el Perú en los últimos años, pero esta se concentra principalmente en el sector primario, especialmente en minerales. Más sobre este tema se ha escrito en la siguiente parte.

3.2. La inversión de los países de la Alianza del Pacífico y de Asia en el Perú

Según el cuadro 4, a finales de diciembre 2013 el Perú tuvo un saldo de US\$ 22.6 mil millones de dólares de inversión extranjera directa, IED. Los países de la AP se encuentran entre los principales inversores. Chile está en el quinto lugar, Colombia se encuentra en el séptimo y México en el décimo lugar. La mayor parte de la IED en el Perú está en la minería (23.9% del total), finanzas (18.6%), comunicaciones (17.3%), industria (13.7%) y los sectores de la energía (12.1%)⁸. Estos cinco sectores representan el 85.6% de la IED en el Perú.

8 Ver Proinversion: Direct Foreign Investment Balance as Capital Contributions by Sector of Destination 1980 - December 2013 (Millions of US\$), in <http://www.proinversion.gob.pe/modulos/LAN/landing.aspx?are=1&pfl=1&lan=9&tit=institucional>

Carlos Aquino Rodríguez

CUADRO 4

Balance de la inversión extranjera directa como contribución al capital,
por país de domicilio (en millones de US\$)

País	2013*
Reino Unido	4,459.1
España	4,317.6
EE.UU.	3,167.7
Holanda	1,532.8
Chile	1,422.1
Brasil	1,169.5
Colombia	1,067.8
Panamá	937.3
Canadá	853.5
México	476.8
Suiza	455.0
Singapur	365.5
Luxemburgo	272.4
Japón	238.4
Francia	220.5
China	208.1
Total General	22,614.7

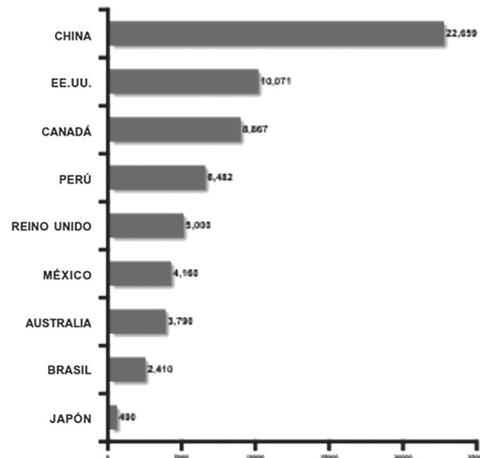
*Stock actualizado hasta diciembre de 2013. Fuente: Proinversión:

<http://www.proinversion.gob.pe/modulos/LAN/landing.aspx?are=1&pfl=1&lan=9&tit=institucional>

En realidad, hay más IED que viene al Perú de lo que ha sido registrado por la agencia de gobierno. Por ejemplo, la inversión desde Asia está llegando en grandes montos, especialmente de China, y este país se ha convertido en un jugador importante en la IED en la minería, el petróleo, y en el sector de la pesca. Como se observa en el gráfico 2, a junio de 2015 China representaba el 35.44% (en valores 22,659 millones de dólares) de la inversión total en la actualidad hecha o prevista por hacer en el sector minero. Esto contrasta fuertemente con las cifras registradas por la agencia oficial de Perú que registra la IED, Proinversión, y que se muestra en el cuadro 4, en el que China está en el lugar 16 como el principal inversor extranjero en el Perú, con un monto que asciende solo a 208 millones de dólares.

GRÁFICO 2
 Cartera estimada de proyectos mineros
 según principal inversionista, junio 2015

PAÍS	US\$ MILLONES	%
CHINA	22,659	35.44%
EE.UU.	10,071	15.75%
CANADÁ	8,867	13.87%
PERÚ	6,482	10.14%
REINO UNIDO	5,000	7.82%
MÉXICO	4,160	6.51%
AUSTRALIA	3,790	5.93%
BRASIL	2,410	3.77%
JAPÓN	490	0.77%
TOTAL US\$ Millones	63,928	100%



Fuente: Ministerio de Energía y Minas: “Cartera Estimada de Proyectos Mineros, Junio 2015”, página 3 <http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/Mineria/INVERSION/2015/CEP%2002-2015.pdf>

El objetivo debe ser atraer inversiones de Asia en los sectores que producen bienes con mayor valor agregado, como en el sector agrícola, los sectores de pesca, y la producción manufacturera en general. Pero, entonces, es necesaria una labor de promoción de inversiones para dar a conocer a los inversionistas asiáticos que el Perú es un país donde no solo pueden ser extraídos recursos naturales. En general, el Perú y el resto de miembros de la AP no son bien conocidos en la región de Asia y, en este sentido, los “road shows” de inversión organizados conjuntamente en Asia para promover la imagen de estos países son una buena manera de satisfacer esa necesidad. Uno de estos eventos, un taller sobre la promoción de las oportunidades de inversión en los países de la AP, se celebró el 2 de septiembre de 2014, en Seúl, Corea, como se hizo el año anterior⁹.

9 IDB: “Pacific Alliance Countries join forces to promote investment in Korea” <http://www.iadb.org/en/topics/trade/pacific-alliance-countries-join-forces-to-promote-investment-in-korea,8833.html>

Carlos Aquino Rodríguez

Para atraer inversiones de los países asiáticos, también el Perú y los países de la AP deben mejorar su infraestructura física, como más y mejores carreteras, puertos, aeropuertos, mejorar la conectividad con los países asiáticos, donde la distancia y los costos de transporte son importantes al momento de decidir exportar a esta región. Pero también para producir más bienes de valor agregado se necesita mano de obra más calificada y, en este sentido, aún hay mucho que hacer y aprender de la experiencia de muchos países de Asia Oriental, que se convirtieron en las últimas décadas en exportadores mundiales de productos de alto valor agregado.

Recientemente, el Gobierno de Perú ha anunciado un plan de diversificación productiva, para promover actividades con mayor valor agregado, en sectores como la minería, el sector agroindustrial, el sector pesquero, textil y de prendas de vestir, sector químico, etc. El Gobierno está buscando trabajar en tres ámbitos: la reducción de sobrecostos, la eliminación de regulaciones excesivas para facilitar hacer negocios y promover la inversión (simplificación de los procedimientos administrativos); la mejora de la competitividad de la industria a través de la adopción de maquinaria moderna y la mejora de habilidades de la fuerza laboral (Perú tiene pocos graduados en las escuelas de posgrado en áreas técnicas, de ingeniería y ciencias físicas), y la diversificación de la producción nacional a sectores que generan más valor añadido. La idea detrás del plan es introducir nuevos motores al crecimiento económico que el Perú está experimentando en los últimos años, para reducir la dependencia en la exportación de bienes primarios y crear empleo de mejor calidad.

Una de las ideas centrales del Plan de Diversificación Productiva es el desarrollo de clústeres en la minería, la pesca, la agroindustria, el turismo, joyas, confecciones. La existente se basa en gran medida en la dotación de recursos naturales, en necesidad de una modernización, y poco profundas, con instituciones de apoyo y bases de proveedores débiles, y con una mala coordinación entre los sectores público y privado¹⁰.

La formación de clústeres o cadenas de valor globales podría hacerse a nivel de la Alianza del Pacífico también. Pero, como se dijo antes, todavía hay necesidad de la mejora de la infraestructura física, la conectividad y de mano de obra calificada. México tiene una especie de cadena de suministro regional con Estados Unidos en algunos bienes, pero entre los miembros de la AP aún esta no existe.

¹⁰ Ver Plan Nacional de Diversificación Productiva, en <http://www.produce.gob.pe/index.php/plan-nacional-de-la-diversificacion-productiva>

En general, también hay necesidad de que los empresarios privados de los países de la AP se involucren más en los negocios con Asia. Especialmente en el Perú muchos negocian con América del Norte, Europa o la región latinoamericana, pero el conocimiento de Asia es muy limitado. La necesidad de conocer la cultura de Asia, los gustos de sus consumidores y la idiosincrasia de sus empresarios es vital para hacer negocios con esa región.

Uno de los sectores que todavía no se está beneficiando de una mayor integración con Asia es el sector turístico. En Perú el número de turistas que viene a visitar el país y conocer sus muchos atractivos naturales e históricos aumenta año tras año. En 1990 solo 300 mil turistas extranjeros vinieron al Perú, en el año 2003 llegaron 1.1 millones y el año 2014 llegaron casi 3.5 millones de turistas, pero de Asia solo 124 mil. Es necesario mejorar las instalaciones para los turistas asiáticos y una mejor conectividad.

4. Conclusiones

La AP es un mecanismo interesante que, en comparación con los esquemas de integración económica existentes en América Latina, tiene más probabilidades de tener éxito. Especialmente su objetivo declarado de mejorar la integración económica con Asia presenta una buena oportunidad para que el Perú alcance precisamente eso.

Lo que Perú exporta a los países de Asia se ha incrementado bastante en los últimos años, pero más del 95% de estos son bienes primarios. El reto consiste en exportar bienes con mayor valor agregado. Para que esto suceda, el aumento de la oferta de exportaciones no tradicionales que ya están siendo vendidos en otros mercados extranjeros es necesario. También es necesaria la promoción de estos nuevos productos en los mercados asiáticos, donde no hay mucho conocimiento de ellos. Y la atracción de inversiones de Asia a la producción de bienes de valor añadido se debe también hacer.

La AP como un grupo puede trabajar en tratar de responder a esos retos a través de la oferta conjunta de productos, la promoción de la oferta exportable y la promoción común de las oportunidades de inversión en los países de la AP.

Carlos Aquino Rodríguez

Pero la mejora de la infraestructura física y humana, la eliminación de los obstáculos restantes al comercio, la mejora del entorno institucional (mejor sistema judicial, un mejor sistema político, etc.) y la necesidad de conocer mejor los mercados asiáticos son desafíos por delante. Si estos pueden ser superados, la AP podría ser más competitiva y cumplir con su objetivo de llevar más prosperidad a sus ciudadanos.

En un mundo donde los precios de los productos básicos ya no estarán en niveles altos, algo que benefició a los países de América Latina como los de la AP, el futuro crecimiento debe provenir de la productividad, la inversión y la eficiencia, algo en el que la AP puede contribuir.

Referencias bibliográficas

Aduanas del Perú: http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informae/XPaisPartMensual_01122013.htm

Alianza del Pacífico, sitio web: <http://alianzapacifico.net/>

Banco Central de Reserva del Perú: Memoria 2013 <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/memoria-anual/memoria-2013.html>

Carbaugh, Robert J.: Economía Internacional, 12ava Edición, 2009, Cengage Learning, México

Ministerio de Energía y Minas: Cartera Estimada de Proyectos Mineros: <http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/Mineria/INVERSION/2014/cepm0514.pdf>

Plan Nacional de Diversificación Productiva, en <http://www.produce.gob.pe/index.php/plan-nacional-de-la-diversificacion-productiva>

Proinversión: ¿Por qué invertir en el Perú? http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/1/0/JER/PRESENTACION_PAIS/PPT_