

Hacia una política integral de Desarrollo de Exportaciones

Dr. Enrique Cornejo Ramírez
Presidente del Instituto de Comercio Exterior (ICE)

Que nuestro país debe dejar de ser principalmente exportador de materias primas, es un concepto que ha alcanzado consenso a todo nivel, pasando por todas las tiendas políticas hasta los mismos gremios empresariales. El problema viene a complicarse cuando se trata de caminar en la práctica para conseguir este objetivo; para ello, el Estado debe aportar incentivos adecuados y permanentes dentro de una política coherente de desarrollo de nuestro comercio exterior.

Si damos un vistazo a nuestra historia republicana encontraremos etapas claramente delimitadas que llevan el nombre de productos de exportación y que significaron aspectos importantes dentro de la vida del país; como por ejemplo los casos del guano y del salitre.

Con los años, la dependencia de nuestra economía y la poca intención política de nuestros diferentes gobiernos no permitió que se trazara una planificación a mediano y largo plazo de nuestras exportaciones como una fuente efectiva de captación de divisas; la deuda, tomó entonces una concepción gravital y determinante sobre nuestros pueblos.

A finales de la década del 60 se dan varios intentos para propiciar la exportación de productos con mayor grado de elaboración. Así, en 1968 se promulgó el Decreto Supremo N° 227-68 que declara de preferente interés nacional las exportaciones de productos no tradicionales, estableciéndose una serie de beneficios para las empresas exportadoras, tales como, el primer sistema de reintegro tributario. Posteriormente, se promulgó el Decreto Ley N° 22342, Ley de Promoción de Exportaciones No Tradicionales, mediante la cual se otorgan una serie de exoneraciones tributarias y otros incentivos para propiciar el desarrollo de industrias de exportación, complementándose esta medida con nuevos aportes en cuanto a líneas de financiamiento.

Esto logró un cambio estructural en nuestras exportaciones. De 90% en productos tradicionales y 10% no tradicionales; en la década del 70, se cambió sustancialmente hacia los 80, con 70% en tradicionales y 30% en no tradicionales.

Sin embargo, se debe remarcar que este 70 o 75% de nuestras exportaciones está constituida por 10 productos básicos y que en el otro nivel, la posibilidad de incrementar la participación de las exportaciones no tradicionales, es limitada.

Si nos orientamos hacia el futuro, se calcula que para el año 2000, las exportaciones alcanzarán un nivel de US\$ 9 mil millones, de los cuales 5 mil millones de dólares se darían debido al crecimiento por tendencia histórica, pero los US\$ 4 mil millones adicionales se lograrían como resultado de una estrategia agresiva de promocionar sectores y líneas de productos con alto potencial de desarrollo.

Por estos factores, el Instituto de Comercio Exterior ha propuesto para la discusión política un documento titulado "Bases para un Plan de Desarrollo de Exportaciones con vigencia hasta el año 2020" y que fue presentado con ocasión del IV Congreso Nacional de Gerencia organizado hace unos meses por IPAE.

En él se dimensiona la actividad exportadora del Estado como prioritaria, buscando situar al comercio exterior como propulsor de nuestro desarrollo económico, orientando una asignación correcta de los recursos, captando capitales extranjeros y tecnología y generando, sobre todo, nuevas fuentes de empleo.

Se supera entonces, la perspectiva que enfrentaba a los productos no tradicionales versus los tradicionales, considerando que todos los productos de exportación son sujetos al fomento y promoción por parte del Estado, de acuerdo a criterios como valor

agregado, saldo positivo de divisas, mayor valor agregado nacional, mayor grado de elaboración, efecto multiplicador en el aparato productivo nacional, tendencia de la demanda externa, entre otros.

Se introduce además la promoción selectiva, mediante la cual se potenciarán sectores productivos que por su dotación de recursos, técnicas de producción, posibilidad de desarrollar ventajas comparativas dinámicas, posibilidad de rápida respuesta al estímulo o beneficios que se le otorgue, se puedan insertar mejor y más rápido en el contexto internacional.

Este esquema de promoción selectiva conseguirá además una fuerte presencia en determinados sectores y líneas de productos, sin significar ello, que se dejen de lado o se eliminen los incentivos ya existentes para los sectores no incluidos en la promoción selectiva.

Otro elemento que se debe tener en cuenta para la consecución exitosa de este programa propuesto; es la estabilidad en el tiempo, para crear el horizonte adecuado y facilitar la inversión en la industria de exportación. Debemos tener en cuenta que se necesi-

tan "reglas claras y permanentes" para asegurar el incentivo empresarial.

También se incorpora un esquema que diseña mecanismos específicos para cada sector o producto seleccionado, de acuerdo a sus propias características, prueba de este acierto es el programa en marcha del sector de confecciones, en el que hemos pasado de 40 millones de dólares en exportaciones del año pasado, a 70 en el presente; además, ya está en marcha el programa de acuicultura y el de bienes de capital y otro de servicios.

Los sectores propuestos en este programa de desarrollo son: sector de confecciones de algodón, pelo fino de alpaca y lana; el sector agropecuario-agroindustrial; el sector pesquero; el sector de producción de maderas; el sector de derivados de metales no ferrosos y el sector de bienes de capital y servicios.

Entendido está, que sin una amplia concertación entre el Estado, el sector empresarial y las fuerzas políticas del país, en torno a estos propósitos, con propuestas concretas, no se podrá convertir a las exportaciones en un verdadero objetivo nacional.



COMPAÑIA DE SEGUROS

La Fenix Peruana