

Regional Dialogue on
**Promoting Services Development and Trade
in Latin America and the Caribbean**

12–13 November 2013
Room Raul Prebisch, ECLAC, Santiago

**The Services Policy Review (SPR) of
Peru: Findings and recommendations**

Mr. José Antonio de la Puente
Lead consultant of the Peru SPR

This presentation is reproduced by the UNCTAD secretariat in the form and language in which it has been received.
The views expressed are those of the author and do not necessarily reflect the view of the United Nations.

REVISIÓN DE LA POLÍTICA DE SERVICIOS DEL PERÚ



Jose A. de la Puente

IMPORTANCIA DEL SECTOR SERVICIOS EN LA ECONOMIA PERUANA

- Representó más del 50% del PBI de Perú en 2010.
- Apoya a la diversificación de la oferta exportable.
- Es esencial para el empleo y fuente de empleo de “último recurso”, por la informalidad reinante en el país.
- Atrae inversiones, genera infraestructura e insumos para otros sectores;
- Soporta y contribuye a la competitividad de otros sectores productivos, especialmente en el comercio exterior.

QUÉ HA CARACTERIZADO A LA ECONOMÍA PERUANA EN LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS

- Reformas estructurales
- Estabilidad macroeconómica
- Apertura comercial y Neutralidad de Sectores
- Garantías a la Inversión (protección + regulación)



- Crecimiento económico
(a pesar de crisis internacional)
- Reducción de pobreza
- Incremento de inversión
- Incremento de Exportaciones
(en parte gracias a buenos precios de commodities)

LOGROS DE LA VISION DE DESARROLLO IMPLEMENTADA EN EL PERU

- i) Perú rompió el paradigma de la protección. Buscó mejorar las condiciones competitivas de la economía en su conjunto sin atender o promover sectores particulares. Las medidas tomadas incluyen:
- Consolidó apertura con OMC y TLCs.
 - Facilitación de Comercio y mejora de procedimientos aduaneros
 - Mejoró la regulación para mejorar el ambiente de negocios y atraer inversiones ;
 - Se mejoró la legislación y el marco institucional y regulatorio para que se alíne a políticas de mercado

ii) Mejoró y fortaleció instituciones financieras.

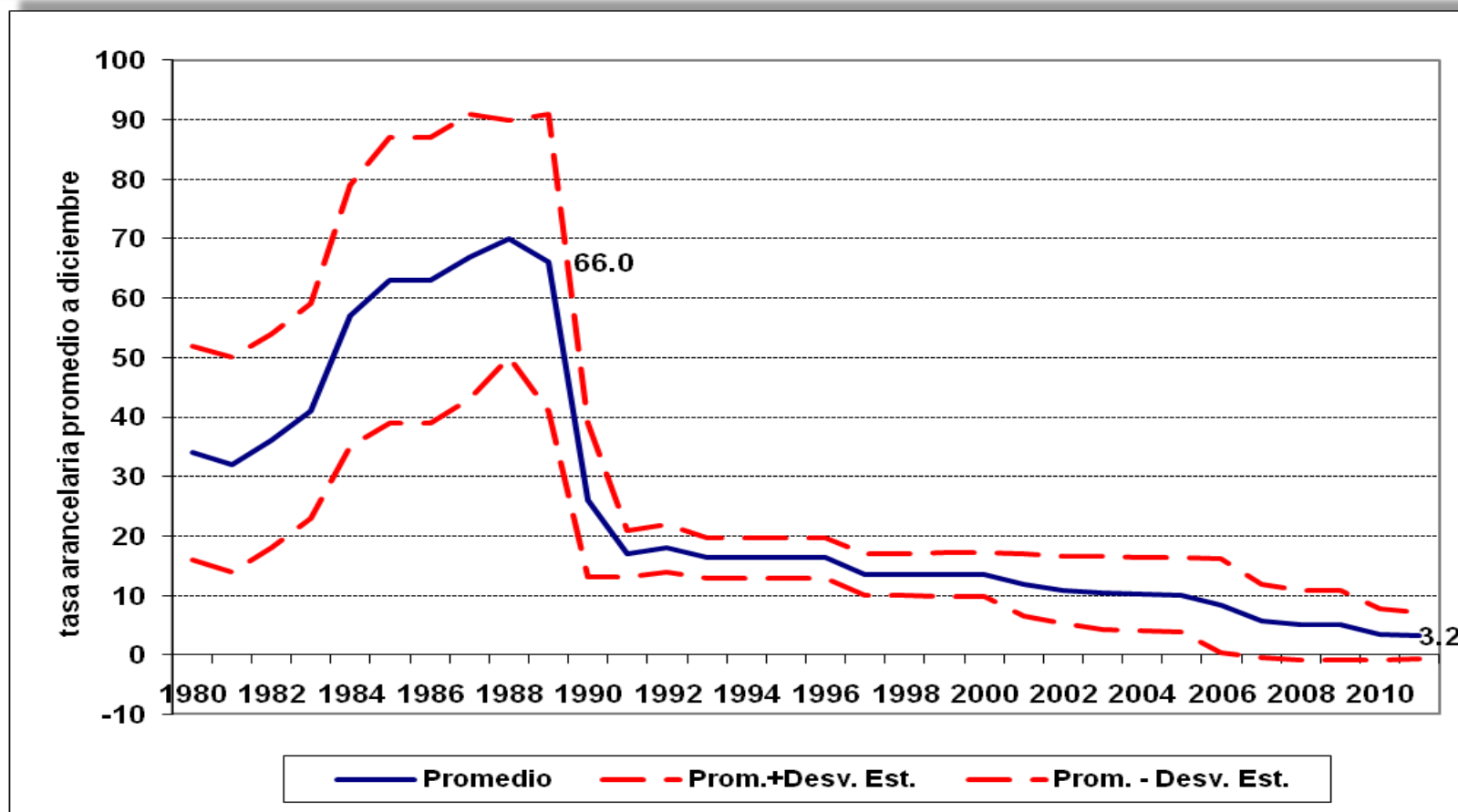
iii) Realizó amplia inversión en infraestructura física (Ventas de E.E. y concesiones)

→ **Logro: Cambio de Visión a Empresarios ..**

→ **Política clara y consistente que genera estabilidad x 20 años.**

LIBERALIZACIÓN ARANCELARIA UNILATERAL

- Se ha reducido la protección de manera sostenida en el tiempo, incluso más que el resto de los países de la región.
- La menor protección permite una mayor competencia y una asignación de recursos productivos más eficiente .



ACUERDOS COMERCIALES DEL PERÚ

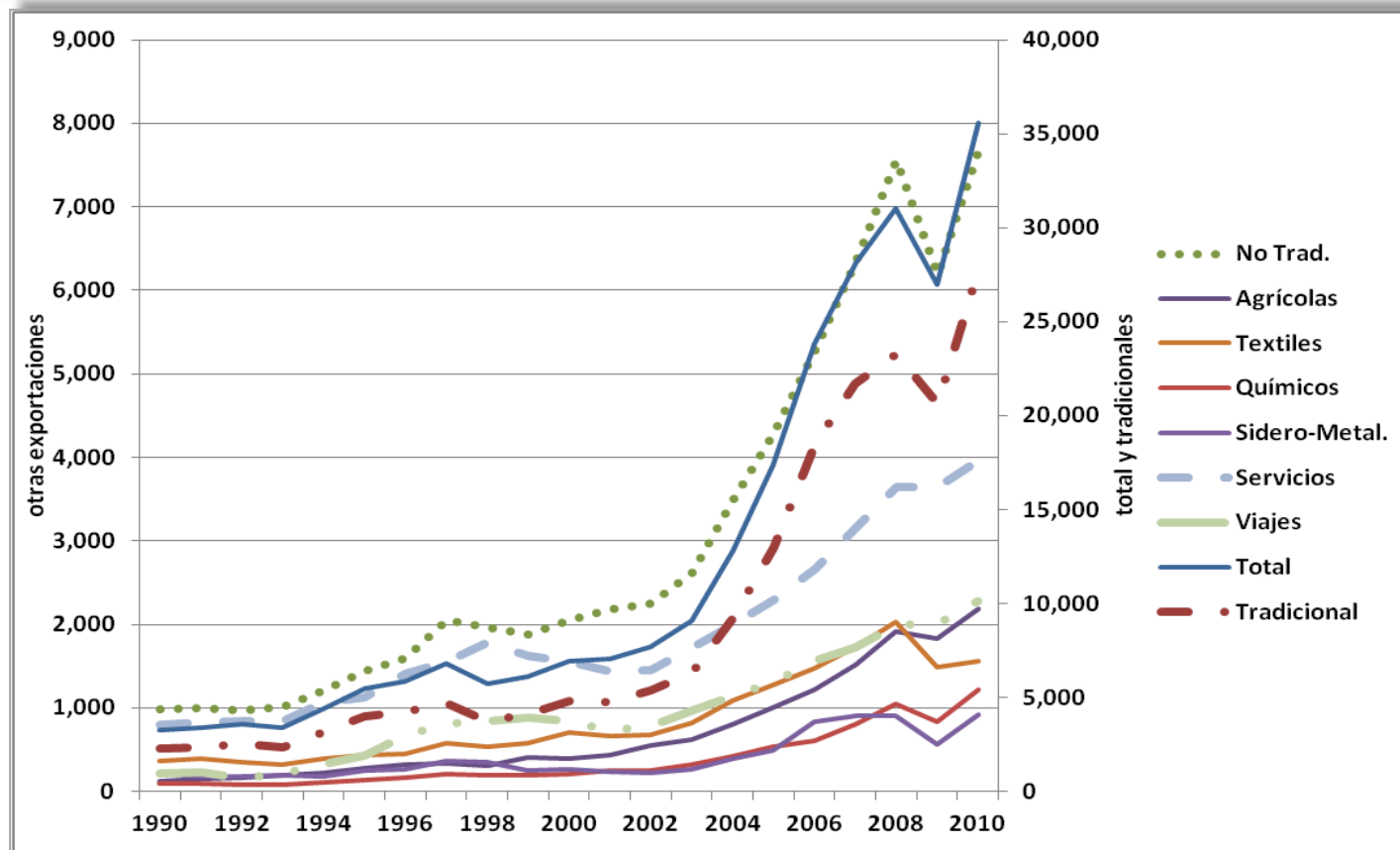
TLCs Regionales y Bilaterales Negociados al 2013

AGREEMENT	CURRENT STATUS
ANDEAN COMMUNITY	IN FORCE SINCE MAY 1969
CUBA	IN FORCE SINCE DECEMBER 2000
MERCOSUR	IN FORCE SINCE FEBRUARY 2006
UNITED STATES OF AMERICA	IN FORCE SINCE FEBRUARY 2009
CHILE	IN FORCE SINCE MARCH 2009
SINGAPUR	IN FORCE SINCE AUGUST 2009
CANADA	IN FORCE SINCE AUGUST 2009
CHINA	IN FORCE SINCE MARCH 2010
EFTA (Iceland, Norway, Liechtenstein, Switzerland)	IN FORCE SINCE AUGUST 2012
SOUTH KOREA	IN FORCE SINCE AUGUST 2011
THAYLAND	IN FORCE SINCE DECEMBER 2011
MEXICO	IN FORCE SINCE JANUARY 2012
JAPAN	IN FORCE SINCE MARCH 2012
PANAMA	IN FORCE SINCE APRIL 2012
COSTA RICA	EXPECTED FORCE IN COMING MONTHS
GUATEMALA	EXPECTED FORCE IN COMING MONTHS
VENEZUELA	EXPECTED FORCE IN COMING MONTHS
EUROPEAN UNION	IN FORCE SINCE MARCH 1, 2013
EL SALVADOR	IN NEGOTIATION
HONDURAS	IN NEGOTIATION
PACIFIC ALLIANCE (Chile, Colombia, Mexico & Peru)	IN NEGOTIATION
TRANS-PACIFIC PARTNERSHIP (Several APEC member economies)	IN NEGOTIATION

Source: MINCETUR webpage.

DIVERSIFICACIÓN DE EXPORTACIONES

- Las exportaciones peruanas prácticamente han cuadruplicado su valor entre el 2000 y el 2010 y en el caso de las no tradicionales casi se han triplicado.
- El auge ha sido en exportaciones de bienes (agrícolas, textiles o químicos) y también en servicios, como el rubro viajes, el cual refleja los ingresos por los gastos de turistas que vienen al país.



BALANCE

- Estabilidad macro
- Apertura amplia
- Demanda externa
- Acuerdos (TLCs)



- Crecimiento
- Empleo
- Exportaciones:
 - Nuevos productos
 - Nuevos destinos

PERO ...

El potencial exportador en mercados grandes y con los que se tienen TLCs está y seguiría sub-explotado por restricciones, entre otros, en:

- Infraestructura insuficiente
 - Estándares de calidad / Innovación / I & D
 - Capital humano
 - Derechos de propiedad
 - Escala
- > Falta de Oferta Exportable

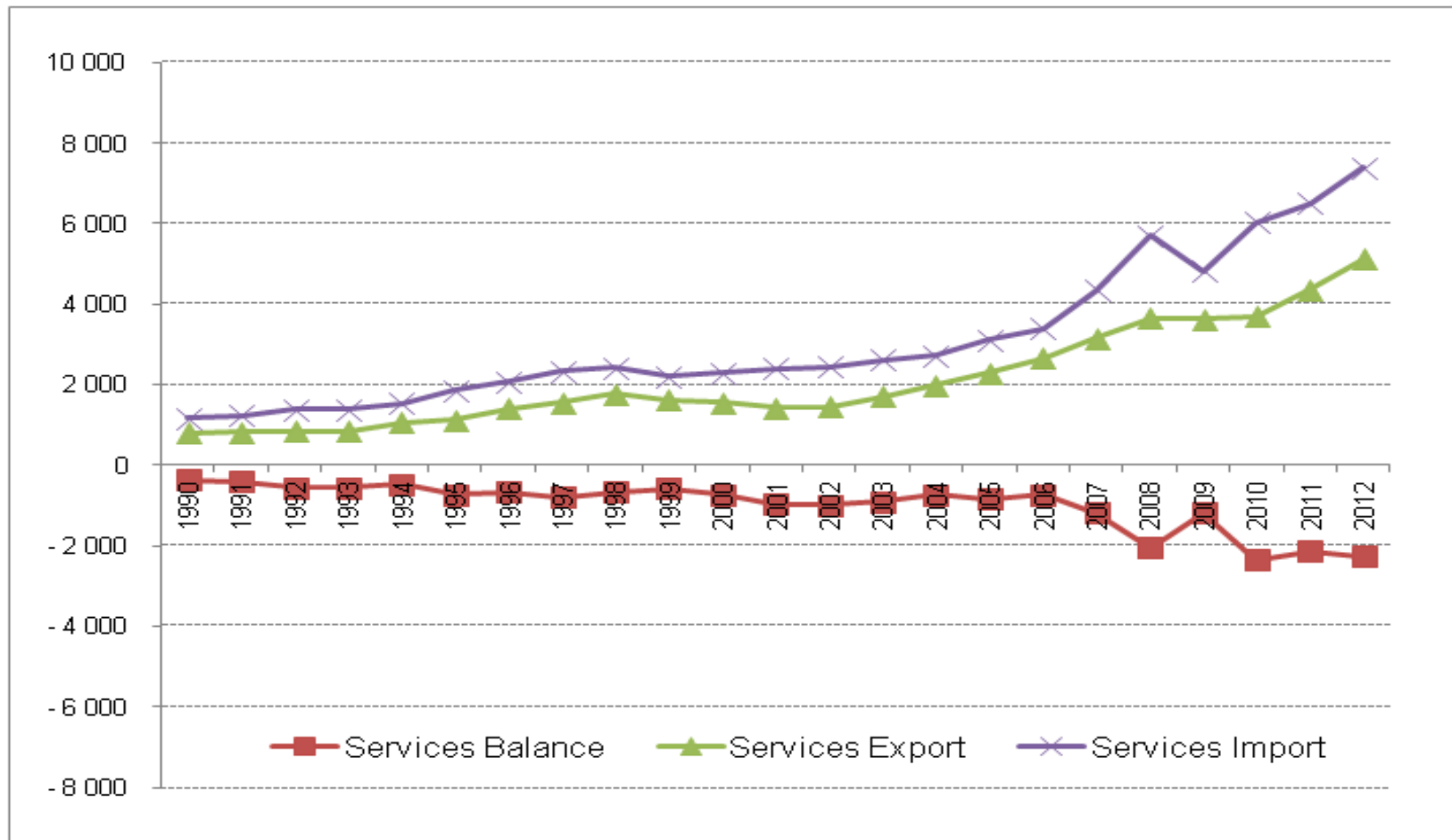
El aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los TLCs requiere progresar en todos estos ámbitos.

QUÉ SE HA HECHO EN MATERIA DE SERVICIOS ESPECÍFICAMENTE

1. Se ha continuado procesos de Negociación comercial en materia de servicios;
2. A través de Promperú se han trabajado planes para apoyar ciertos sectores de servicios con relativo éxito, pero en escala todavía limitada.
3. Se realizó un esfuerzo multisectorial para aprobar una Ley de Promoción del Comercio de Servicios que otorgue beneficios tributarios y establezca un marco institucional para el desarrollo del sector.

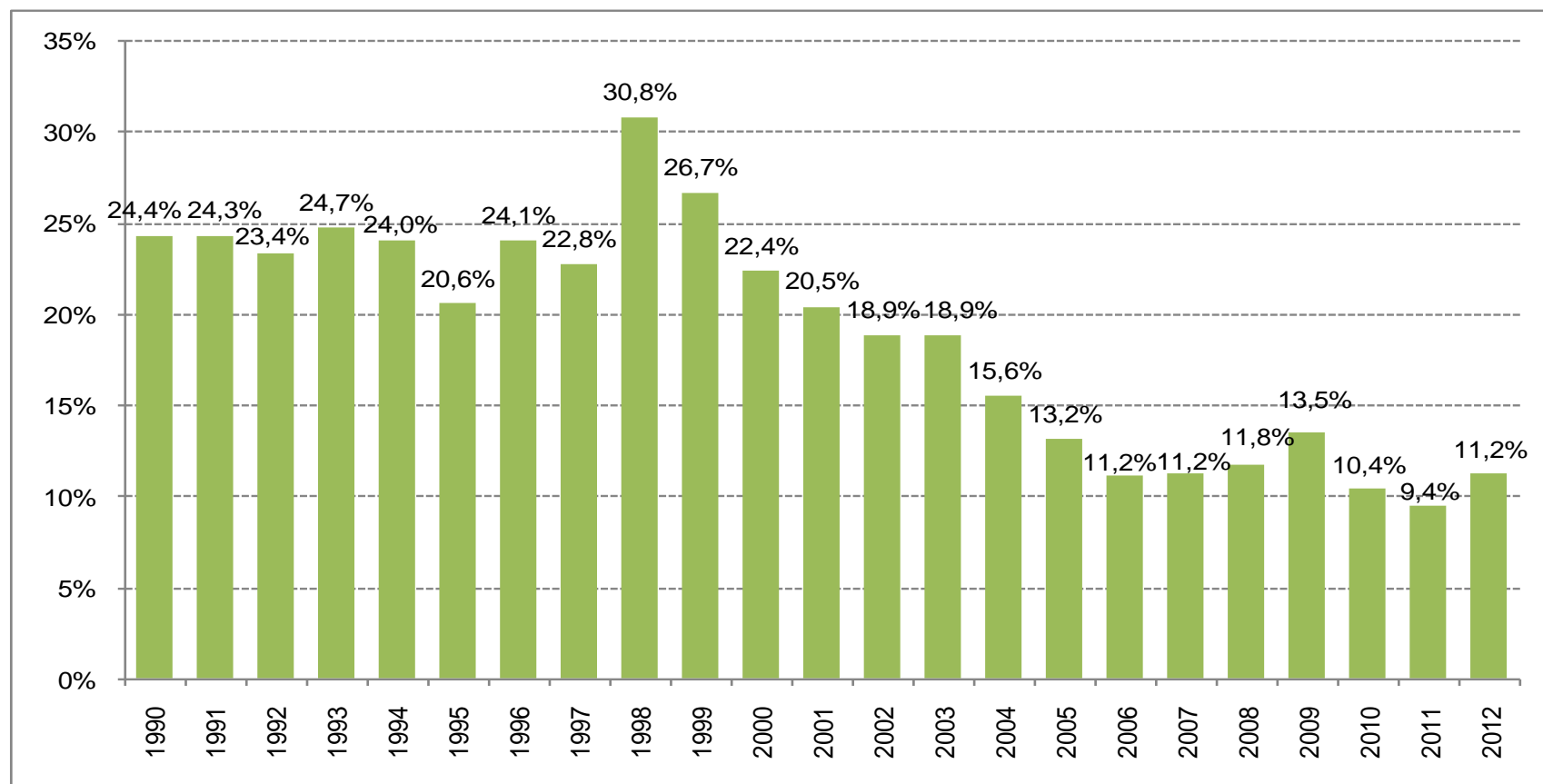
CUÁLES HAN SIDO LOS RESULTADOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL DE SERVICIOS

Balanza de comercio de sericios (USD millones) 1990 – 2012



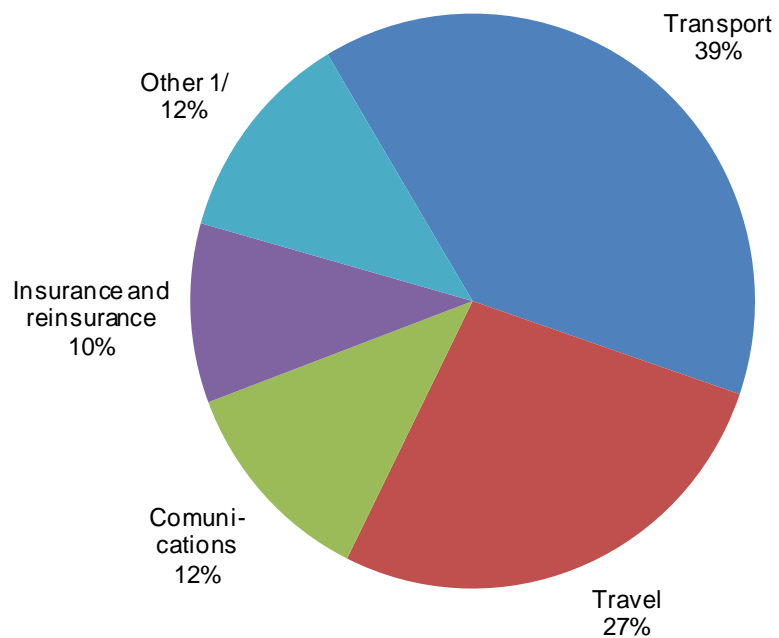
CUANTO REPRESENTAN LOS SERVICIOS EXPORTADOS RESPECTO AL TOTAL EXPORTADO

Exportación de servicios como porcentaje del total de exportaciones (%)

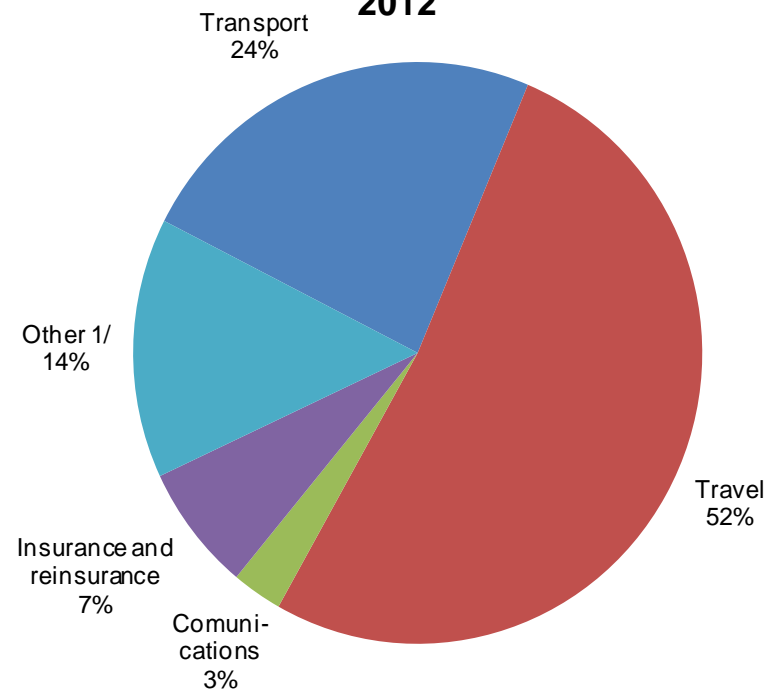


ESTRUCTURA DE LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

1990

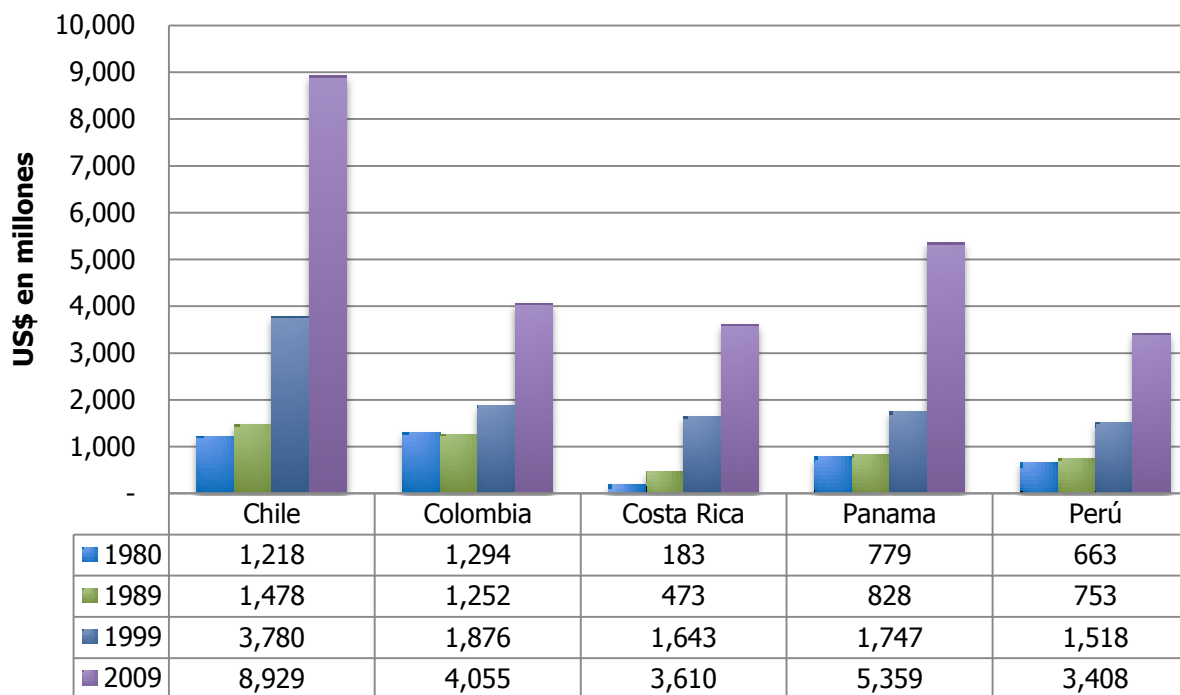


2012



EVOLUCIÓN DEL COMERCIO MUNDIAL DE SERVICIOS DE PERÚ VS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

América Latina , Evolución de Exportaciones de Servicios



- En términos de valor, las Exportaciones peruanas de servicios se han **incrementado en 414%** en los últimos 30 años, porcentaje superior al incremento mostrado por Colombia (213%)

Fuente: OMC

TLCs EN SERVICIOS: SE NEGOCIÓ PERO NO SE APROVECHO

EL TLC Perú- EE.UU. generó el reto de negociar con listas negativas. Supuso un esfuerzo nacional y subregional por identificar posibles medidas disconformes, que sirvió para conocer la realidad regulatoria.

Sin embargo, se obtiene "expertise negociador", pero no se adopta una política agresiva de aprovechamiento de mercados.

- El acceso logrado con los TLC no ha sido eficientemente aprovechado por falta de oferta exportable.
- Perú ha perdido competitividad frente a otros países que desarrollan planes y programas específicos.

No se fijó con suficiente determinación un objetivo nacional de ampliación y desarrollo de la oferta de servicios.

Acceso Mejorado...
Sector muy dinámico (M.I.)
Bajo costo relativo.
→ **Oportunidad de Exportación!**

Pero... ¿Qué hay detrás?



Debilidad de
infraestructura



Capital
Humano
Débil



Oferta
"básica"-no
Especializada

Falta de Coordinación
Entre actores clave

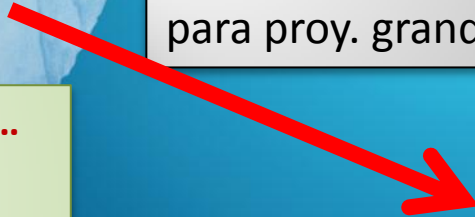


Carencia de
Financiamiento
para proy. grandes



**LOS PROBLEMAS NO VAN A DESAPARECER...
...Y LA COMPETENCIA VA A COPAR LAS
POSICIONES QUE NO TOMAMOS....**

**SE DEBE TRABAJAR EN LAS DEBILIDADES CON
UN PLAN CONSENSUADO -PARTICIPATIVO**



Asimetría: Gran mercado,
Solo para las grandes....

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

1. Contrariamente a lo que ha sucedido con otros sectores analizados en este - estudio, el sector de software ha sido continuamente apoyado por Promperú y otras entidades del Estado, con miras a:
 - Mejorar las capacidades de las empresas de la industria;
 - Fortalecer su base institucional;
 - Ajustar el régimen tributario que encarece la oferta al exterior;
 - Contar con inteligencia Comercial para Identificar oportunidades de exportación.
 - Participar en misiones comerciales y ferias domésticas e internacionales para posicionar la oferta peruana en los mercados objetivo.
2. El Sector Software cuenta con un **Plan Estratégico y Operativo** para promover su Desarrollo.

ACCIONES DE PROMOCIÓN DE OFERTA REALIZADAS POR PROMPERÚ + APESOFT

Con el Apoyo a APESOFT se logró:

- Fortalecer el marco institucional del sector
- Mejorar la capacitación y entrenamiento de empresas del sector.
- Mejorar los estándares de calidad

Con Programa PACIS se obtuvo US\$ 5 MM entre 2007-2013 para :

- Apoyar a empresas del Sector a obtener Certificaciones importantes para la industria (CMMI).
- Financiar estudios sobre el marco regulatorio aplicable al sector.
- Implementar un laboratorio de Testeo.

PRODUCE: Creó el CITE Software (administrado x APESOFT).
Entrenamiento a Mypes para adopción de Certificaciones de calidad, uso de estándares de calidad y seminario sobre soluciones técnicas.

ACCIONES DE PROMOCIÓN DE OFERTA REALIZADAS POR PROMPERÚ

Se creó la marca "CREA SOFTWARE PERU" (umbrella).

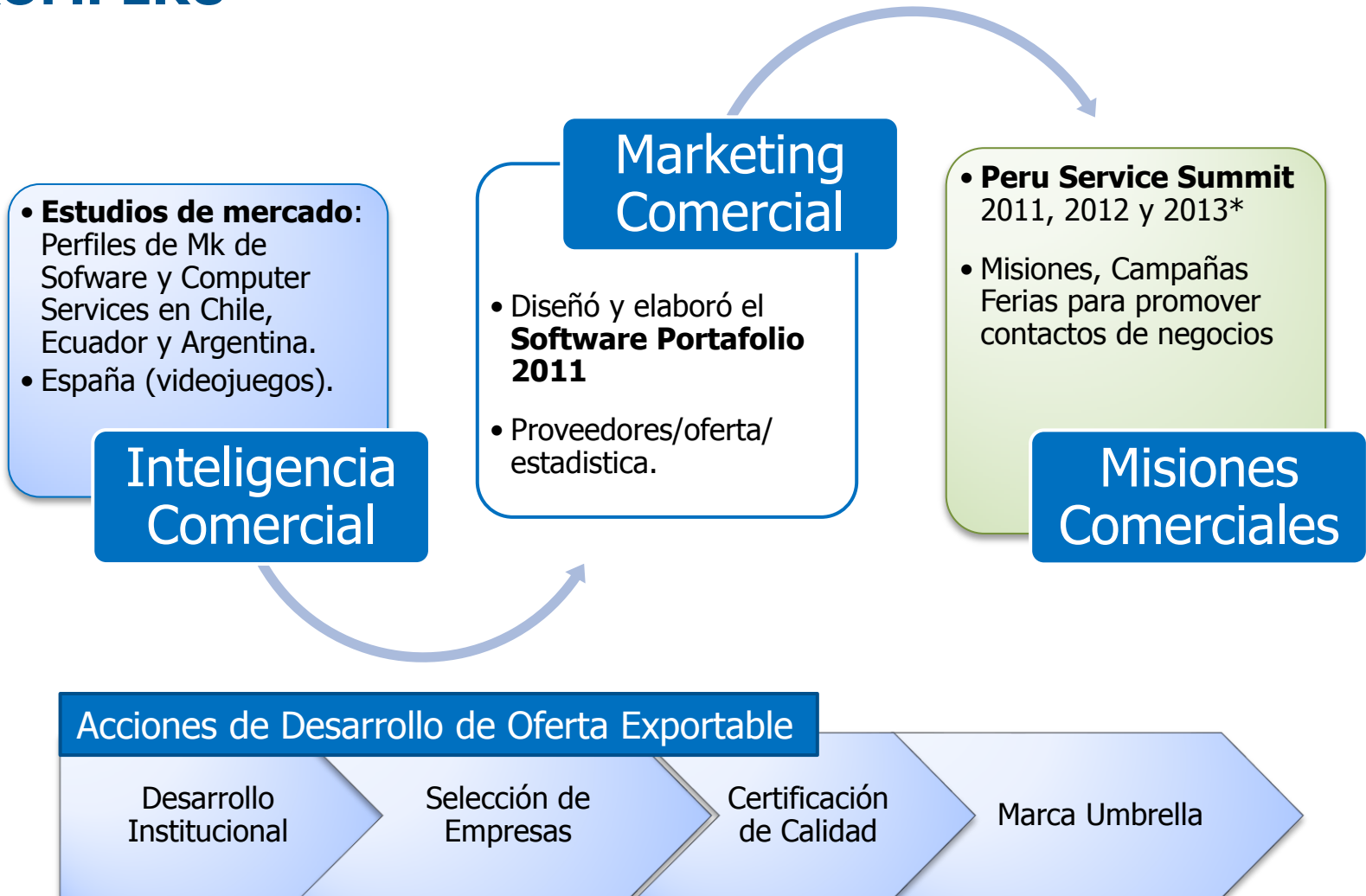
Se logró:

- Reunir un grupo de empresas con calidad y competitividad para desarrollar oferta sinérgica y eficiente.
- Facilitar la consecución de Alianzas (empresas brasileñas).
- Mantener contacto constante con empresas del sector para su mejora y consolidación.

Estrategia de Desarrollo de Oferta

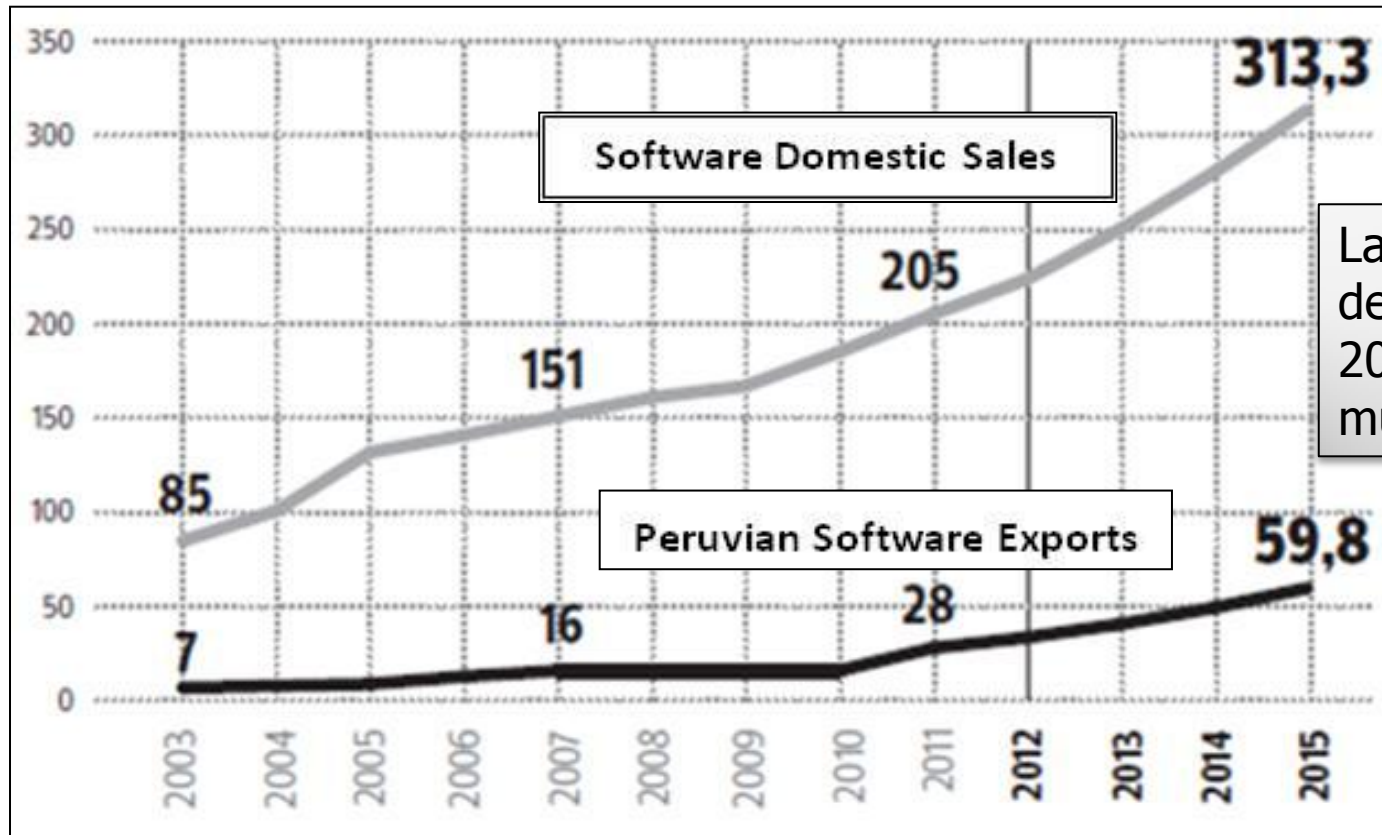


ACCIONES DE PROMOCIÓN DE LA DEMANDA - PROMPERÚ



PERSPECTIVAS DEL MERCADO DE SOFTWARE SEGÚN APESOFT/LOLIMSA

Mercado Peruano de Software: Millones US\$



Las proyecciones de la industria de 2012 a 2015 son muy positivas

Fuente: APESOFT / Lolimsa / WEF

NECESIDADES COMUNES REVELADAS EN EL SPR PERÚ

- **Falta de un Plan acordado (Público-Privado) para el desarrollo del Sector**
- → Especialización / Encadenamiento con Med y Grandes. .

- **Falta Difusión de Oportunidades en Mercados Externos**
- Alertas s/Oportunidades; Reportes sobre Contexto Tributario y Regulatorio

- **Se requiere mejorar la calidad de la Oferta**
- Certificaciones, Adopción de estándares internacionales.

- **Desarrollo de Profesionales Calificados** → Crear Currículas adecuadas a necesidades de la industria – Desarrollados entre Universidades y Empresas / Maestrías – Doctorados/ Investigación

- **Desarrollo de Estrategias de Asociatividad/Organización**
- Clusters, Alianzas Estratégicas para desarrollo de mercados. .

**La "Competitividad Macro" ayuda pero no es suficiente.
Se requiere un Plan de Desarrollo sectorial específico.**

CONCLUSIONES ALCANZADAS

1. La política se guía por el principio de que la competitividad de cada sector debe basarse en ventajas comparativas , descartando políticas de promoción de sectores individuales.
2. Se ha trabajado en abrir mercados a través de múltiples negociaciones comerciales, pero no se ha analizado su real aprovechamiento.
3. La promoción de exportación de servicios ha sido muy limitada en la política del gobierno. Una excepción son los esfuerzos de Promperú para desarrollar potencial exportador (creación de marcas, fortalecimiento institucional, mejora de calidad/certificaciones, misiones comerciales, perfiles de mercado, etc).
4. Resultados finales de Ley 29646, revelan diferentes puntos de vista en relación a las políticas para promover la exportación de servicios. No se tiene una visión común que permita el desarrollo de planes estratégicos coordinados.
 - ¿ Es necesario promover para Desarrollar una Oferta Exportable?. ¿Vamos a Promover sectores específicos con potencial?
 - Comité Multisectorial es un conducto adecuado. Discusiones del PENX 2013-2021 también.

PRINCIPALES DESAFIOS DE POLITICAS ENFRENTADOS POR EL PERU

- El desarrollo de una agenda de competitividad general nacional, puede contribuir más no garantiza que se amplíe y diversifique la oferta exportable en servicios.
- Se requiere un Dialogo Nacional intenso para convencer a los sectores de la importancia de contar con una oferta de servicios variada y de calidad, exponiendo su contribución a la competitividad productiva del país y generación de empleo.

PRINCIPALES DESAFIOS DE POLITICAS ENFRENTADOS POR EL PERU

- Como medidas de promoción general, es clave avanzar en el logro de incentivos fiscales para impedir exportación de impuestos.
 - Esto puede lograrse analizando sector por sector y garantizando los mayores mecanismos de control que atiendan la preocupación fiscal (adopción gradual).
- Diseñar estrategias y planes de desarrollo específicos para atender las limitaciones de cada subsector de servicios.
 - Reforzar el trabajo de Promperú y articularlo con otras iniciativas públicas y privadas para enfrentar las deficiencias de cada subsector y las transversales.
- Mejorar la base estadística para evaluar el comportamiento del sector y los resultados de las políticas aplicadas.

PRINCIPALES DESAFIOS INSTITUCIONALES Y REGULATORIOS

- Las diferencias de visión surgidas en torno a la Ley de Promoción del Comercio de Servicios enseñan que es necesario:
 - Alcanzar un consenso y establecer los mecanismos institucionales para tratar a fondo las preocupaciones de los sectores, para definir un norte común y diseñar medidas duraderas.
 - Alcanzar un consenso para definir qué políticas de desarrollo se implementarán.
 - Trabajar articuladamente en el marco de un esquema institucional permanente.
- El mejor marco para ese consenso es el Comité Multisectorial creado por la Ley de Promoción del Comercio de Servicios. MINCETUR debe preocuparse por darle el liderazgo necesario para que ejerza ese rol.

PRINCIPALES DESAFIOS INSTITUCIONALES Y REGULATORIOS

- El debate nacional y el diseño del plan de desarrollo de cada subsector debe integrar al objetivo a todos los agentes claves : Empresas, colegios profesionales, universidades, instituciones.
 - Es importante establecer un marco permanente en el que puedan participar.
- Debe estudiarse y aprenderse de las medidas exitosas aplicadas en otros países. Buscar la participación de organismos internacionales para evaluar constantemente los avances desde una perspectiva comparada.