



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD  
MACROECONÓMICA, FISCAL Y FINANCIERA DEL  
PILAR "FACILITACION DE COMERCIO EXTERIOR" DEL  
PENX 2003 – 2013

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Castillo Facundo, Fátima Cecilia  
Fajardo Farje, Diana Geraldine

**Asesor:**

Lic. Juan Ramón Méndez Vicuña

Lima – Perú  
2016

## **APROBACIÓN DE LA TESIS**

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachilleres **Fátima Cecilia Castillo Facundo** y **Diana Geraldine Fajardo Farje**, denominada:

**“ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD MACROECONÓMICA, FISCAL Y  
FINANCIERA DEL PILAR “FACILITACION DE COMERCIO EXTERIOR” DEL  
PENX 2003 – 2013”**

---

Juan Ramón Méndez Vicuña  
**ASESOR**

---

Enrique Mirko Gonzales Anampa  
**JURADO  
PRESIDENTE**

---

Mónica Fabiola Ramos Neyra  
**JURADO**

---

Erika Elisa Baygorria Cueva  
**JURADO**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis se la dedico a mis padres: Raúl Castillo y Ana Facundo, por motivarme a lograr cada meta que me propongo en la vida.

**Fátima Castillo F.**

El presente trabajo se lo dedico a mis padres: Teodosio Fajardo y Nancy Farje, por motivarme y apoyarme a lo largo de cada paso que doy como profesional.

**Diana Fajardo F.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al profesor y asesor de tesis Juan Méndez, y  
a la profesora Mónica Ramos por guiarnos en la  
realización de esta investigación.

**Fátima Castillo F.**

Agradezco a nuestro asesor de Tesis Juan Méndez, por  
guiarnos y acompañarnos durante la realización de la  
Tesis; y a la Universidad Privada del Norte, por darnos  
la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente.

**Diana Fajardo F.**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Contenido

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS.....</b>	<b>2</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>8</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>16</b>
2.1.1. <i>Antecedentes nacionales.....</i>	<i>16</i>
2.1.2. <i>Antecedentes Internacionales.....</i>	<i>18</i>
<b>CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS.....</b>	<b>34</b>
3.1. Hipótesis .....	34
3.1.1. <i>Hipótesis general.....</i>	<i>34</i>
3.2. Operacionalización de variables .....	34
<b>CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>36</b>
4.1. Diseño de investigación .....	36
4.2. Unidad de estudio .....	36
4.3. Población .....	36
4.4. Muestra (muestreo o selección) .....	36
4.5. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	36
4.6. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos .....	36
<b>CAPÍTULO 5. RESULTADOS .....</b>	<b>37</b>
<b>CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN.....</b>	<b>42</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>43</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>44</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>45</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>46</b>

## **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla n° 1: Fortalezas y oportunidades estratégicas en el servicio financiero al exportador .....	13
Tabla n° 2: Debilidades y amenazas estratégicas en el servicio financiero al exportador .....	14
Tabla n° 3: Evolución de las exportaciones Tradicionales y No Tradicionales del 2003 al 2013, según las memorias anuales del Banco Central de Reserva del Perú.....	30
Tabla n°4: Comparación del cumplimiento del pilar facilitación del comercio exterior entre el objetivo, lo logrado y lo aprendido.....	31

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura n°1: PBI PER Cápita en américa Latina en el 2002.....	12
Figura n°2: Importe de exportaciones per cápita en américa latina en el 2002 .....	12
Figura n°3: Evolución de las exportaciones durante el periodo del 2003 al 2013.....	38
Figura n°4: Acuerdo Comerciales firmados entre el periodo 2003 al 2013.....	40
Figura n°5: Línea de tiempo de acuerdos comerciales vigentes al 2014.....	41
Figura n° 6: Producto bruto interno real 2003 – 2013 en Perú y países de América Latina.....	42

## **RESUMEN**

El Plan Estratégico Nacional Exportador, nace como iniciativa del MINCETUR en el año 2002. Tiene por objetivo promover la exportación de bienes y servicios a través de la implementación de estrategias enfocadas en 6 pilares, establecidos de acuerdo a la realidad económica peruana.

El pilar que es materia de investigación es facilitación de comercio exterior, el cual es clave para el crecimiento y promoción de las exportaciones del país, ya que, actualmente, aún existen barreras regulatorias que dificultan las operaciones de comercio exterior entre el Perú y el resto de mundo; así mismo, impacta negativamente en la decisión de exportar de un empresario.

Para evaluar el cumplimiento de este pilar, se analizó, mediante una investigación descriptiva, información histórica y estadística relacionada con exportaciones en los diversos sectores en el periodo del 2003 al 2013, que es el tiempo determinado para la ejecución del PENX 2003 – 2013.

Como resultado de la investigación, se observa un incremento significativo durante el periodo de estudio, con ciertos descensos debido a factores externos a las estrategias planteadas por el MINCETUR. Así mismo, se observó que el 70% de acuerdos comerciales (bilaterales y multilaterales) que actualmente se encuentran vigentes, entraron en vigor en este periodo de tiempo.

Finalmente, se concluye que el impacto del pilar "Facilitación de comercio exterior" ha sido favorable pues se logró un cumplimiento del 93% de lo planteado en el Plan Maestro de Facilitación; sin embargo también se encontraron puntos de mejora para el próximo PENX 2015 – 2025.

Se recomienda continuar con las iniciativas de promoción de la exportación pero corrigiendo las limitantes encontradas a lo largo de la presente investigación.

## **ABSTRACT**

The National Strategic Exporter Plan was born as an initiative of MINCETUR in 2002; aims to promote the export of goods and services through the implementation of strategies focused on 6 pillars, established according to the Peruvian economic reality.

The pillar of research is: Facilitation of foreign trade; which is key to the growth and promotion of the country's exports, as there are currently regulatory barriers that hinder foreign trade operations between Peru and the rest of the world; Likewise, it has a negative impact on the decision to export from an employer.

To assess compliance with this pillar, historical and statistical information related to exports in the various sectors was analyzed in the period 2003 to 2013; which is the time set for the execution of the PENX 2003 - 2013.

As a result of the research, it is noted a significant increase during the study period, with certain decreases due to factors external to the strategies proposed by MINCETUR. Likewise, it was observed that the 70% of commercial agreements (bilateral and multilateral) that are currently in force, entered into force in this period of time.

Finally, it concludes that the impact of the pillar "Facilitation of foreign trade" has been favorable since 93% of the provisions of the Facilitation Master Plan were achieved; however improvement points were also found for the upcoming PENX 2015-2025.

It is recommended to continue export promotion initiatives but to correct the constraints found throughout the current research.

## **CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

En el Perú, cada vez más empresarios se animan a incursionar en el comercio internacional, debido a la creciente competitividad y a la saturación de ciertos segmentos del mercado nacional. Es por ello que, aprovechando la amplia variedad de productos peruanos con alta calidad y potencial comercial, las compañías asumen el riesgo de introducir sus negocios de compra y venta al mercado exterior. Por su parte, el Estado debe cumplir el rol de impulsar y apoyar a los empresarios que se inician en el proceso de exportación, y contribuir con el incremento del volumen de venta de los actuales exportadores. Sin embargo, hay factores que limitan la fluidez de un intercambio comercial libre.

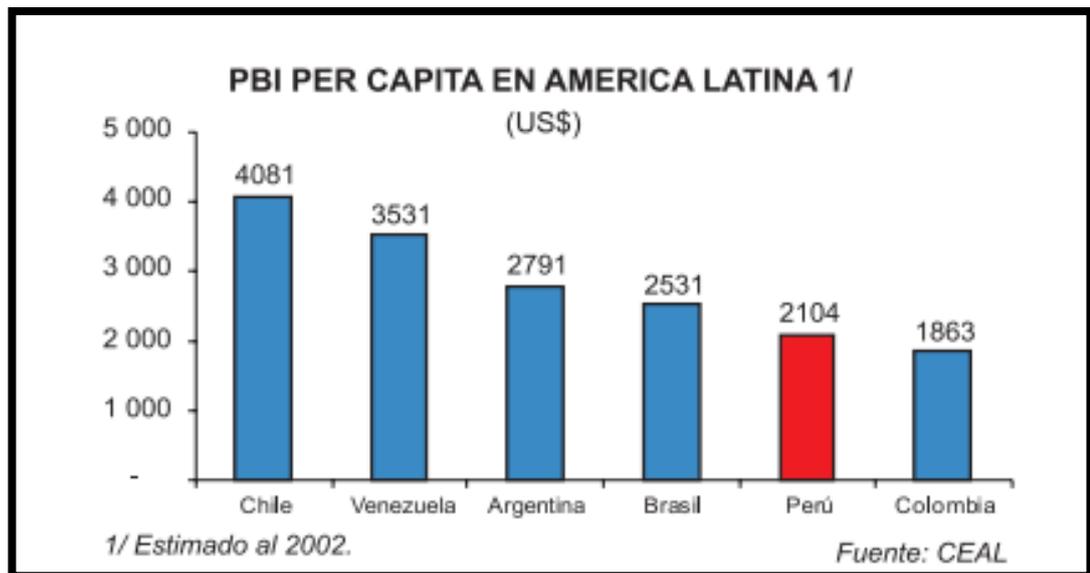
En el año 1990, durante el gobierno de Alberto Fujimori, el Perú dio su primer paso hacia el comercio internacional mediante la apertura de mercados. Dicha acción puso fin a años previos de recesión económica y dio inicio a la lucha por el posicionamiento del país como una nación competitiva y atractiva para la inversión extranjera.

Con el paso de los años, el Perú vio un crecimiento progresivo en el aspecto económico; de acuerdo a la memoria del BCRP, para el año 2003 el déficit en cuenta corriente de la balanza de pagos se redujo a US\$ 1 061 millones, comparado con los US\$ 1 127 millones del año previo, lo que en términos del PBI significó pasar de 2,0 a 1,7 por ciento. Este resultado se dio como respuesta básicamente a la mejora de la balanza comercial, la cual registró un saldo positivo, y estuvo asociada a la recuperación de la economía mundial. Adicional a esto se observó un mayor dinamismo de los inversionistas extranjeros y bajas en las tasas de interés internacionales.

Sin embargo dicho crecimiento económico no era suficiente para ser reconocidos como una economía competitiva a nivel latinoamericano.

En el siguiente cuadro se observa que para el año 2002 el PBI per cápita de Perú era bajo a comparación de otros países de Latinoamérica, la variación en mención llama la atención puesto que la economía iba en ascenso para el año en evaluación, sin embargo, el crecimiento de la población aumentaba causando que los ingresos provenientes del comercio internacional no alcanzarán a satisfacer las expectativas generadas.

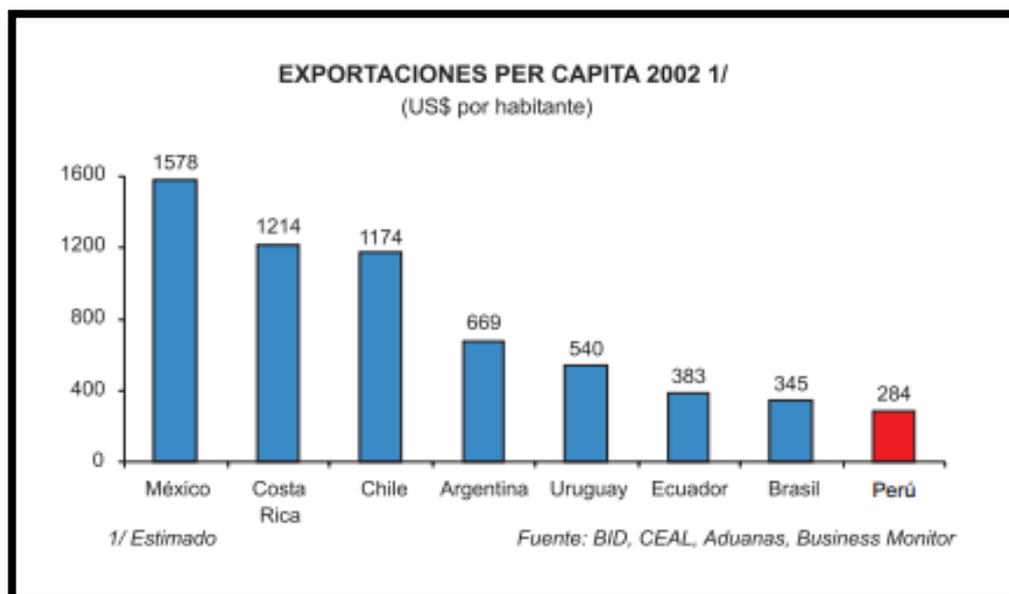
Figura n°1: PBI PER Cápita en américa Latina en el 2002



Elaboración MINCETUR

Por el lado de las exportaciones el escenario no era muy diferente, a nivel latinoamericano, el Perú era uno de los países con menos volumen de exportación por habitante en el año 2002, lo cual se puede interpretar como que el país no estaba desarrollando una cultura exportadora adecuada.

Figura n°2: Importe de exportaciones per cápita en américa latina en el 2002



Elaboración MINCETUR

Ambas figuras muestran que si bien es cierto la economía peruana iba mejorando cada año desde la apertura de mercados en 1990, no era suficiente si este crecimiento era mostrado en conjunto con otros indicadores que ilustraran la realidad completa del Perú. Razón por la cual nació la necesidad de dar propuestas y establecer planes estratégicos que fortalezcan y contribuyan con el crecimiento del comercio exterior de la nación peruana, puesto que se concluyó que uno de los motores principales para el crecimiento y desarrollo económico de una nación era la comercialización a nivel internacional.

En este contexto, el Ministerio de Comercio Exterior impulsó la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) con un horizonte de 10 años (2003 – 2013), el cual tiene como objetivo principal “Desarrollar agresivamente el comercio exterior en base al esfuerzo conjunto del Estado y al sector privado para incrementar y diversificar nuestra oferta exportable y lograr una inserción competitiva en los mercados internacionales”.

Desde que el Perú comenzó a exportar, los empresarios interesados en incursionar en dicha actividad buscaban financiamiento para sus negocios, sin embargo no encontraban muchas alternativas para implementar sus planes de venta en otros países.

Así mismo buscaban facilidades legales e incentivos que les permita realizar sus exportaciones de forma eficiente.

La siguiente tabla muestra la situación del Perú ante el entorno de servicios financieros al exportador para el año 2003:

Tabla n°1: Fortalezas y oportunidades estratégicas en el servicio financiero al exportador:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>o Marco regulatorio e institucional del sistema financiero peruano, moderno y acorde a estándares internacionales</li> <li>o Sistema bancario solvente, con presencia de bancos internacionales</li> <li>o Sólida base institucional para desarrollar un sistema de financiamiento al exportador mediano y pequeño: SBS, COFIDE, FOGAPI, Bolsa de Valores de Lima y Bolsa de Productos</li> <li>o Instituciones especializadas en microfinanzas con altos niveles de eficiencia y rentabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Creación del Sistema Multifondos (Ley N° 27988 de junio 2003) dentro del marco del Sistema Privado de Pensiones genera oportunidades de financiamiento de proyectos de inversión exportadores</li> <li>o Fondos de riesgo interesados en América Latina</li> <li>o Fundamentos macroeconómicos ventajosos respecto a mayoría de economías latinoamericanas</li> <li>o Dinamismo de exportaciones no tradicionales peruanas y reactivación de demanda mundial</li> <li>o Recursos de cooperación internacional orientados a reforzar asociatividad y competitividad de sectores de mediana y pequeña empresa</li> <li>o Sinergias entre labor de Prompex y otras entidades de promoción de exportaciones, con la labor promotora del desarrollo de COFIDE, vía financiamiento</li> <li>o Aprendizaje de mejores prácticas corporativas vía benchmarking financiero</li> </ul>

*Elaboración MINCETUR*

Tabla n°2: Debilidades y amenazas estratégicas en el servicio financiero al exportador:

DEBILIDADES	AMENAZAS
o Débil institucionalidad regulatoria y promotora del desarrollo del mercado de capitales	o Inestabilidad política e incertidumbre en reglas de juego del sistema financiero
o Limitaciones estructurales de empresas medianas y pequeñas para efectuar ofertas públicas primarias en el mercado de valores por factores de costo, liquidez y riesgo	o Alto riesgo crediticio de empresas
o Incipiente liquidez, profundidad y desarrollo del mercado de capitales	o Elevada informalidad de empresas
o Limitado conocimiento por parte del sector empresarial de la potencialidad de esquemas de financiamiento intermedios en el mercado de valores como los fondos de inversión y la titulización de activos	o Progresiva elevación de tasas de interés internacionales
o Falta de institucionalidad del sistema de garantías	
o Limitada capacidad de ahorro y cultura financiera de la población	
o Restricciones institucionales para brindar transparencia a la información	
o Resistencia empresarial a una mayor apertura de la información y limitada difusión de prácticas de buen gobierno corporativo	

Elaboración MINCETUR

Los factores macroeconómicos, fiscal y financiero son aspectos esenciales que permiten que una nación sea competitiva en el mercado internacional, es por ello que en el PENX 2003 - 2013 se toman dichas competencias como punto de partida para establecer estrategias que permitan mejorar la participación del Perú en el comercio con los demás países.

## 1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el alcance de la competitividad macroeconómica, fiscal y financiera del “Pilar Facilitación del Comercio Exterior” del PENX del 2003 al 2013?

## 1.3. Problema Específico

P.E.1 ¿Cuál es el alcance de la competitividad macroeconómica y fiscal del “Pilar Facilitación del Comercio Exterior” del PENX del 2003 al 2013?

P.E.2 ¿Cuál es el alcance de la competitividad financiera del “Pilar Facilitación del Comercio Exterior” del PENX del 2003 al 2013?

## **1.4. Justificación**

Actualmente el comercio internacional es uno de los principales motores de la economía del país por lo que es vital plantear y ejecutar estrategias que mejoren y faciliten a los empresarios sus operaciones comerciales, asimismo incentivar a los comerciantes locales a llevar sus productos a mercados internacionales.

El presente trabajo busca analizar la competitividad macroeconómica, fiscal y financiera del "Pilar Facilitación del Comercio Exterior" del PENX del 2003 al 2013, pues dicha información servirá como base teórica para futuros proyectos de mejoras en las operaciones comerciales de exportación, ya que al contrastar lo planteado contra lo ejecutado se podrá observar cuan realista ha sido lo propuesto en el PENX y cuan beneficioso ha sido para el exportador peruano.

En este marco, se ha visto la oportunidad de realizar una investigación que permita analizar los resultados del primer Plan Estratégico Nacional Exportador, teniendo como enfoque el pilar de competitividad macroeconómica, fiscal y financiera; el cual plantea mecanismos que fomenten el desarrollo de la infraestructura y permitan el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.

## **1.5. Limitaciones**

En el desarrollo de la investigación se presentaron dificultades en la recopilación de información, sin embargo estas no influyeron en forma significativa en los resultados de la investigación, entre las principales podemos mencionar lo siguiente:

- Acceso limitado a información estadística de entidades gubernamentales, trayendo como consecuencia, algunos vacíos de información que no nos permitieron realizar una evaluación cuantitativa a profundidad.
- Escasa información bibliográfica en referencia al objeto de estudio lo que limitó el alcance de la investigación.
- Poca disponibilidad del recurso humano para realizar la investigación.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo general**

Determinar el alcance de la competitividad macroeconómica, fiscal y financiera del pilar "Facilitación de Comercio exterior" en el PENX 2003 - 2013.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- O.E.1. Determinar el alcance de la competitividad macroeconómica y fiscal del pilar "Facilitación de Comercio exterior" en el PENX 2003 - 2013.
  
- O.E.2. Determinar el alcance de la competitividad financiera del pilar "Facilitación de Comercio exterior" en el PENX 2003 - 2013

## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes nacionales**

En el 2003 el Perú mostró mejoras en ciertos aspectos macroeconómicos pero que estaban lejos de satisfacer las exigencias más imperativas.

Luego de una prolongada recesión, el año 2002 marcó un crecimiento del PBI de 5.3%<sup>1</sup>, pero aun así el producto per cápita resulta ser similar al alcanzado en 1972 por razón del incremento demográfico. Todo parece confirmar que al finalizar el año 2003 el crecimiento alcanzado habría sido del orden de un 4%, cifra nuevamente insuficiente si se tiene en cuenta que en el Perú la demanda natural anual de empleos asciende a trescientos mil, es decir que para mantener ( y no incrementar) el desempleo es menester ofrecer cada año trescientos mil nuevos puestos de trabajo.

Así mismo, durante el 2003 se evidenciaron aspectos favorables y desfavorables para la economía peruana, entre los que podemos mencionar como relevantes se encuentra que se registraron índices y variables macroeconómicos muy positivas: Crecimiento, inflación y reservas son los más destacables, asimismo para el 2003 después de trece años consecutivos, las exportaciones superaron a las importaciones: El año 2002 arroja un superávit de 261 millones. de dólares en la balanza comercial. Finalmente, ese año se emprende, aunque con muchos tropiezos, el proceso de descentralización política y financiera. Pero no todo fue crecimiento, entre los aspectos desfavorables podemos resaltar la inestabilidad institucional generalizada, caos y huelgas en todos los sectores de la sociedad marcan el clima peligroso y a veces inmanejable de nuestro balance socio-político, la pobreza y la falta de trabajo iban en aumento y su radiografía era de pronóstico casi imposible de solución a mediano plazo, pues la violencia urbana y rural sacudía a la población que percibía una falta creciente en materia de seguridad.

En cuanto al comercio exterior Pedro V. (2006) en su tesis "Comercio Exterior de la Región Arequipa y sus Ventajas Comparativas" afirma que "La Balanza Comercial del Perú, durante el período comprendido del año 1995 al año 2001, ha sido negativa. Los años donde el saldo negativo es mayor, son 1995 y 1998, con US\$ -2241.5 millones de dólares y US\$ -2437.3 millones de dólares respectivamente; a partir del año 2002 el saldo se convierte en positivo, con un crecimiento significativo, es así que del año 2002 al año 2003 se incrementa en 186.13% y del año 2003 al año 2004 se incrementa en 234.14%, correspondiendo a éste último año la cantidad de US\$ 2792.8 millones de dólares de saldo positivo en la Balanza Comercial. Este saldo es producto del fuerte crecimiento de nuestras exportaciones."

Carlos P. (2015) en una entrevista para el Diario Gestión, hace énfasis en que el DL 668 "liberó" el comercio exterior de la cantidad de trabas, regulación burocrática y la "permisología" para exportaciones e importaciones. Esta norma, según explica Posada, significó un cambio de mentalidad no solo en el Estado sino en los empresarios, pues los obligó a mejorar sus estándares de calidad, bajar sus precios y ofrecer un producto competitivo.

Por el contrario Luis B.L. (2013) en su artículo "Situación económica y financiera" afirma que "No se puede evaluar al sector comercio exterior a partir de las puras cifras cuantitativas, puesto que no es lo mismo, por ejemplo, importar maquinarias y equipos que importar artículos de consumo conspicuo tales como abrigos de visón o licores finos. Sin embargo, es preciso destacar que uno de los principales factores que gravitan en nuestra balanza comercial es el déficit en la producción de alimentos: Solamente en adquirir trigo, soya, azúcar y lácteos se vienen destinando aproximadamente ochocientos millones de dólares anuales. En cuanto respecta a las exportaciones, a abril del 2003, mantenían un desempeño positivo y todo parece confirmar que al cabo del año comprobaremos US \$500 millones de superávit con exportaciones en el orden de US \$8, 4428".

Con respecto al comercio internacional Alvino (2014) en su tesis "Análisis del impacto de las exportaciones e importaciones en el crecimiento económico del Perú: Periodo 1990-2010" indica que la estrategia de apertura comercial ha tenido un impacto positivo sobre el comercio exterior, sobre todo en la especialización de las exportaciones en actividades industriales, ya que el valor de las exportaciones estrictamente manufacturadas y de las exportaciones no tradicionales se ha incrementado de manera importante. Asimismo, ha tenido un impacto positivo sobre el crecimiento económico, incrementando de manera positiva tanto el producto interno bruto total y el producto interno bruto per-cápita. En consecuencia, a diferencia de los detractores de la apertura comercial de que el crecimiento económico solo ha estado basado en el patrón de especialización primario exportador, tenemos ahora un crecimiento económico basado tanto en el patrón de especialización primario exportador y secundario exportador, aunque este último en una pequeña proporción.

Las exportaciones han sido el motor de crecimiento y, por tanto, han contribuido a través de este a reducir la pobreza. Sin embargo, los problemas sociales (empleo, distribución del ingreso, etc.), pese a los avances obtenidos, aún permanecen como tema pendiente a ser corregidos.

Por el contrario Bello (2012) en su tesis "Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 – 2010" recomendó que el Perú debe centrarse en posicionarse en los países asiáticos que apuntan a ser los primeros en el orden mundial. Países en desarrollo como el Perú deben buscar "alianzas"; pues al formarse bloques económicos se amplían los mercados, se aumenta la productividad y eficiencia; y ello conlleva a que se pueda competir en mercados internacionales con una mayor capacidad de negociación, se

torna más dinámica la inversión privada y se mejora el crecimiento económico al intensificarse las exportaciones.

Asimismo Herrera (2012) en su tesis "Determinantes de las exportaciones no tradicionales en el Perú entre 2000 y 2010" concluye que el gobierno debe incentivar las exportaciones no tradicionales, teniendo en cuenta que Perú aún sigue dependiendo de la minería como principal producto exportador, y la minería es un producto de las exportaciones tradicionales. Se tendría que empezar a descubrir nuevos productos de exportación, pero para esto se necesitaría un nivel de investigación y desarrollo alto. En Perú el nivel de I&D (investigación y desarrollo) es de 6.9, en un ranking que va desde 0(pésimo) a 25 (excelente), un nivel muy bajo. Además las empresas que quieran producir productos nuevos tendrán el problema de no encontrar trabajadores con la experiencia en este tipo de productos, esto hará que se desanimen y se trasladen hacia otro sector. El sector público debería fomentar un tipo de incentivo a los exportadores de productos nuevos, podría ser el hecho de que no paguen impuestos por un tiempo determinado.

### **2.1.2. Antecedentes Internacionales**

Tantalean (2015) en su tesis "Factores determinantes de la evolución de las exportaciones en la economía peruana en el período 1992 – 2012" explica que la composición de las exportaciones de la economía peruana tiene un bajo contenido de nivel tecnológico. Ello se corrobora con los datos del BCRP año, donde más del 70% de la estructura de los productos exportados corresponde a los denominados productos tradicionales: pesqueros, agrícolas, mineros y petróleo y sus derivados. Sin embargo, la simulación del modelo econométrico encontró que la PEA ocupada con nivel de educación superior influyó positivamente y significativamente sobre la evolución de las exportaciones de la economía peruana desagregada a nivel departamental en el período 2006-2012

Espinoza y Villegas (2000) recalcan que, la apertura de la economía trae consigo ciertos beneficios dentro de los cuales vale la pena enunciar: el aprovechamiento de las economías de escala, la generación de un grado significativo de especialización acudiendo a ventajas competitivas, el ahorro de tiempo y dinero al dejar de desarrollar actividades improductivas, la adopción de mejor y mayor tecnología que se verá reflejada en la producción y su posterior comercialización. Es por eso que las exportaciones se convierten en el núcleo de las políticas comerciales de los diferentes países que desean acceder a los beneficios anteriormente mencionados.

El instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones de Ecuador, publico en el 2014 el "Plan Estratégico de Exportaciones e Inversiones"; el cual establece 5 objetivos con la finalidad de incentivar el aumento de las exportaciones en el país:

En Ecuador "El Plan Estratégico PRO Ecuador" fue publicado en el 2014 por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones de dicho país, establece 5 objetivos con la finalidad de incentivar el aumento de las exportaciones en el país. El primer objetivo es: Incrementar la promoción de oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador; el segundo, incrementar la promoción de inversión extranjera directa que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica; el tercero, incrementar la eficiencia operacional; el cuarto, incrementar el desarrollo del talento humano y el quinto incrementar el uso eficiente del presupuesto.

Cada uno de estos objetivos plantea estrategias para el cumplimiento de lo proyectado, así como indicadores que ayuden a medir y comprobar si la estrategia propuesta fue exitosa o no.

Enfocándonos en los primeros objetivos podemos observar que tiene lineamientos parecidos a los del PENX 2003 – 2013 como son las de fortalecer la imagen del país para ser más atractivo ante la inversión, y el de diversificar productos para que los exportadores e inversionistas tengan más opciones para seleccionar.

La situación de México es un poco distinta a la nuestra y a los países antes mencionados, pues su Programa de Política de Comercio Exterior y Promoción de Exportaciones nace en un Plan Nacional establecido cada 5 años desde 1995; donde uno de los pilares es el Crecimiento Económico y donde se plantean objetivos claves para el cumplimiento del mismo.

El lineamiento "Uso eficiente de los recursos para el crecimiento" explica que para alcanzar el crecimiento económico que demanda el desarrollo nacional, es necesario asegurar el uso amplio y eficiente de los recursos humanos y materiales de que dispone el país. Se requiere crear las condiciones que favorezcan el empleo intensivo de mano de obra. Además, es preciso elevar sostenidamente la productividad de la fuerza laboral para lograr no sólo más empleo, sino mejores ingresos. Debe propiciarse un aumento sistemático de la eficiencia general de la economía, la cual sigue estando limitada por insuficiencias en la infraestructura y en la calidad y costo de insumos básicos, así como por el retraso tecnológico y la existencia de pesadas regulaciones e inequidades en la competencia.

En la revista "ICE Brasil" según Juan Q. (2003). en su artículo "La Política Comercial Brasileña" Rev. ISE Brasil N° 810, 42. El Plan busca una mayor articulación de las políticas nacionales de estímulo a las exportaciones y potencia las vocaciones exportadoras de las diversas regiones de Brasil, a partir del análisis del perfil de venta al mercado internacional de los Estados y del perfil y porte de las empresas exportadoras. A ello se suma la contratación, por la APEX, de consultorías especializadas para recoger informaciones de mercado y oportunidades de negocios en distintos países. Se deben difundir dichos datos a las empresas exportadoras, en el ámbito de programas sectoriales y/o regionales de promoción comercial. Queda claro, por lo tanto, que por medio de dichas iniciativas se pueden señalar clientes potenciales para los productos brasileños, así como

el precio medio pagado por las empresas, logística de transporte, barreras arancelarias y no arancelarias y beneficios concedidos a otros países por medio de acuerdos preferenciales.

Por otro lado, España dentro de la ley 14/2013, de 27 de setiembre, establece en el artículo 51 lo siguiente: "La acción del Gobierno en materia de fomento de la internacionalización [...], se plasmará en el Plan Estratégico de Internacionalización de la economía española" En base a este enunciado el gobierno español crea el "Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española (2014-2015). Dicho plan tiene como objetivo la mejora de la competitividad y la maximización de la contribución del sector exterior al crecimiento y la creación de empleo. Así mismo, establece medidas en base a 6 ejes: Mejora del clima de negocios y entorno empresarial, Facilitación del comercio exterior y acceso a los mercados, Facilitar el acceso a la financiación por parte de la empresa española, Promoción comercial y apoyo a la empresa, Estímulo a la cultura de la internacionalización y capital humano, y Fomento a la innovación.

En julio de 1999, en el país vecino Colombia; el presidente Pastrana hizo la entrega oficial del documento del Plan Estratégico Exportador el cual tenía como primera meta duplicar las exportaciones para el año 2002.

El tercer objetivo del plan estratégico exportador 1999 – 2009 de Colombia, busca la eliminación de obstáculos que generen sobrecostos en la actividad exportadora, a través de la aplicación de un conjunto de estrategias, tales como: suprimir y agilizar los trámites relacionados con el comercio exterior, facilitar el acceso a recursos financieros para las empresas exportadoras, involucrar e incorporar a los trabajadores como actores activos del Plan Nacional de Productividad y Competitividad, impulsar y articular la gestión de proyectos y acciones que permitan reducir los sobrecostos generados por infraestructura deficiente, cuantificación y seguimiento a los indicadores de competitividad y consolidación de la Red Colombia Compite.

Este objetivo y estrategias se alinean al pilar del Facilitación de comercio exterior del PENX 2003 – 2013 propuesto por el MINCETUR en nuestro país.

Como preámbulo a la ejecución del PENX 2015-2025, "La Cámara", revista semanal de la Cámara de Comercio de Lima, hace una observación y una recomendación sobre el plan estratégico nacional exportador 2003-2013: "Aunque anteriormente se ha hecho esfuerzos en los gobiernos anteriores por tener un plan exportador, no se ha conseguido a la fecha resultados concretos. El PENX 2003–2013, por ejemplo, adolecía de indicadores que permitiesen evidenciar avances, con lo cual tampoco se pudieron corregir acciones y permitido alcanzar metas factibles y eficientes. En la Cámara de Comercio de Lima creemos firmemente en el consenso y en el diálogo constructivo, y por eso hemos analizado el PENX con miras a que sea una estrategia con resultados al término de 10 años. Los empresarios somos los primeros interesados en que se desarrollen las exportaciones.

En el análisis que ha hecho nuestro Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam) se recomienda que el PENX se inicie con un diagnóstico general del comercio exterior peruano, con el fin de identificar debilidades, fortalezas, y oportunidades. Sin este paso previo resulta dificultoso diseñar estrategias que resulten certeras en su implementación. Es importante destacar la importancia que el PENX está concediendo a la exportación de servicios, sobre la cual el viceministro Vásquez también reconoce que representa el 60% de la economía peruana, y que además es el único sector que no ha decrecido en los últimos 12 años. Por estas mismas razones es que la CCL plantea que no se incluya en el PENX, sino que se desarrolle en forma exclusiva un Plan Estratégico Nacional de Exportaciones de Servicios."

Según indicó la ministra Magali Silva Velarde – Álvarez, en la inauguración Peru Services Summit (2014) En el año 2003 las exportaciones de servicios alcanzaron los US\$ 1,993 millones y en el 2013 superaron los US\$ 5,870 millones, es decir, para el año 2013 se habían triplicado. Asimismo, por su idiosincrasia e idioma, Latinoamérica representaba el principal mercado con 60% del total, seguido de Europa con 30% y Estados Unidos con 10%. También declaró que el desarrollo e impulso de la exportación de servicios es una estrategia que el sector viene trabajando con gran dedicación desde hace más de diez años como parte del Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX y cuyos resultados son más que satisfactorios.

Por otro lado, el empresario y líder de opinión de "El Comercio", Franco Giuffra, en su nota "¡Por favor, no más planes!"; realiza una crítica a los planes planteados por el congreso para impulsar la economía, tales como el Plan Nacional de Diversificación Productiva (PNDP) y el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX), los cuales según Giuffra no asumen como punto de partida la idea de que los privados pueden sacar adelante la economía si se les permite trabajar. Ninguna cree cabalmente que lo mejor que puede hacerse es destrabar, eliminar trámites ridículos, facilitar las cosas. No confían en el mercado, sino en dirigir detalladamente la asignación de recursos.

Según el trabajo de investigación "Plan estratégico empresarial de natura 2006 – 2010" realizado por Berneo y Villanueva, se concluye que natura tiene ventajas competitivas como la implementación de actividades de responsabilidad social y el bajo costo de producción, sin embargo ha encontrado dificultades al ingresar al mercado internacional debido a que no ha dado real importancia por atender el mercado local y por no tener líderes capaces de implementar el éxito de Brasil en otros países. Finalmente, los autores recomiendan aplicar la estrategia de marca global para sus actividades internacionales; como estrategia de negocio o estrategia alternativa, adoptar la estrategia agresiva de desarrollo de mercado y desarrollo del producto y, como estrategia genérica, la de diferenciación.

Por su parte la tesis "Plan estratégico para incrementar la exportación de atún en lata de la empresa NIRSA S.A hacia el mercado argentino" realizada por los autores Rosero y León nos

detalla una unión entre de los productores de medianas y pequeñas empresas como una de las estrategias para asegurar el incremento de las exportaciones y la productividad del consumo interno. Así mismo el plan estratégico propuesto en la tesis es atractivo por su baja inversión y alta rentabilidad.

En el trabajo de grado "Diseño del plan exportador para la empresa comercializadora IVISA G&R LTDA" realizada por los autores Rodriguez y Torres, se recomienda usar la estrategia de competencia directa, la cual debe estar basada en calidad y diseño, haciendo uso de las tiendas por departamento como canal de distribución; adicional a ello se recomienda usar el incoterm CIP (Carriage and Insurance Paid to) y usar el manejo de inventarios bajo pedido para evitar así costos excesivos en el manejo de inventarios sin dejar de lado el stock suficiente para atender los pedidos por internet. En cuanto a la estrategia de precios, recomiendan una estrategia de precios de penetración, la cual permitiría a la empresa fijar un precio inicial bajo, para conseguir una penetración rápida y eficaz en el mercado de Estados Unidos.

Por otro lado, la tesis "El impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante el periodo 2000 – 2010", autora Saira Castillo concluye que el impacto de las exportaciones durante el periodo estudiado es significativo, dado que en el 2000 las exportaciones representan el 13% del total del producto bruto interno y en el 2010 el 37%. Así mismo las exportaciones crecieron considerablemente durante dicho periodo, siendo sus principales mercados de destino EE.UU (16.9%), China (15.4%), Suiza (14.8%) y Japón (5%). Basándose en estos puntos Castillo recomienda: buscar alianzas, pues al formarse bloques económicos se amplían los mercados; Perú debe aprovechar mejor ser miembro de la APEC, para usar los mecanismos de cooperación económica y técnica existente en el foro; y, aprovechar el hecho de que China se ha convertido en un fuerte socio comercial.

En el estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la producción y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos, realizado por Lucia Valenzuela, se concluye que una estrategia para el éxito del negocio es realizar los pedidos por a través de agentes o brokers con experiencia en el rubro, dado que ellos tienen la ventaja de conocer bien el mercado y posicionar al producto en lugares estratégicos y de fácil acceso al consumidor final; así mismo la ubicación de la planta sería en Querecotillo, por ser una zona estratégica; proximidad al puerto de Arica, bajo costos de exportación, bajo costo de mano de obra, alto nivel de especialización. A largo plazo se recomienda diversificar para entrar al mercado europeo y asiático; a corto plazo se aconseja llevar una cartera de socios estratégicos, con la finalidad de disponer de la materia prima necesaria en cantidad, calidad y tiempo adecuado; y, mantener una relación estrecha con los agentes o brokers con el objeto que posicionen el producto en los supermercados de mayor demanda.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1. Planeamiento estratégico**

Para entender que es la planeación estratégica, se debe analizar primero que es la estrategia:

Chiavenato (2011) afirma:

La estrategia es, básicamente, el curso de acción que la organización elige, a partir de la premisa de que una posición futura diferente le proporcionará ganancias y ventajas en relación a su situación actual. Al mismo tiempo, la estrategia es un arte y una ciencia; es reflexión y acción, o bien, es pensar para actuar y no tan solo pensar antes de actuar. En esencia, la estrategia es una elección que involucra a toda la organización y que consiste, por una parte, en seleccionar de entre varias alternativas existentes la más conveniente, de acuerdo con los factores internos y externos de la organización; y, por otra parte, en tomar las decisiones con base en esa elección. (p.5)

En cuanto a planeación estratégica, Chiavenato (2011) indica:

La planeación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra. Para Drucker "la planeación estratégica es el proceso continuo, basado en el conocimiento más amplio posible del futuro considerado, que se emplea para tomar decisiones en el presente, las cuales implican riesgos futuros en razón de los resultados esperados; es organizar las actividades necesarias para poner en práctica las decisiones y para medir, con una reevaluación sistemática, los resultados obtenidos frente a las expectativas que se hayan generado. (p.25)

### **Comercio Internacional**

Según Sierralta (2014):

El comercio internacional ha sido tratado, frecuentemente, como una relación natural y secuencial entre las naciones cuando buscan obtener bienes para satisfacer las necesidades de su población o de los Estados, considerando que la apertura de las fronteras y la eliminación de las barreras son los únicos medios para impulsar ese intercambio. Sin embargo, la realidad histórica y la evidencia más reciente nos muestran que ese flujo no es tan libre ni espontáneo ya que los diferentes actores presionan, actúan motivados por otros intereses, utilizando distintos mecanismos y prácticas no siempre honestas ni leales. (p.31)

## Comercio Exterior

El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.

La principal característica que presenta el comercio exterior es que el mismo supone el ingreso al país de moneda extranjera, de divisas, que le significan al estado en cuestión la generación de riquezas, porque el país que exporta sus bienes o servicios y los envía a otro país, que realiza la acción de importación, recibirá a cambio de éstos una suma de dinero que corresponde a la moneda que ostente el país importador.

La diferencia entre comercio exterior (CE) y el comercio internacional (CI) es que el CI incorpora las transacciones globales de los productos. Un ejemplo de ello es el precio del petróleo, que está sujeto a un cambio en su precio en razón del comercio internacional. De manera que el petróleo se ve afectado por los sucesos económicos y comerciales del mundo. Mientras que en el comercio exterior, es un país en específico o un bloque comercial el que establece relaciones de intercambio comercial con el resto del mundo.

## Exportaciones

En términos económicos, la exportación es el proceso de vender bienes o servicios en un país extranjero. Este proceso lo puede realizar tanto una persona jurídica como una persona natural y está regulado por disposiciones legales y comerciales establecidas en acuerdos establecidos por los países involucrados en la transacción comercial.

En términos aduaneros, la SUNAT nos dice que la exportación es un régimen aduanero por el cual, se permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. Para ello la transferencia de bienes debe efectuarse a un cliente domiciliado en el extranjero.

### Tipos de exportación en el Perú

En el Perú existen tres tipos de regímenes de exportación: Exportación Definitiva y exportación temporal para reimportación en el mismo estado; siendo el primero, el más usado.

El régimen de *exportación definitiva* tiene como finalidad Facilitar el despacho para la exportación de mercancías nacionales o nacionalizadas que salen del territorio aduanero para su uso o **consumo definitivo** en el exterior.

El régimen de *exportación temporal para reexportación en el mismo estado* tiene como finalidad permite recibir determinadas mercancías en el territorio aduanero, con suspensión de los derechos arancelarios y demás impuestos que graven su importación, debidamente garantizados,

destinadas a cumplir un fin determinado en un lugar específico y ser reexportadas en el plazo establecido sin haber experimentado modificación alguna, con excepción de la depreciación normal como consecuencia del uso.

Existe también un régimen que tiene como finalidad Facilitar el despacho para la exportación definitiva de mercancías con o sin la intervención de un despachador de aduana que, por su cantidad, calidad, especie, uso, origen o valor, y sin fines comerciales o si los tuviera no son significativos para la economía del país. A este régimen se le conoce como *Despacho Simplificado de Exportación*

#### Tipos de exportadores

Según Daniels, John D.; Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2013) Existen tres tipos de exportadores, los cuales en base a las prácticas empresariales se dividen en lo siguiente:

- **Exportadores ocasionales:** Este tipo de empresa ha surtido pedidos no solicitados a compradores extranjeros, pero investiga pasivamente, si acaso lo hace, las opciones de comercio internacional. Los exportadores ocasionales entienden los conceptos básicos del proceso de exportación. Sin embargo, por una serie de razones, no lo ven como un aspecto vital de su estrategia.
- **Exportadores regulares:** Este tipo de empresa persigue agresivamente las ventas de exportación y tiene una amplia experiencia con sus aspectos prácticos, complejidades y tecnicismos. Ve la exportación como una actividad productiva, rentable y estratégica.
- **No exportadores:** Este tipo de empresa tiene poco o ningún conocimiento acerca de la exportación. A menudo no profesa ninguna intención, presente ni a futuro, de participar en el comercio internacional. Aunque esto suena como si fuera una deficiencia, muchas empresas crecen en el mercado interno sin exportar simplemente porque producen bienes y servicios que no viajan bien a los mercados extranjeros. Aun así, hay muchas empresas cuyos productos viajarían bien, pero simplemente prefieren no molestarse con la exportación. Esta población es un objetivo primordial de los programas públicos de promoción de exportaciones. (p.484)

#### Beneficios de la exportación:

Daniels, John D.; Radebaugh, Lee H. y Sullivan, Daniel P. (2013), mencionan tres dimensiones importantes que impulsan la exportación de bienes o servicios:

- **Rentabilidad:** La ventaja clave de la exportación es el potencial de aumentar la rentabilidad. A menudo las compañías venden sus productos a precios más altos en el extranjero que en el propio país. Los mercados extranjeros pueden carecer de alternativas

competitivas o pueden estar en diferentes etapas del ciclo de vida del producto. Los productos en casa desencadenan la competencia de precios, mientras que las etapas de crecimiento en los mercados extranjeros permiten imponer precios más altos. También las exportaciones permiten a una empresa ampliar su alcance de ventas. Aunque no es absolutamente decisivo para las empresas localizadas en grandes mercados, como Estados Unidos, el acceso a mercados más grandes es un factor decisivo para las empresas que están en mercados pequeños, como el de Suiza, El director de desarrollo de negocios de Certified Worldwide dijo: "Al no exportar, nosotros no estábamos aprovechando nuestro potencial completo de ventas, algo así como dejar el dinero sobre la mesa".

- **Productividad:** La exportación ayuda a las empresas a mejorar la productividad. A menudo la productividad está ligada a efectos de escala cada vez mayores; al hacer uso de la capacidad no utilizada, o al distribuir los costos de investigación entre más clientes, se mejora la operatividad. Por lo tanto, vender más productos en más mercados impulsa las ganancias en productividad. Además, el flujo de conocimiento entre los compradores internacionales y los competidores extranjeros exportadores impulsa a los exportadores a innovar.
- **Diversificación:** La exportación permite a las empresas diversificar sus actividades, fortaleciendo así su capacidad de adaptación a los cambios del mercado. Pero en lo más mínimo, el desarrollo de clientes en diferentes mercados reduce la vulnerabilidad a la pérdida de un comprador local. También mejora el poder de negociación con los proveedores existentes. Además de las distintas tasas de crecimiento en diferentes mercados permiten a una empresa utilizar las fuertes ventas en un país para compensar las débiles ventas en otros. (p. 486, 487)

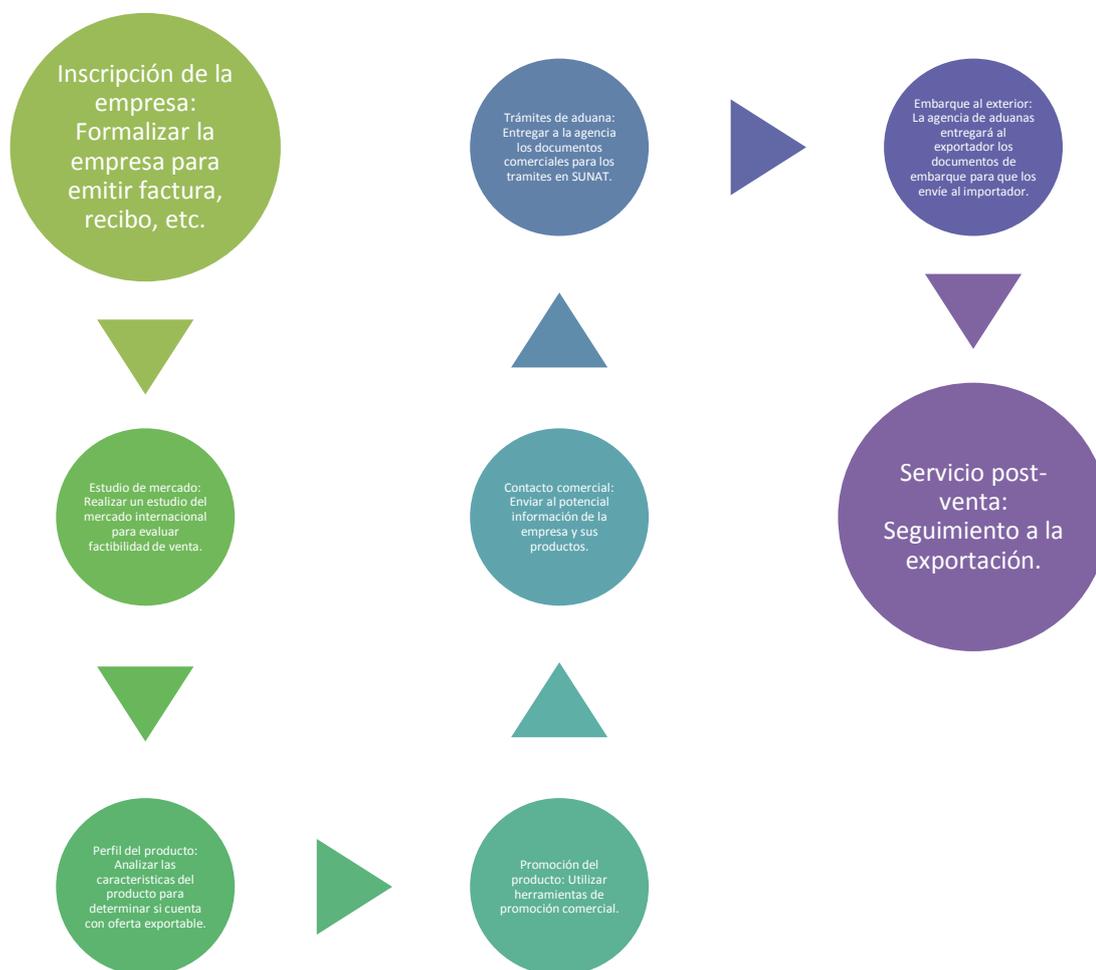
Por el contrario Charles W.I. Hill (2011) nos explica que de no tener experiencia en esta actividad económica podríamos caer en problemas frecuentes que se dan desde que se intenta hacer negocios con el extranjero por primera vez, lo que podría generar escepticismo ante futuros negocios de exportación. Entre los problemas más comunes que menciona Hill, encuentra el análisis deficiente de los mercados extranjeros, el poco conocimiento de las condiciones de competencia en ellos, la falta de adaptación de la oferta de producto a las necesidades de los clientes foráneos, la carencia de un eficiente programa de distribución, una inadecuada campaña promocional y problemas para conseguir financiamiento. Los exportadores novatos tienden a subestimar el tiempo y los conocimientos de recursos administrativos que deben dedicar a esta actividad. A menudo, los exportadores tienen que enfrentarse a una gran cantidad de papeleo, tramites complejos y muchos retrasos y errores potenciales. (p.511)

## Requisitos para exportar

Los requisitos mínimos para realizar una exportación son los siguientes:

- RUC o DNI (personas naturales no obligadas a inscribirse en el RUC, de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 3º de la Resolución de Superintendencia N° 210-2004/SUNAT)
- Copia del conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre (De acuerdo al medio de transporte elegido)
- Copia SUNAT de la factura comercial.
- Documento que acredite el mandato a favor del agente de aduana (copia del documento de transporte debidamente endosado o poder especial)
- Otros que por la naturaleza de la mercancía se requiera para su exportación.

Procedimiento para exportar:



Elaboración propia. Fuente: SIICEX.

## Inflación

Según Ramón A. Ruiz, en su boletín, "INFLACIÓN: DEFINICIÓN, CAUSAS Y EFECTOS"; la inflación está, junto con la desocupación de la fuerza laboral, entre los principales problemas macroeconómicos de corto plazo, aunque sus efectos pueden perdurar en el tiempo. Por esa razón, se ubica en el centro de las preocupaciones y discusiones sobre la marcha de la economía, tanto por parte de los gobiernos, como de los agentes económicos y del público en general, trascendiendo al ámbito de lo político y mediático.

Pero, ¿Qué entendemos por inflación?; La inflación se define como el incremento general del nivel de precios, es decir un promedio de precios de bienes y servicios de consumo.

Dicho nivel de precios se define examinando dos indicadores: El deflato del PIB y el índice de precio de consumo.

**El deflactor del PBI:** Indica el precio medio de la producción, es decir, de los bienes finales producidos en la economía.

**El índice de precios de consumo (IPC):** Indica el costo monetario de una lista específica de bienes y servicios en el tiempo. Esta lista se basa en un minucioso estudio del gasto de los consumidores e intenta representar la cesta de consumo de un consumidor urbano representativo. Solo se actualiza cada diez años.

Ambos índices son determinantes para establecer la tasa de inflación; el deflactor del PBI, que es el precio de los bienes consumidos y el IPC que es el precio de los bienes consumidos; diferenciándose en la mayoría de los casos en un 1%.

### **Inflación Pura**

Según Oliver Blanchard y Daniel Perez Enri, en el libro "Macroeconomía: Aplicaciones para Latinoamerica", pag. 55 – 56. Se define como inflación pura a la subida rápida y proporcional de precios y salarios; es decir, en una economía que tiene un 10% de inflación los precios subirían 10% al año, pero también los salarios, por lo que los salarios reales no variarían. La inflación no sería totalmente irrelevante; la gente tendría que mantenerse al tanto de la subida de precios y de los salarios para tomar sus decisiones, pero eso sería una pequeña molestia, que difícilmente justificaría que se hiciera del control de la tasa de inflación. Como este supuesto es imposible en una economía real, a los economistas les preocupa lo siguiente de la inflación:

- No todos los precios y salarios suben proporcionalmente, por lo que afecta a la distribución de la renta.
- Las variaciones de los precios relativos también crean incertidumbre por lo que es difícil para las empresas tomar decisiones de inversión.

Según los macroeconomistas la mejor tasa de inflación debe oscilar entre 0 y 3%.

Consecuencias de la inflación Alta:

Según Oliver B. y Daniel P., pag. 679; la elevada inflación es un estado que afecta a toda la economía, pues la volatilidad de precios envuelve a los agentes económicos en una cadena de conjeturas, sin información confiable.

Esto trae como consecuencia que los precios evolucionen de forma errónea debido a las expectativas del público y los cambios poco regulares en la política económica que tiene que satisfacer demandas frecuentemente contradictorias, tales como los gastos de desarrollo social y económico y el equilibrio fiscal.

Los conflictos sociales se agudizan y debido a las conductas especulativas, se dificultan las posibilidades de encarar con éxito una política de crecimiento. En consecuencia, para que el sistema económico pueda funcionar, es preciso que el control y la baja de la inflación se transformen en objetivos prioritarios de las sociedades contemporáneas. De allí la necesidad de un diagnóstico que explique las causas de este proceso y la importancia de lograr un buen diseño de las políticas.

Los beneficios de la inflación:

- El señoriaje, es el ingreso derivado de la emisión y venta de bonos, donde el Banco Central es el comprador.
- La presencia de inflación permite realizar ajustes a la baja en los salarios reales más fácilmente que cuando no hay inflación.

### **Fondos de Inversión**

Según nos comenta Joaquín López Pascual en su libro *Los Fondos de Inversión* (3ra edición, S.L. Dykinson, Pag.24) "Múltiples son las definiciones existentes sobre fondo de inversión. En líneas generales, y como punto de partida se puede aceptar como concepto básico de Fondo de inversión: El patrimonio común, o cartera de valores, perteneciente a una pluralidad de inversores finales denominados partícipes.

En un sentido más amplio, el fondo de inversión va a suponer la existencia de un patrimonio colectivo amplio sin personalidad jurídica, que emite participaciones distribuidas entre muchos inversores o partícipes.

Este patrimonio va a ser gestionado por un operador profesional conocido como "Sociedad Gestora", de acuerdo con unos principios generales y políticas de inversión establecidos en el reglamento del Fondo y que se va a materializar, mayoritariamente, en activos financieros que se encuentran custodiados en las llamadas "Entidades Depositarias". En definitiva, el Fondo va a procurar aglutinar o agrupar los Fondos provenientes de numerosos inversores hasta lograr constituir patrimonios de cierta importancia."

## Competitividad

La Real Academia Española (1992, p.523) define el término competitividad utilizando las siguientes acepciones:

1. Capacidad de competir.
2. Rivalidad para la consecución de un fin.

Etimológicamente la voz competitividad proviene de competencia, entendida esta última en su acepción más general como "oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa"

En la actualidad el planteamiento generalmente aceptado es aquel que lo define como "la capacidad de una empresa u organización para desarrollar y mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan alcanzar, obtener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico en el que actúa."

### 2.3 Definición de Términos:

**PBI per cápita:** Producto Bruto interno por habitantes, suma de todos los bienes y servicios producidos por un país y dividido por la población de dicha nación.

**Balanza de pagos:** Registro de todas las transacciones monetarias (bienes, servicios y capitales) producidas entre un país y el resto del mundo en un determinado periodo de tiempo.

**Balanza comercial:** Componente de la balanza de pagos. Registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un periodo de tiempo.

**Superávit:** Se da cuando los ingresos superan a los gastos.

**PEA:** (Población económicamente activa) Es el conjunto de personas que se encuentra en el rango de edad que cada estado fija como límites mínimo y máximo para ingresar y egresar del mundo laboral, se encuentra debidamente trabajando o está buscando activamente un puesto de trabajo.

**OMC:** (Organización Mundial del Comercio) Es una organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Sus pilares se fijan en los acuerdos de la OMC,

que han sido firmados y negociados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial.

**Idexcam:** (Instituto de investigación y desarrollo del comercio exterior) Es una institución que tiene como finalidad aportar en la mejora de la calidad de la formulación de políticas y regulaciones comerciales, así como en el establecimiento de una visión moderna del comercio exterior que lo haga sostenible en el tiempo.

**APEC:** (Foro de cooperación económica Asia-Pacífico) Es un mecanismo de cooperación de carácter gubernamental, el cual opera teniendo como base el consenso. Tiene como finalidad consolidar el crecimiento y la prosperidad de los países del Pacífico, tratando temas relacionados con el intercambio comercial, coordinación económica y cooperación entre sus integrantes.

**CONASEV:** Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores, actualmente "Superintendencia de mercado de valores". Es un organismo público y descentralizado y que a su vez está adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas. Su principal finalidad es la de impulsar el mercado de valores, además de velar por que se dé un adecuado manejo de las empresas que forman parte del sistema y siempre normar la contabilidad de las mismas.

**COFIDE:** Banco de desarrollo de segundo piso que canaliza los recursos que administra a través de otras instituciones financieras.

**Producto Tradicional:** Un producto es tradicional cuando su valor agregado en su proceso de producción no transforma su esencia natural.

**Producto No Tradicional:** Un producto es No tradicional cuando es transformado y pierde su esencia natural.

**AELC:** (Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio) Bloque comercial creado el 4 de enero de 1960 por la convención de Estocolmo como alternativa a la comunidad Económica Europea. El AELC agrupa a los países que prefirieron no ingresar a la Unión Europea, su objetivo consiste en favorecer la expansión económica y la estabilidad financiera de todos sus miembros.

**Acuerdo bilateral:** Acuerdo entre dos partes que genera obligaciones recíprocas.

**Commodities:** Todo bien que tiene valor o utilidad, y un muy bajo nivel de diferenciación o especialización.



## CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS

### 3.1. Hipótesis

#### 3.1.1. Hipótesis general:

El alcance de la competitividad macroeconómica, fiscal y financiera del “Pilar Facilitación del Comercio Exterior” del PENX del 2003 al 2013 es alto.

### 3.2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL					
		DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE	FUENTE DE INFORMACIÓN	MÉTODO E INSTRUMENTOS
PILAR: FACILITACION DE COMERCIO EXTERIOR	Representa uno de los cuatro pilares del Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2025. Este pilar busca la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior que fomenten el desarrollo de la infraestructura y permitan el acceso y la	COMPETITIVIDAD MACROECONÓMICA Y FISCAL	INFLACIÓN BAJA	<ul style="list-style-type: none"> <li>TASAS DE INFLACIÓN NO MAYORES AL 2,5 %</li> </ul>	CUANTITATIVA	BCR	ANÁLISIS DOCUMENTAL
				<ul style="list-style-type: none"> <li>REDUCCIÓN DEL DÉFICIT ECONÓMICO</li> </ul>			
				<ul style="list-style-type: none"> <li>AUMENTO DEL SUPERÁVIT</li> </ul>			
		SOSTENIBILIDAD FISCAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>NÚMERO DE ACUERDOS COMERCIALES</li> <li>PREFERENCIA ARANCELARIA</li> </ul>	MIXTA	PROMPERU	ANÁLISIS DOCUMENTAL	
			DEMANDA INTERNACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>CANTIDAD IMPORTADA EN TONELADAS</li> <li>PRECIO INTERNACIONAL</li> <li>TASA DE CRECIMIENTO</li> </ul>	CUANTITATIVA	TRADEMAP SICEX	ANÁLISIS DOCUMENTAL
		COMPETITIVIDAD FINANCIERA	FONDOS DE INVERSIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>NUMERO DE FONDOS CREADOS</li> <li>NUMERO DE FONDOS ATRAIDOS</li> <li>NUMERO DE EXPORTADORES SATISFECHOS</li> </ul>	CUANTITATIVA	MINCETUR COFIDE SBS PROMPEX CONASEV	ANÁLISIS DOCUMENTAL

	<p>prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio. Debido a su impacto en la competitividad, la facilitación del comercio está emergiendo como un factor importante para el comercio y el desarrollo económico de los países.</p>		<p>MECANISMOS DE FACILITACION DEL FINANCIAMIENTO DEL EXPORTADOR</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOTAL DE EXPORTACIONES ANUALES</li> <li>• LOGROS Y LECCIONES APRENDIDAS DEL PENX 2003 - 2013</li> </ul>	<p>CUANTITATIVA</p>	<p>MEF SBS COFIDE</p>	<p>ANÁLISIS DOCUMENTAL</p>
--	--	--	---	--	---------------------	-------------------------------	----------------------------

## **CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS**

### 4.1. Diseño de investigación

#### **Tipo de Investigación:**

La presente investigación es No Experimental – Descriptiva debido a que no se realizará ninguna prueba; y se procederá a analizar datos históricos y estadísticos.

Así mismo, es de diseño longitudinal, dado que el periodo de tiempo a analizar es del 2003 al 2013.

### 4.2. Unidad de estudio

Datos estadísticos de las exportaciones del Perú durante el periodo de tiempo del 2003 al 2013.

Regulaciones e iniciativas adoptadas para la facilitación del comercio exterior.

### 4.3. Población

- Población n°1: Memoria y registros estadísticos del Banco Central de Reserva del Perú en el periodo 2003 – 2013.
- Población n°2: PENX 2015-2025

### 4.4. Muestra (muestreo o selección)

Población muestral: Análisis de toda la población.

### 4.5. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

#### **Técnica de recolección de datos:**

Análisis documental: Se realizará un análisis de los documentos y registros estadísticos de nuestra unidad de estudio.

#### **Instrumento de recolección de Datos:**

Ficha de registro de datos

### 4.6. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Una vez que se hayan recolectado los datos se procederá a analizar los datos mediante gráficos comparativos, que demuestren la evolución del objetivo de nuestra investigación a lo largo del periodo de estudio.

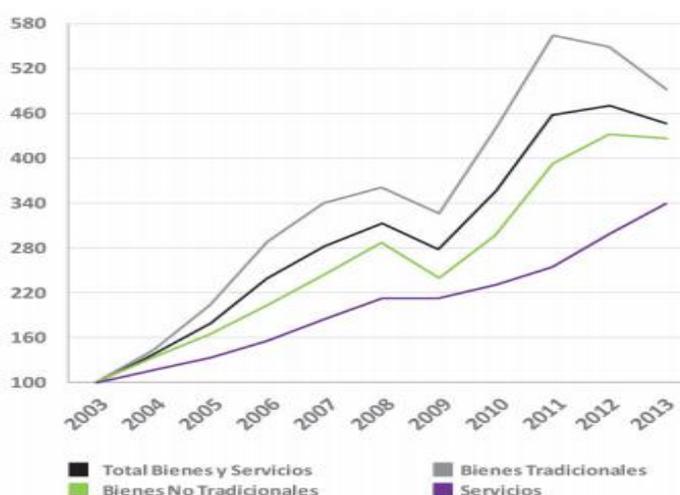
## CAPÍTULO 5. RESULTADOS

Tabla n°3: Evolución de las exportaciones del 2003 al 2013, según las memorias anuales del Banco Central de Reserva del Perú

	Millones de US\$										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>I. PRODUCTOS TRADICIONALES</b>	6357	9199	12918	18461	21464	23796	20622	26669	35837	34826	30954
<b>PESQUEROS</b>	821	1104	1303	1335	1460	1791	1683	1884	2099	2312	1707
<b>AGRICOLA</b>	224	325	330	574	460	685	636	975	1689	1095	785
<b>MINEROS</b>	4691	7124	9759	14735	17238	18657	16382	21723	27526	26423	23257
<b>PETROLEO CRUDO Y DERIVADOS</b>	621	646	1526	1818	2306	2663	1921	3088	4568	4996	5205
<b>II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES</b>	2734	3610	4418	5370	6417	7733	6340	7875	10477	11197	10985
<b>TOTAL EXPORTACIONES</b>	9091	12809	17336	23830	27882	31529	26962	34565	46314	46023	41939

Figura n°3: Evolución de las exportaciones durante el periodo del 2003 al 2013

(Índice 2003=100)



Fuente: SUNAT, BCRP .

A partir de la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX), se registró un aumento en las exportaciones tradicionales y no tradicionales a lo largo del periodo de estudio, sin embargo se observa algunas fluctuaciones a tomar en cuenta.

En el año 2008, la economía peruana y mundial se vió afectada por el aumento de precios de productos como el petróleo, los alimentos, los bonos, entre otros; sin embargo las cotizaciones de nuestro principal commodity: los minerales, contrarrestaron este aumento de precios. Finalmente las exportaciones en ese año aumentaron en 13.1% (5.1% por aumento de precios y 8% por aumento en el volumen).

Contrariamente en el 2009, la mala situación económica a nivel internacional generada por Estados Unidos se mantuvo hasta el primer trimestre del 2009, a partir de lo cual se comenzó a aplicar correcciones significativas en el mercado financiero que permitieron la mejora progresiva de la economía mundial.

En el 2010 la economía global se recuperó y para las economías emergentes significó un aumento de precio en materias primas o commodities. Para el Perú fue una oportunidad para mostrar a los inversionistas extranjeros la estabilidad económica que poseía.

En los siguientes años se registró un aumento en las exportaciones como consecuencia de una serie de medidas entre las que destacan: Límites a los préstamos bancarios, aumento en la tasa de créditos

hipotecarios y cuota inicial para compra de la segunda vivienda\*; y la prohibición de la compra de la tercera vivienda.

En el año 2013 las exportaciones totales fueron de US\$ 41 939 millones, 9% menos que el año anterior debido a la reducción de los precios de los productos tradicionales tales como oro, cobre y café. Con respecto al volumen las exportaciones de harina de pescado disminuyeron por factores climáticos y regulatorios; el café se vio afectado por la plaga de la roya amarilla en los cultivos.

Tabla n°4: Comparación del cumplimiento del pilar facilitación del comercio exterior entre el objetivo, lo logrado y lo aprendido durante el 2003 al 2013:

OBJETIVO	LOGROS	LECCIONES APRENDIDAS
<p>Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomento el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.</p>	<p>Se avanzó en la reducción de la “tramitología” relacionada al comercio exterior. Por ejemplo, mediante la VUCE (creado en el 2006), se ha incorporado todos los 260 procedimientos administrativos de mercancías restringidas, atendiendo a más de 26 mil usuarios y generando S/.80 millones en ahorros, 400 mil autorizaciones electrónicas y 200 mil certificados de origen. Asimismo, se contribuyó a través del Plan de Facilitación, a la reducción de costos logísticos a través del apoyo a los procesos de concesión de puertos y aeropuertos a nivel nacional (US\$ 4,000 millones en compromisos de inversión) y la implementación del Exporta Fácil (2009). Por otra parte, se facilitó el acceso al financiamiento al comercio exterior por parte de las PYMEs mediante la mejora y desarrollo de productos financieros como el Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) y el Seguro de Crédito a la</p>	<p><b>Coordinación multisectorial, clave del éxito:</b> Para mantener una sólida política comercial, se requiere de una permanente coordinación interinstitucional. Tal como la experiencia muestra se han dado intervenciones por diversos sectores dirigidos a las mismas cadenas y regiones sin mayor coordinación, lo cual claramente ha duplicado los costos de las intervenciones y no se ha aprovechado el conocimiento de cada uno en la búsqueda de soluciones comunes. Por otra parte, mientras se superaba las barreras internacionales al comercio a través de los acuerdos comerciales durante la vigencia del PENX, se hacía cada vez más evidente la necesidad de superar otras barreras al comercio, tales como los protocolos sanitarios y fitosanitarios que requieren nuestros productos en el exterior, los elevados costos logísticos que enfrentan nuestros exportadores, la necesidad de una mayor eficiencia aduanera y la reducción de la “tramitología” necesaria para realizar operaciones de comercio exterior, entre otros. Estos temas abarcan competencias de diversos sectores y niveles de gobierno, pero tienen una incidencia muy grande en el comercio exterior.</p> <p><b>Institucionalidad del sector comercio exterior:</b> En línea con lo anterior, resulta también necesario que el sector consolide su institucionalidad. En ese sentido, desde el año 2012, las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior pasaron a formar parte del MINCETUR. Los Consejeros Comerciales se han convertido en parte fundamental del trabajo del sector, realizando acciones de promoción e inteligencia comercial in situ, e informando en tiempo real sobre oportunidades de mercado, convirtiéndose también en piezas clave para el desarrollo de los nuevos Planes de Desarrollo de Mercados (PDM) y de los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX), identificando potencialidades para las diferentes regiones del país en sus respectivos ámbitos geográficos. Adicionalmente, la adecuación de la institucionalidad del Sector hacia el desarrollo y la facilitación del comercio exterior, sin descuidar la negociación y administración de acuerdos comerciales con una agenda más agresiva de aprovechamiento de mercados y superación de barreras comerciales, debiera impulsar a las demás instituciones vinculadas al comercio exterior a profundizar sus esfuerzos en esa misma línea.</p>

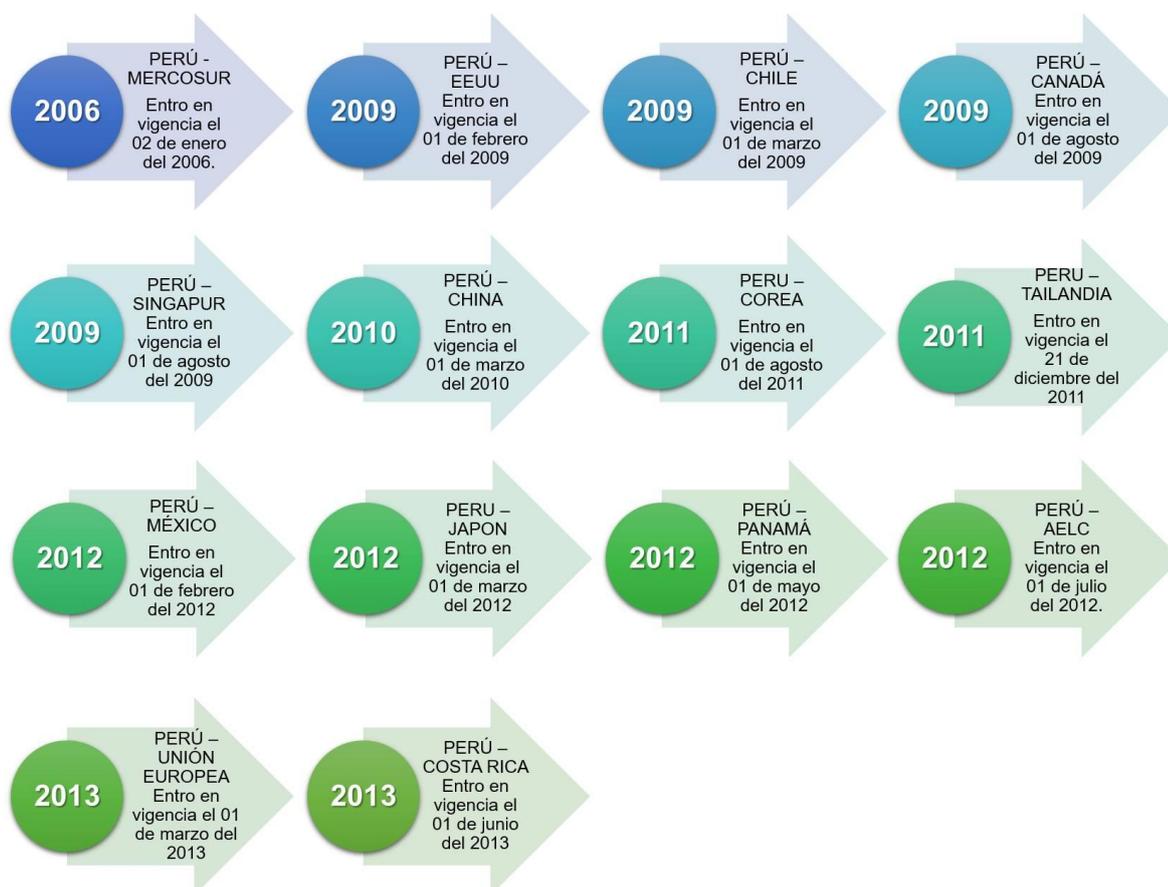
	exportación para las PYMEs (SEPYMEX).	<p><b>Focalización de esfuerzos.</b> El PENX contó con 6,000 actividades planteadas, las mismas que fueron reducidas posteriormente a 1,285 con el objetivo de focalizar acciones, pues se encontró que algunas estaban vinculadas a las funciones que día a día llevan a cabo las instituciones públicas, algunas actividades se duplicaban y otras no estaban vinculadas directamente al comercio exterior. A fin de evitar una situación similar en la implementación del PENX 2025, es necesario focalizar adecuadamente los esfuerzos para la internacionalización de las empresas y llevar a cabo un apropiado seguimiento, asegurando el mayor impacto de las mismas con la participación activa de todos los niveles de gobierno, sector privado y académico.</p>
--	---------------------------------------	---

Elaboración Propia. Fuente PENX 2015-2025

Podemos observar que las estrategias planteadas para el cumplimiento del objetivo de facilitación del comercio exterior, no estuvieron focalizadas en los principales puntos de trabajo, sino que se enfocaron en todos los problemas de tramitología existentes en ese momento, lo cual origino que se distorsionara el objetivo principal, así como exceso de gastos tanto en recursos humanos como económicos.

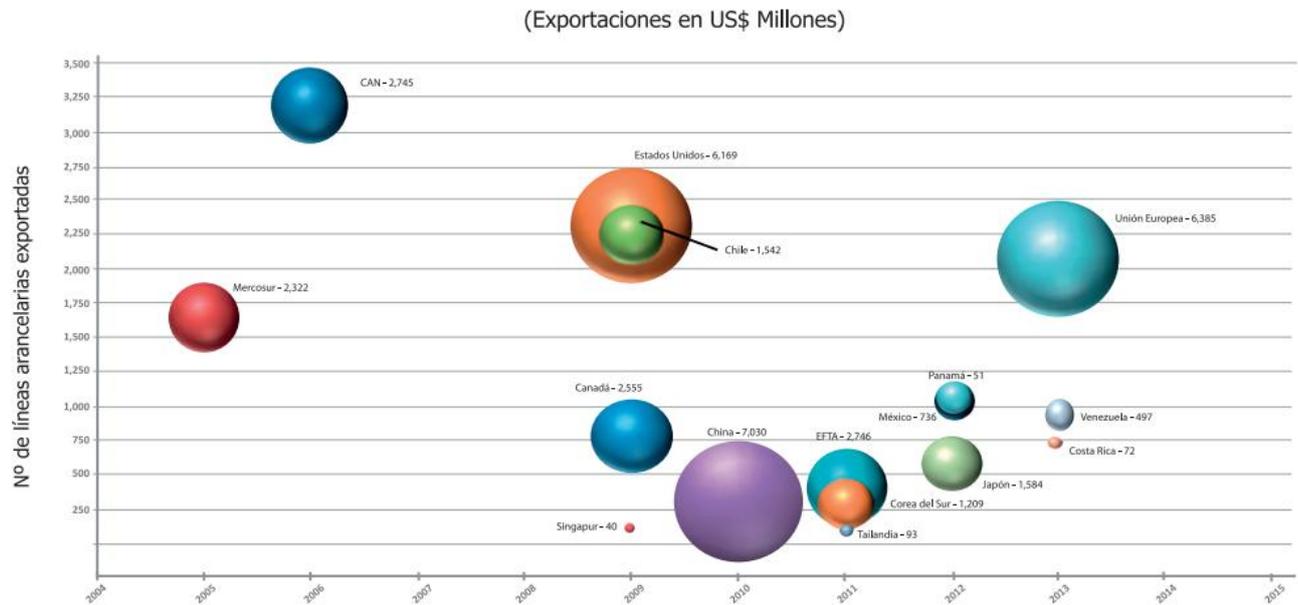
Por otro lado se puede destacar que a través del plan de facilitación y de la implementación del Exporta Fácil se pudo reducir costos logísticos mediante el apoyo a los procesos de concesión de puertos y aeropuertos a nivel nacional.

Figura n°4: Acuerdo Comerciales firmados entre el periodo 2003 al 2013



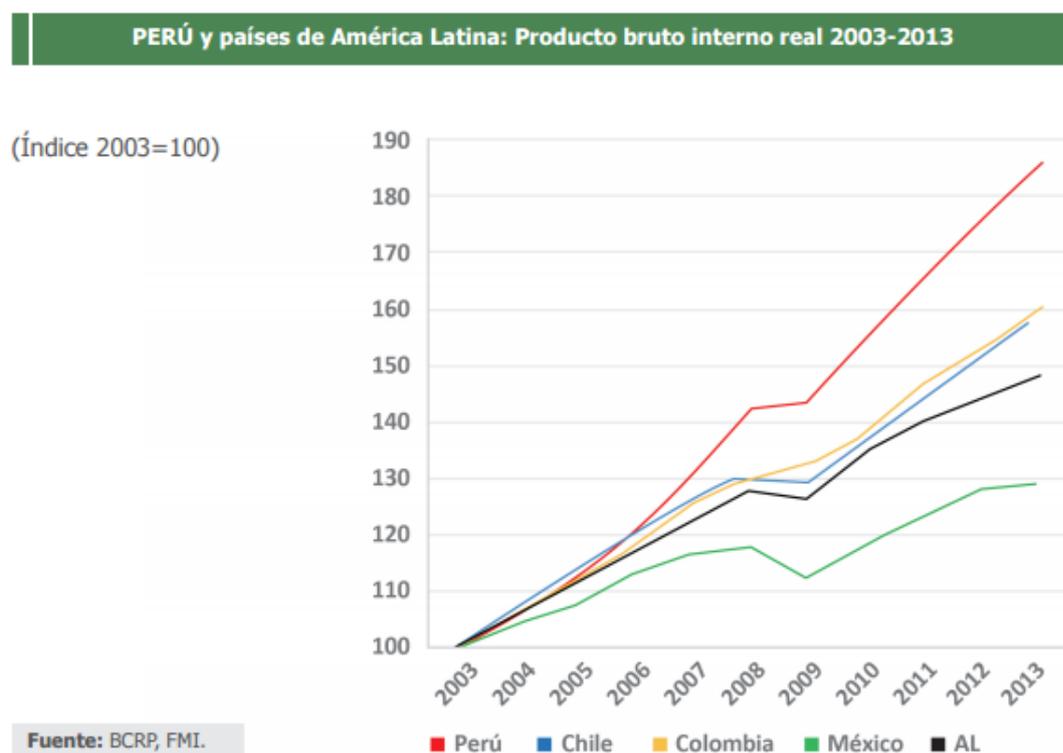
Entre el periodo 2003 al 2013 se firmaron 14 acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales con la finalidad de fomentar y facilitar el intercambio de bienes y servicios a nivel internacional.

Figura n°5: Línea de tiempo de acuerdos comerciales vigentes al 2014



En la figura n°5 podemos observar las exportaciones (US\$ Millones), que ha generado cada acuerdo comercial en el rango de tiempo del 2003 al 2013; donde podemos resaltar que el tratado con Estados Unidos, China y la Unión Europea son los que han generado mayores ingresos.

Figura n° 6: Producto bruto interno real 2003 – 2013 en Perú y países de América Latina



De acuerdo a la figura n° 6, el producto bruto interno (PBI) ha ido incrementando en el periodo 2003 – 2013; Perú durante dicho lapso de tiempo logró posicionarse como el país con el crecimiento más alto.

## **CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN**

La presente investigación busca Análisis de la competitividad macroeconómica, fiscal y financiera del “Pilar Facilitación del Comercio Exterior” del PENX del 2003 al 2013, por lo cual carece de una hipótesis.

A continuación se estará detallando los principales hallazgos de este estudio,

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación se puede afirmar que la implementación de un plan estratégico nacional exportador en el año 2003 fue una medida óptima para la situación económica en la que se encontraba el Perú. Según Pedro V. (2006), afirma que la balanza comercial del Perú durante los años 1995 y 2001 fue negativa y que el crecimiento positivo a partir del año 2002 es producto del fuerte crecimiento de las exportaciones incentivados por promoción del comercio exterior.

Por otro lado, según los resultados obtenidos se coincide con Carlos Posada (2015) que el decreto legislativo 668 aportó a la liberación de trabas y trámites burocráticos para exportaciones e importaciones. Con el pilar de Facilitación de comercio exterior se busca reducir tiempo y costos en los procedimientos aduaneros, así mismo conlleva un cambio de mentalidad no solo en el Estado sino en los empresarios, pues los obliga a mejorar sus estándares de calidad, bajar sus precios y ofrecer un producto competitivo.

Según la investigación realizada de los acuerdos que tenemos hoy en vigencia el 70% entraron en vigor entre el periodo de estudio (2003 – 2013); lo cual coincide con lo indicado por Alvino (2014), quien destaca que la estrategia de apertura comercial ha tenido un impacto positivo sobre el comercio exterior, sobre todo en la especialización de las exportaciones en actividades industriales, ya que el valor de las exportaciones estrictamente manufacturadas y de las exportaciones no tradicionales se ha incrementado de manera importante. Asimismo, ha tenido un impacto positivo sobre el crecimiento económico, incrementando de manera positiva tanto el producto interno bruto total y el producto interno bruto per-cápita. En consecuencia, a diferencia de los detractores de la apertura comercial de que el crecimiento económico solo ha estado basado en el patrón de especialización primario exportador, tenemos ahora un crecimiento económico basado tanto en el patrón de especialización primario exportador y secundario exportador, aunque este último en una pequeña proporción.

## **CONCLUSIONES**

- A lo largo del periodo del 2003 al 2013 las exportaciones han aumentado significativamente debido a las mejoras en las regulaciones, incentivos, y capacitación, como parte de las estrategias planteadas en el pilar de facilitación del comercio exterior.
- Cabe indicar que en el 2009 y 2012, se observa una disminución en las exportaciones peruanas, sin embargo dicho descenso es debido a factores externos a la economía peruana.
- En el año 2004 se elaboró el Plan Maestro de Facilitación de Comercio el cual incluyó acciones, iniciativas y políticas que permitían reducir los costos y tiempos de realizar una operación de comercio exterior, este plan incluyó 6 componentes: competitividad financiera, competitividad macroeconómica y fiscal, competitividad logística en operatividad aduanera, competitividad logística en infraestructura y servicios de transporte terrestre, competitividad logística en infraestructura y servicios de transporte aéreo, y competitividad logística en infraestructura y servicios de transporte marítimo, alcanzando a julio de 2014 un nivel de avance del 93% (Fuente: Sociedad Nacional de Industrial – Comité Textil)
- El alcance de la competitividad macroeconómica, fiscal se ve reflejada en los anexos 5 y 6 donde se observa que el Perú aumentó su PBI significativamente con respecto a otros países adicionalmente podemos ver que las mejoras en las regulaciones, incentivos y el aumento de acuerdos comerciales generó que las exportaciones fueran aumentando progresivamente.
- El alcance de la competitividad financiera se puede observar en el número de exportadores beneficiados por el desarrollo, promoción e implementación de instrumentos financieros y fondos concursables para el financiamiento de proyectos de comercio exterior.
- Finalmente podemos concluir que tanto la competitividad macroeconómica, fiscal y financiera han contribuido significativamente a que el Plan Maestro de Facilitación haya alcanzado a julio de 2014 un nivel de avance del 93%, lo cual valida nuestra hipótesis de que el alcance de las competencias analizadas a lo largo de la presente tesis ha sido alto y ha traído grandes beneficios que se ven reflejados en el crecimiento del Perú, como una nación competente en el mercado internacional.

## **RECOMENDACIONES**

- Para distribuir adecuadamente los recursos económicos y humanos se recomienda definir correctamente los objetivos y las acciones a tomar como parte del plan estratégico establecido.
- Se recomienda establecer una estrategia para mejorar la comunicación interinstitucional a nivel nacional, con el objetivo de lograr implementar todas las acciones planteadas en el plan maestro de facilitación de comercio.
- Se recomienda continuar con la iniciativa de promoción de exportación y reducción de barreras internacionales, para incrementar las exportaciones tradicionales y no tradicionales.

## REFERENCIAS

- Luis Bortesi Longhi (2003), *Situación Económica y Financiera*. Recuperado de: <http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2003/segundo/a07.pdf>
- John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan (2013). *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*. Décimo cuarta edición. Publicado por Pearson.
- Charles W. L. Hill (2011). *Negocios Internacionales: Competencia en el mercado global*. Octava edición. Publicado por: Mc Graw Hill.
- <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/inta-pg.02.htm>
- Anibal Sierralta Rios (2014). *Comercio Internacional: Dumping – Salvaguardias y Subvenciones*. Primera edición. Publicado por: Universidad de Medellín.
- Idalberto Chievenato Arao Sapiro (2011). *Planeación estratégica: Fundamentos y Aplicaciones*. Segunda edición. Publicado por: Mc Graw Hill.
- Pedro V. (2006) en su tesis “Comercio Exterior de la Región Arequipa y sus Ventajas Comparativas”
- Carlos P. (2015) en una entrevista para el Diario Gestión
- Luis B.L. (2013) en su artículo “Situación económica y financiera”
- Alvino (2014) en su tesis “Análisis del impacto de las exportaciones e importaciones en el crecimiento económico del Perú: Periodo 1990-2010”
- Bello (2012) en su tesis “Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970 – 2010”
- Herrera, J. (2012). *Determinantes de las exportaciones no tradicionales en el Perú entre 2000 y 2010*. Universidad San Martín de Porres, Lima.
- Tantalean (2015). *Factores determinantes de la evolución de las exportaciones en la economía peruana en el período 1992 – 2012*. Flacso Ecuador, Ecuador.
- *Plan Estratégico de Exportaciones e Inversiones*. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones de Ecuador, Ecuador.
- Juan Q. (2003). *La Política Comercial Brasileña*. Rev. ISE Brasil N° 810, 42, Brasil.
- Silva, M. (2014). *Peru Services Summit*. El comercio, Lima.
- Giuffra, F. (2014). ¡Por favor, no más planes!. *Diario Gestión*, Lima.
- Berneo, P. y Villanueva, J. (2013). *Plan estratégico empresarial de natura 2006 – 2010*. Universidad del Pacífico, Lima.
- Rosero, V. y León S. (2015). *Plan estratégico para incrementar la exportación de atún en lata de la empresa NIRSA S.A hacia el mercado argentino*. Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.
- Rodríguez, A. y Torres, J. (2009). *Diseño del plan exportador para la empresa comercializadora IVISA G&R LTDA*. Universidad del Rosario. Bogotá.
- Castillo S. (2014). *El impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante el periodo 2000 – 2010*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

## ANEXOS

Anexo 1:

<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR INDICADORES RELACIONADOS CON LA EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DEL 2003 AL 2013</b>											
TIPO DE INFORMACIÓN: CUANTITATIVA											
TIPO DE FUENTE: ANÁLISIS ESTADÍSTICO											
FUENTE : MEMORIAS ANUALES DEL BCRP											
AUTOR: ELABORACIÓN PROPIA											
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2003 - 2014											
DIMENSIÓN: COMPETITIVIDAD FINANCIERA											
INDICADOR: EXPORTACIONES ANUALES											
ANÁLISIS GRÁFICO:											
	Millones de US\$										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
I. PRODUCTOS TRADICIONALES	6357	9199	12918	18461	21464	23796	20622	26669	35837	34826	30954
PESQUEROS	821	1104	1303	1335	1460	1791	1683	1884	2099	2312	1707
AGRICOLA	224	325	330	574	460	685	636	975	1689	1095	785
MINEROS	4691	7124	9759	14735	17238	18657	16382	21723	27526	26423	23257
PETROLEO CRUDO Y DERIVADOS	621	646	1526	1818	2306	2663	1921	3088	4568	4996	5205
II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES	2734	3610	4418	5370	6417	7733	6340	7875	10477	11197	10985
<b>TOTAL EXPORTACIONES</b>	<b>9091</b>	<b>12809</b>	<b>17336</b>	<b>23830</b>	<b>27882</b>	<b>31529</b>	<b>26962</b>	<b>34565</b>	<b>46314</b>	<b>46023</b>	<b>41939</b>
DESCRIPCIÓN:											
En el gráfico se observa como han ido evolucionando las exportaciones en millones de US\$ en el periodo de tiempo de estudio.											

Anexo 2:

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR INDICADORES RELACIONADOS CON LA EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DEL 2003 AL 2013																																																													
TIPO DE INFORMACIÓN:	CUANTITATIVA																																																												
TIPO DE FUENTE:	ANÁLISIS ESTADÍSTICO																																																												
FUENTE :	PENX 2015 - 2025																																																												
AUTOR:	MINCETUR																																																												
AÑO DE PUBLICACIÓN:	2015																																																												
DIMENSIÓN:	COMPETITIVIDAD FINANCIERA																																																												
INDICADOR:	EXPORTACIONES ANUALES																																																												
ANÁLISIS GRÁFICO:	<p>(Índice 2003=100)</p> <table border="1"> <caption>Approximate data points from the export index graph (Índice 2003=100)</caption> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Total Bienes y Servicios</th> <th>Bienes Tradicionales</th> <th>Bienes No Tradicionales</th> <th>Servicios</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2003</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2004</td><td>140</td><td>140</td><td>130</td><td>120</td></tr> <tr><td>2005</td><td>180</td><td>180</td><td>160</td><td>140</td></tr> <tr><td>2006</td><td>240</td><td>240</td><td>200</td><td>170</td></tr> <tr><td>2007</td><td>280</td><td>300</td><td>240</td><td>200</td></tr> <tr><td>2008</td><td>320</td><td>340</td><td>280</td><td>220</td></tr> <tr><td>2009</td><td>280</td><td>300</td><td>240</td><td>210</td></tr> <tr><td>2010</td><td>340</td><td>400</td><td>300</td><td>230</td></tr> <tr><td>2011</td><td>460</td><td>570</td><td>400</td><td>260</td></tr> <tr><td>2012</td><td>480</td><td>550</td><td>450</td><td>290</td></tr> <tr><td>2013</td><td>450</td><td>500</td><td>440</td><td>340</td></tr> </tbody> </table> <p>Fuente: SUNAT, BCRP .</p>	Año	Total Bienes y Servicios	Bienes Tradicionales	Bienes No Tradicionales	Servicios	2003	100	100	100	100	2004	140	140	130	120	2005	180	180	160	140	2006	240	240	200	170	2007	280	300	240	200	2008	320	340	280	220	2009	280	300	240	210	2010	340	400	300	230	2011	460	570	400	260	2012	480	550	450	290	2013	450	500	440	340
Año	Total Bienes y Servicios	Bienes Tradicionales	Bienes No Tradicionales	Servicios																																																									
2003	100	100	100	100																																																									
2004	140	140	130	120																																																									
2005	180	180	160	140																																																									
2006	240	240	200	170																																																									
2007	280	300	240	200																																																									
2008	320	340	280	220																																																									
2009	280	300	240	210																																																									
2010	340	400	300	230																																																									
2011	460	570	400	260																																																									
2012	480	550	450	290																																																									
2013	450	500	440	340																																																									
DESCRIPCIÓN:	<p>En el gráfico se observa como han ido evolucionando las exportaciones en millones de US\$ en el periodo de tiempo de estudio.</p>																																																												

<b>Anexo 3:</b>		
<b>FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA COMPARAR EL OBJETIVO, LO LOGRADO Y LO APRENDIDO DEL PENX 2003 – 2013</b>		
TIPO DE INFORMACIÓN: CUALITATIVA		
TIPO DE FUENTE: ANÁLISIS DOCUMENTAL		
FUENTE : PENX 2015 - 2025		
AUTOR: MINCETUR		
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2015		
DIMENSIÓN: COMPETITIVIDAD FINANCIERA		
INDICADOR: LOGROS DEL PILAR		
ANÁLISIS GRÁFICO:		
OBJETIVO	LOGROS	LECCIONES APRENDIDAS
<p>Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomento el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.</p>	<p>Se avanzó en la reducción de la "tramitología" relacionada al comercio exterior. Por ejemplo, mediante la VUCE (creado en el 2006), se ha incorporado todos los 260 procedimientos administrativos de mercancías restringidas, atendiendo a más de 26 mil usuarios y generando S/.80 millones en ahorros, 400 mil autorizaciones electrónicas y 200 mil certificados de origen. Asimismo, se</p>	<p><b><u>Coordinación multisectorial, clave del éxito:</u></b> Para mantener una sólida política comercial, se requiere de una permanente coordinación interinstitucional. Tal como la experiencia muestra se han dado intervenciones por diversos sectores dirigidos a las mismas cadenas y regiones sin mayor coordinación, lo cual claramente ha duplicado los costos de las intervenciones y no se ha aprovechado el conocimiento de cada uno en la búsqueda de soluciones comunes. Por otra parte, mientras se superaba las barreras internacionales al comercio a través de los acuerdos comerciales durante la vigencia del PENX, se hacía cada vez más evidente la necesidad de superar otras barreras al comercio, tales como los protocolos sanitarios y fitosanitarios que requieren nuestros productos en el exterior, los elevados costos logísticos que enfrentan nuestros exportadores, la necesidad de una mayor eficiencia aduanera y la reducción de la "tramitología" necesaria para realizar operaciones de comercio exterior, entre otros. Estos temas abarcan competencias de diversos sectores y niveles de gobierno, pero tienen una incidencia muy grande en el comercio exterior.</p>

	<p>contribuyó a través del Plan de Facilitación, a la reducción de costos logísticos a través del apoyo a los procesos de concesión de puertos y aeropuertos a nivel nacional (US\$ 4,000 millones en compromisos de inversión) y la implementación del Exporta Fácil (2009). Por otra parte, se facilitó el acceso al financiamiento al comercio exterior por parte de las PYMEs mediante la mejora y desarrollo de productos financieros como el Fondo de Garantía Empresarial (FOGEM) y el Seguro de Crédito a la exportación para las PYMEs (SEPYMEX).</p>	<p><b><u>Institucionalidad del sector comercio exterior:</u></b> En línea con lo anterior, resulta también necesario que el sector consolide su institucionalidad. En ese sentido, desde el año 2012, las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior pasaron a formar parte del MINCETUR. Los Consejeros Comerciales se han convertido en parte fundamental del trabajo del sector, realizando acciones de promoción e inteligencia comercial in situ, e informando en tiempo real sobre oportunidades de mercado, convirtiéndose también en piezas clave para el desarrollo de los nuevos Planes de Desarrollo de Mercados (PDM) y de los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX), identificando potencialidades para las diferentes regiones del país en sus respectivos ámbitos geográficos. Adicionalmente, la adecuación de la institucionalidad del Sector hacia el desarrollo y la facilitación del comercio exterior, sin descuidar la negociación y administración de acuerdos comerciales con una agenda más agresiva de aprovechamiento de mercados y superación de barreras comerciales, debiera impulsar a las demás instituciones vinculadas al comercio exterior a profundizar sus esfuerzos en esa misma línea.</p>
		<p><b><u>Focalización de esfuerzos.</u></b> El PENX contó con 6,000 actividades planteadas, las mismas que fueron reducidas posteriormente a 1,285 con el objetivo de focalizar acciones, pues se encontró que algunas estaban vinculadas a las funciones que día a día llevan a cabo las instituciones públicas, algunas actividades se duplicaban y otras no estaban vinculadas directamente al comercio exterior. A fin de evitar una situación similar en la implementación del PENX 2025, es necesario focalizar adecuadamente los esfuerzos para la internacionalización de las empresas y llevar a cabo un apropiado seguimiento, asegurando el mayor impacto de las mismas con la participación activa de todos los niveles de gobierno, sector privado y académico.</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b> En el gráfico se observan los objetivos, logros y las lecciones aprendidas del primer PENX planteado en el año 2002.</p>		

Anexo 4:

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR INDICADORES RELACIONADOS CON LA TRAZABILIDAD DE LOS ACUERDOS COMERCIALES																																														
TIPO DE INFORMACIÓN: CUANTITATIVA	}																																													
TIPO DE FUENTE: ANÁLISIS GRAFICO																																														
FUENTE : PENX 2015 - 2025																																														
AUTOR: ELABORACIÓN PROPIA																																														
AÑO DE PUBLICACIÓN: 2015																																														
DIMENSIÓN: COMPETITIVIDAD MACROECONÓMICA Y FISCAL																																														
INDICADOR: NUMERO DE ACUERDOS COMERCIALES																																														
ANÁLISIS GRÁFICO:																																														
<table border="1"> <caption>Acuerdos Comerciales Vigentes</caption> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Acuerdo</th> <th>Fecha de Vigencia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2006</td> <td>PERÚ - MERCOSUR</td> <td>02 de enero del 2006</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>PERÚ - EEUU</td> <td>01 de febrero del 2009</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>PERÚ - CHILE</td> <td>01 de marzo del 2009</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>PERÚ - CANADA</td> <td>01 de agosto del 2009</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>PERÚ - SINGAPUR</td> <td>01 de agosto del 2009</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>PERÚ - CHINA</td> <td>01 de marzo del 2010</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>PERÚ - COREA</td> <td>01 de agosto del 2011</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>PERÚ - TAILANDIA</td> <td>21 de diciembre del 2011</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>PERÚ - MEXICO</td> <td>01 de febrero del 2012</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>PERÚ - JAPON</td> <td>01 de marzo del 2012</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>PERÚ - PANAMÁ</td> <td>01 de mayo del 2012</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>PERÚ - AELC</td> <td>01 de julio del 2012</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>PERÚ - UNIÓN EUROPEA</td> <td>01 de marzo del 2013</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>PERÚ - COSTA RICA</td> <td>01 de junio del 2013</td> </tr> </tbody> </table>		Año	Acuerdo	Fecha de Vigencia	2006	PERÚ - MERCOSUR	02 de enero del 2006	2009	PERÚ - EEUU	01 de febrero del 2009	2009	PERÚ - CHILE	01 de marzo del 2009	2009	PERÚ - CANADA	01 de agosto del 2009	2009	PERÚ - SINGAPUR	01 de agosto del 2009	2010	PERÚ - CHINA	01 de marzo del 2010	2011	PERÚ - COREA	01 de agosto del 2011	2011	PERÚ - TAILANDIA	21 de diciembre del 2011	2012	PERÚ - MEXICO	01 de febrero del 2012	2012	PERÚ - JAPON	01 de marzo del 2012	2012	PERÚ - PANAMÁ	01 de mayo del 2012	2012	PERÚ - AELC	01 de julio del 2012	2013	PERÚ - UNIÓN EUROPEA	01 de marzo del 2013	2013	PERÚ - COSTA RICA	01 de junio del 2013
Año	Acuerdo	Fecha de Vigencia																																												
2006	PERÚ - MERCOSUR	02 de enero del 2006																																												
2009	PERÚ - EEUU	01 de febrero del 2009																																												
2009	PERÚ - CHILE	01 de marzo del 2009																																												
2009	PERÚ - CANADA	01 de agosto del 2009																																												
2009	PERÚ - SINGAPUR	01 de agosto del 2009																																												
2010	PERÚ - CHINA	01 de marzo del 2010																																												
2011	PERÚ - COREA	01 de agosto del 2011																																												
2011	PERÚ - TAILANDIA	21 de diciembre del 2011																																												
2012	PERÚ - MEXICO	01 de febrero del 2012																																												
2012	PERÚ - JAPON	01 de marzo del 2012																																												
2012	PERÚ - PANAMÁ	01 de mayo del 2012																																												
2012	PERÚ - AELC	01 de julio del 2012																																												
2013	PERÚ - UNIÓN EUROPEA	01 de marzo del 2013																																												
2013	PERÚ - COSTA RICA	01 de junio del 2013																																												
DESCRIPCIÓN:																																														
En el gráfico se observa los acuerdos firmados en el periodo de tiempo en estudio y desde cuando están vigentes.																																														

Anexo 5:

**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR INDICADORES RELACIONADOS CON LA TRAZABILIDAD DE LOS ACUERDOS COMERCIALES**

**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR INDICADORES RELACIONADOS CON LA TRAZABILIDAD DE LOS ACUERDOS COMERCIALES**

TIPO DE INFORMACIÓN: CUANTITATIVA

TIPO DE FUENTE: ANÁLISIS GRAFICO

FUENTE : PENX 2015 - 2025

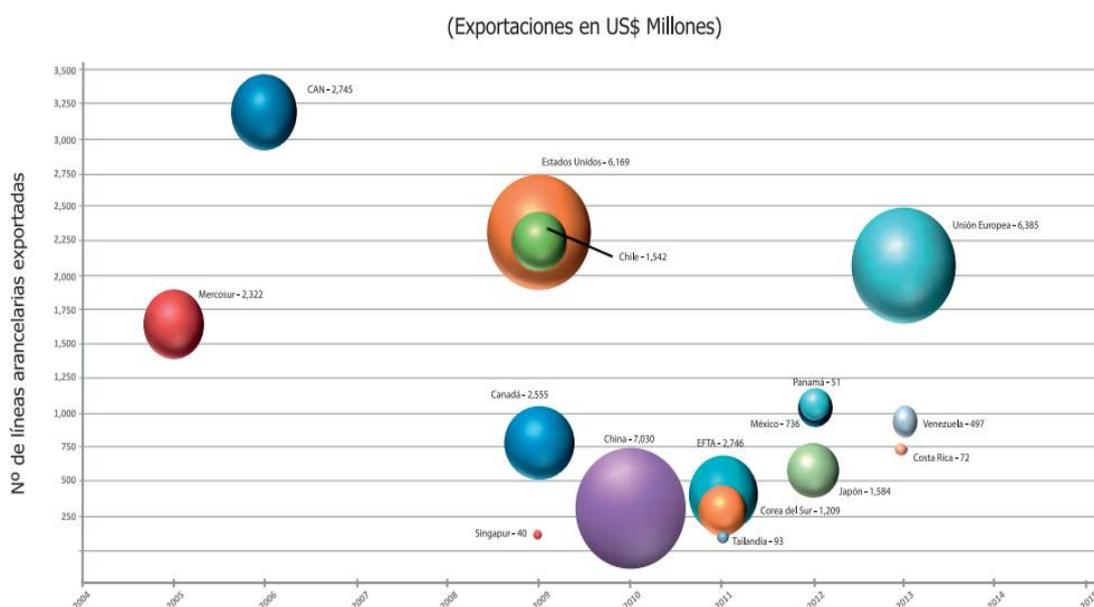
AUTOR: ELABORACIÓN PROPIA

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2015

DIMENSIÓN: COMPETITIVIDAD MACROECONÓMICA Y FISCAL

INDICADOR: NUMERO DE ACUERDOS COMERCIALES

ANÁLISIS GRÁFICO:



DESCRIPCIÓN:

En el gráfico se observa los acuerdos firmados en el periodo de tiempo en estudio y la cantidad de millones de US\$ que han movido en exportaciones.

**Anexo 6:**

**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL PARA EVALUAR INDICADORES RELACIONADOS CON EL PBI REAL DEL 2003 – 2013 EN PERÚ Y PAISES DE AMERICA LATINA**

TIPO DE INFORMACIÓN: CUANTITATIVA

TIPO DE FUENTE: ANÁLISIS GRAFICO

FUENTE : PENX 2015 - 2025

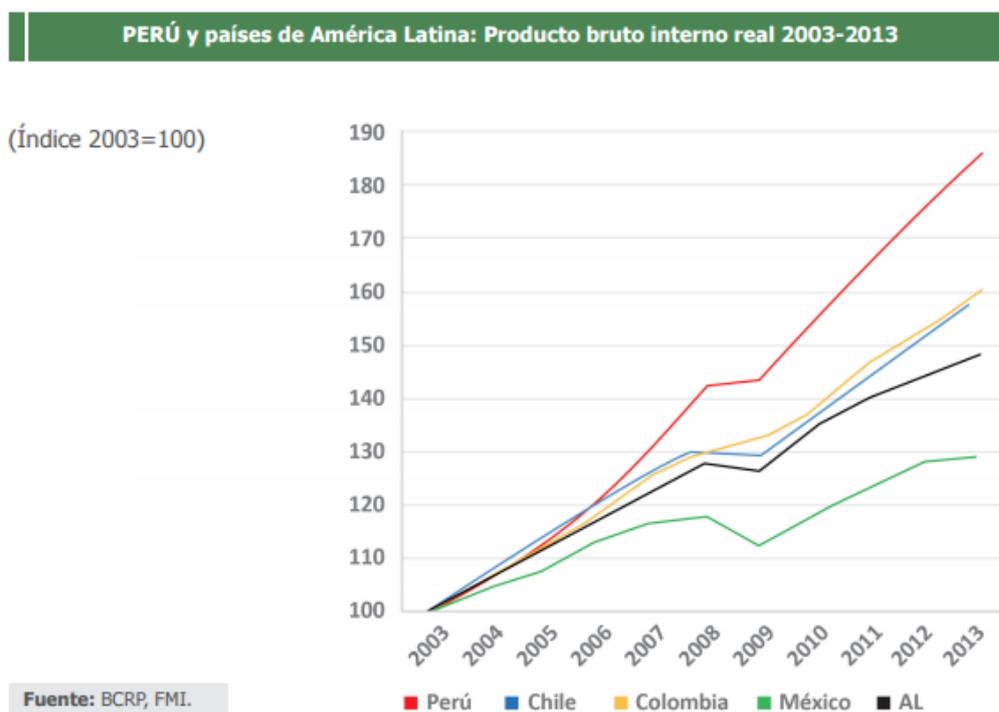
AUTOR: MINCETUR

AÑO DE PUBLICACIÓN: 2015

DIMENSIÓN: COMPETITIVIDAD MACROECONÓMICA Y FISCAL

INDICADOR: PRODUCTO BRUTO INTERNO (PBI)

**ANÁLISIS GRÁFICO:**



**DESCRIPCIÓN:**

En el gráfico se observa en cuanto se incrementó el PBI en el periodo del 2003 al 2013 en relación con otros países de latinoamerica