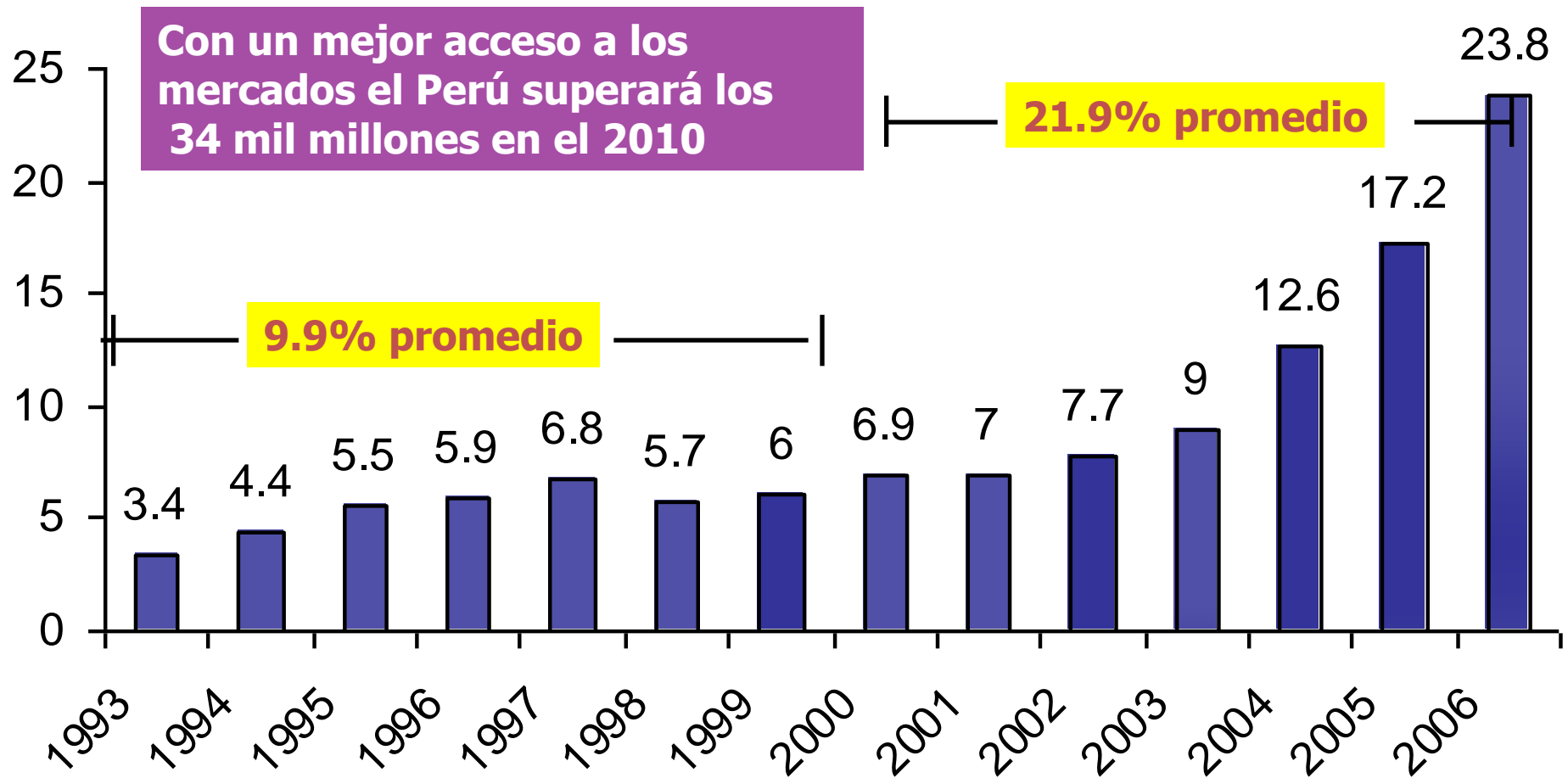


El Papel del Perú en el marco del Acuerdo de Asociación CAN – UE

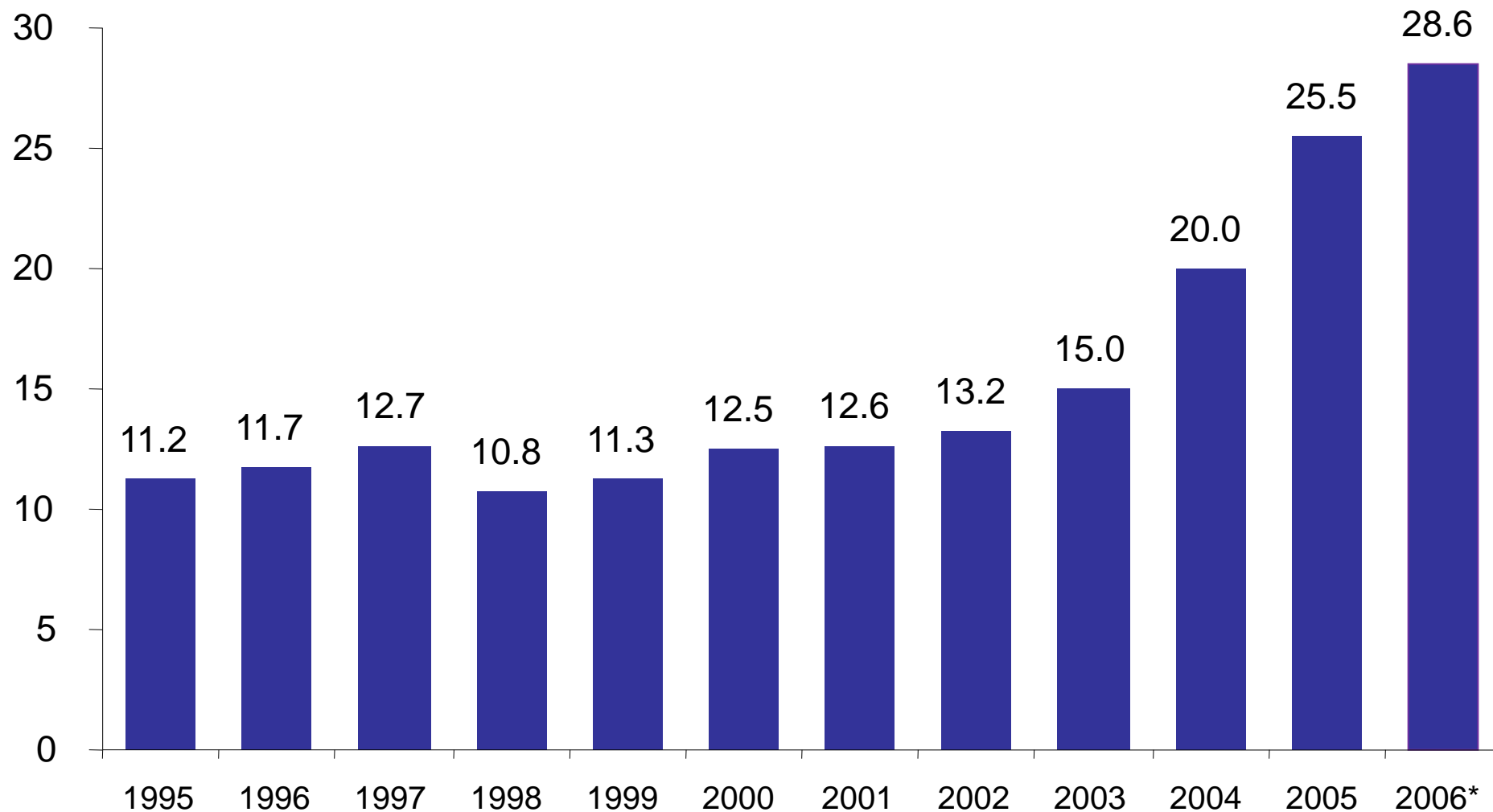


Mercedes Araoz
Ministra de Comercio Exterior y Turismo
Octubre, 2007

Tenemos un notable avance en el crecimiento de nuestras exportaciones



Lo que se refleja en una creciente participación de las exportaciones en el PBI (%)



Sin embargo, tenemos que convertir al Perú en un País productor con mayor Sofisticación



¿Cuál es el proceso que ha seguido el Perú para lograr estos objetivos y enfrentar los retos y desafíos?

Mediante una estrategia que integra al Perú al mundo, con un crecimiento inclusivo



Que permitan que avancemos más rápidamente al desarrollo

Desarrollo y Promoción de Comercio

Plan Estratégico Nacional Exportador

- Facilitación de Comercio
- Cultura Exportadora
- Mercados
- Regiones
- Sectores
- Productos



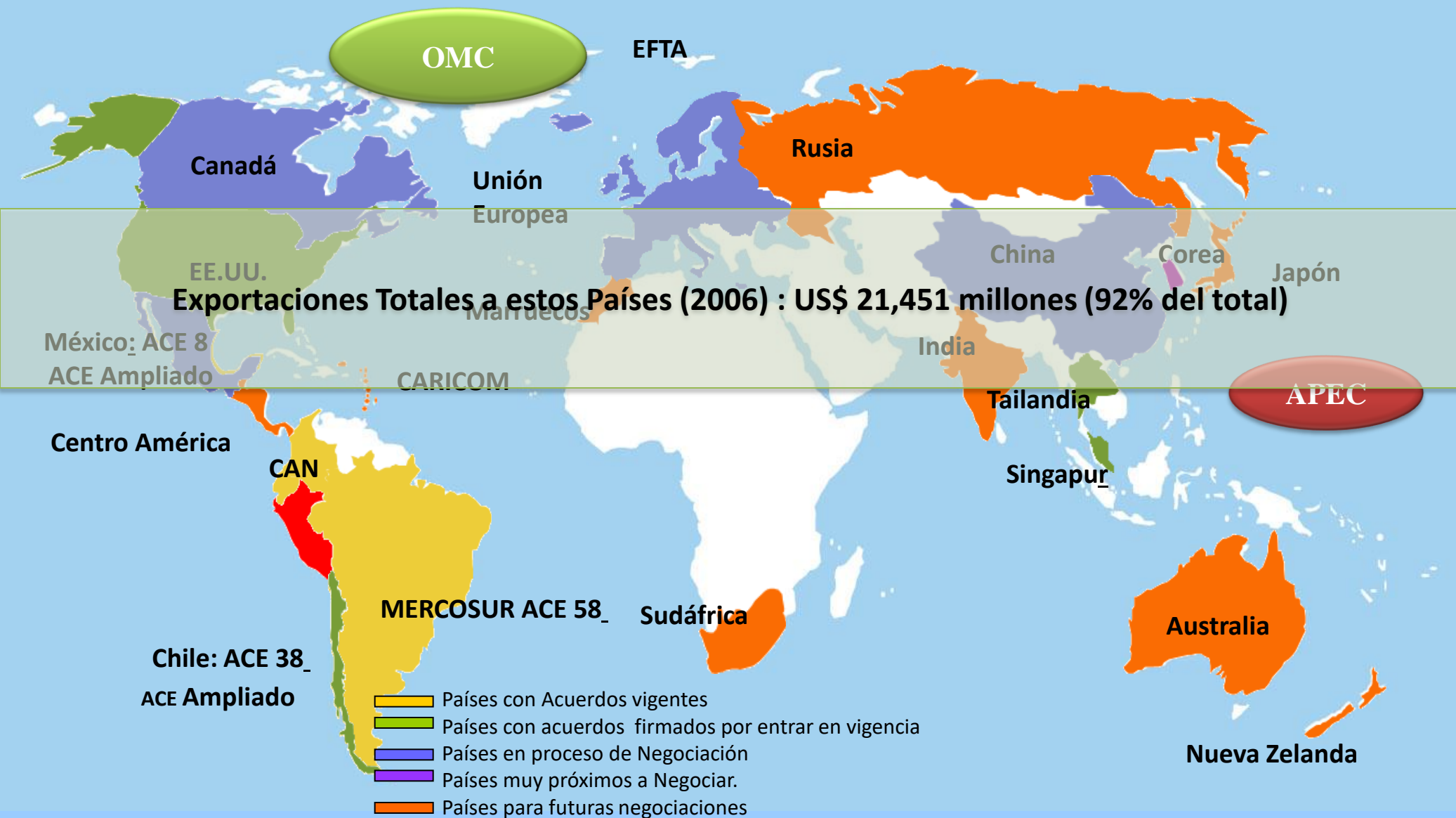
Negociaciones Comerciales Internacionales

Agenda intensiva de Negociaciones con Economías estratégicas y aliados políticos

Agenda de Competitividad

- Cadenas Productivas y clúster
- Innovación tecnológica
- Desarrollo de Capital Humano
- Infraestructura
- Instituciones

Con una agresiva Agenda Comercial...



¿Por qué el acuerdo de Asociación con la Unión Europea?

Características de los Bloques Económicos que formaran el Acuerdo de Asociación



Comunidad Andina

Países miembros	4
Población (millones)	98
PIB (US\$)	280,392 millones
Exportaciones (US\$)	64,100 millones
Importaciones (US\$)	56,663 millones
Desempleo	10.85%



Unión Europea

Países miembros	27
Población (millones)	493
PIB (US\$)	15,082,668 millones
Exportaciones (US\$)	5,030,826 millones
Importaciones (US\$)	5,184,467 millones
Desempleo	7.90%

Características del Acuerdo de Asociación

- ✓ Es un acuerdo integral, comprehensivo, **con tres pilares igualmente importantes: diálogo político, cooperación y comercio.**
- ✓ **Es un acuerdo que se negocia bloque a bloque**, lo que evidencia el grado de cohesión. Existirá una coordinación General (Voceria única)
- ✓ Es un **acuerdo que parte del reconocimiento de las asimetrías existentes entre la CAN y la UE** y al interior del bloque andino.
- ✓ Eventualmente **se podrá expresar diferencias entre países con el consentimiento** de todos los Países Miembros de la CAN

Objetivo del Acuerdo

Desarrollar **condiciones de transparencia, estabilidad y previsibilidad para incrementar las corrientes de comercio** y brindar condiciones de confianza para la inversión, en el marco de la integración andina.

Pilares del Acuerdo de Asociación



Dialogo
Político



Cooperación



Comercio



Consolidar, profundizar y diversificar el diálogo político para fortalecer la integración andina y las relaciones entre ambos procesos de integración

Pretende intensificar la cooperación mediante programas o mecanismos que contribuyan a superar los desequilibrios existentes.

Las negociaciones en esta materia estarán dirigidas a mejorar y consolidar los flujos comerciales entre ambas regiones.

Ámbitos claves de la integración regional priorizados por la UE

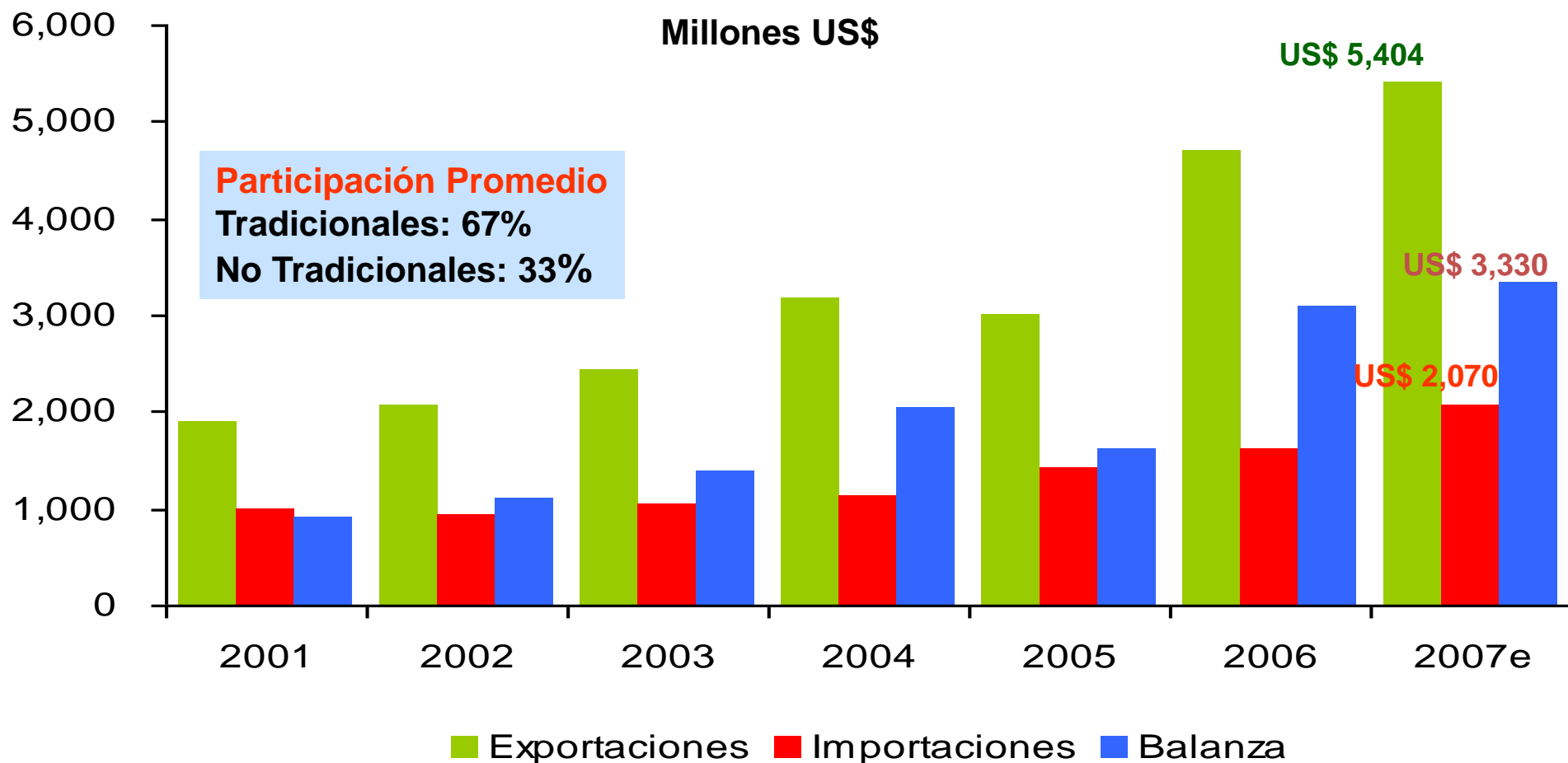


Mesas de Negociación

1. Acceso a mercados incluyendo aranceles y medidas no arancelarias (reglas generales y sectores no agrícolas)
2. Acceso a mercados incluyendo aranceles y medidas no arancelarias (agricultura)
3. Asimetrías y Tratamiento Especial y Diferenciado
4. Reglas de Origen
5. Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio
6. Obstáculos Técnicos al Comercio
7. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
8. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
9. Instrumentos de Defensa Comercial
10. Servicios, Establecimiento y Movimiento de Capitales (inversiones)
11. Compras Públicas
12. Propiedad Intelectual
13. Competencia
14. Solución de Diferencias, Asuntos Horizontales e Institucionales
15. Comercio y Desarrollo Sostenible

**¿Cómo nos acercamos al mercado
de la Unión Europea?**

Nuestro comercio con la Unión Europea se ha ido incrementado sostenidamente en los últimos años...



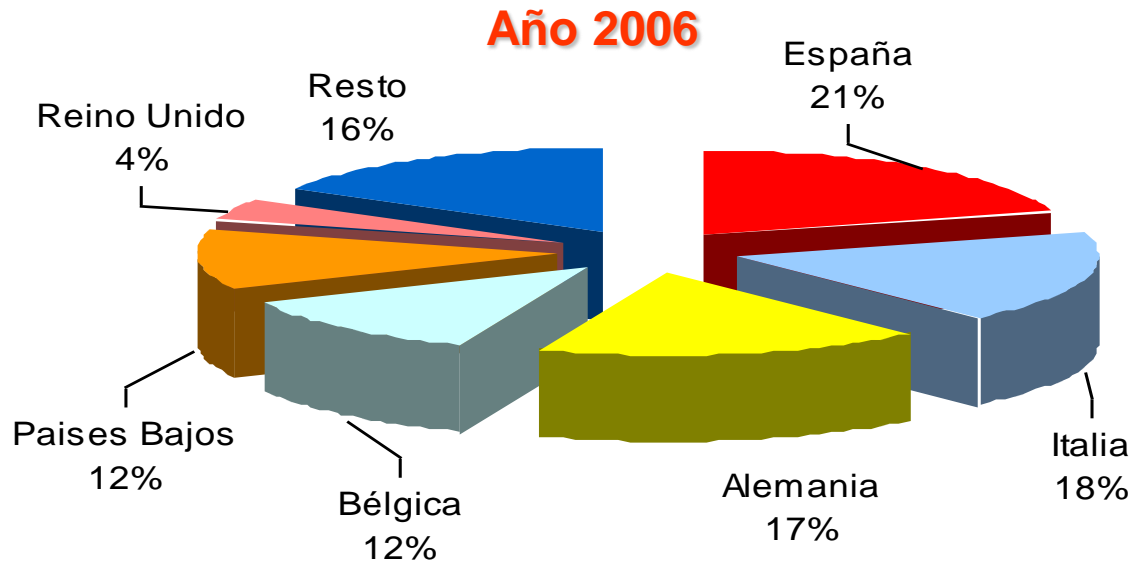
Crecimiento Promedio Anual 06/01

Exportaciones: 19.8%

Importaciones: 10.2%

Balanza: 27.7%

... hasta convertirlo en nuestro 2do Socio Comercial



Principales Proveedores dentro de la UE
(En Millones de US\$)

País	2006	
	Mill US\$	%
Alemania	507.1	28.3
España	255.6	14.3
Italia	227.4	12.7
Francia	172.1	9.6
Suecia	115.5	6.4
Reino Unido	104.2	5.8
Resto	410.6	22.9

Destinos más dinámicos últimos 5 años:

Finlandia (65.0%)

Café, mantas de lana y tangelos.

Bulgaria (59.3%)

Caballa y páprika

Países Bajos (50.6%)

Café, mangos, espárragos frescos y óxido de zinc

Italia (40.2%)

Calamar congelado, tops de alpaca, y café.

Bélgica (35.9%)

Café. Conchas de abanico y banano orgánico

También es el principal inversionista extranjero, con más de 55% de la IED

Stock de Inversión de la UE en Perú por país de origen

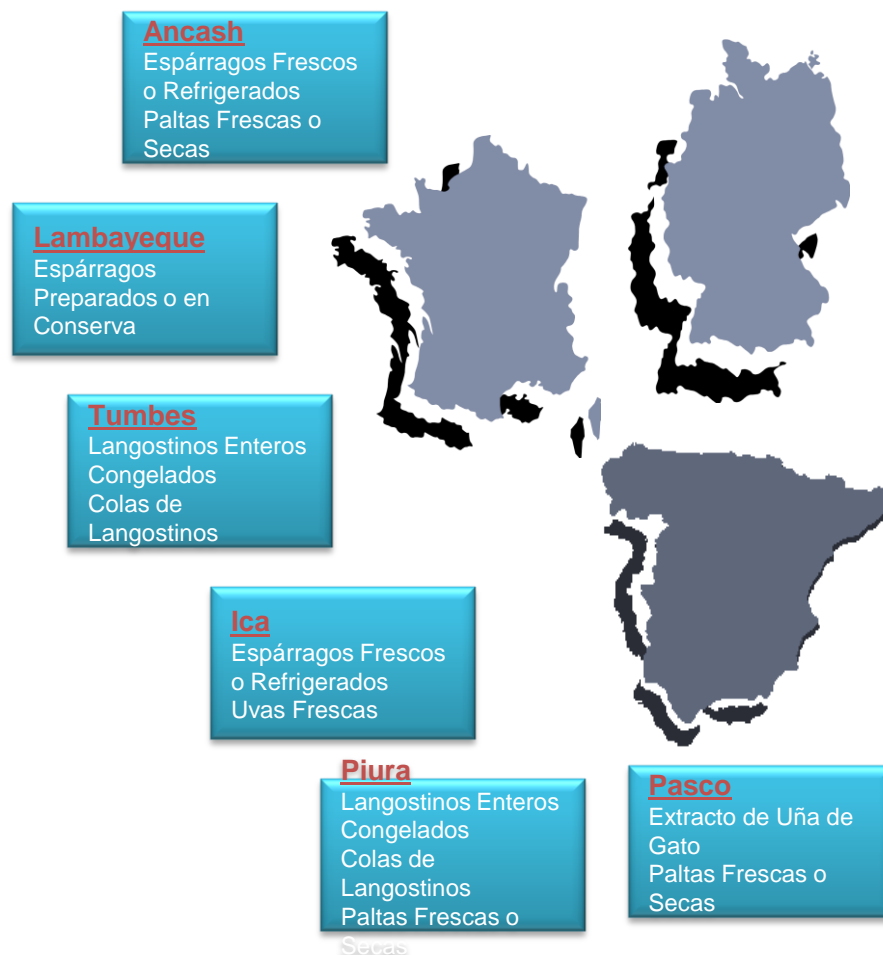
País	Millones US\$
España	4,725.96
Reino Unido	2,227.39
Países Bajos	779.23
Italia	269.6
Bélgica	114.18
Alemania	101.4
Suecia	54.25
Portugal	37.29
Francia	27.98
Luxemburgo	23.55
Austria	4.96
Finlandia	1.34
Total UE	8,367.13

Fuente: Proinversión

Elaboración: MINCETUR/VMCE/OGEE

Tenemos buenas oportunidades de exportación para las regiones

País	Descripción	Sector
ALEMANIA	LOS DEMÁS SUÉTERES, PULLOVERS, CARDIGANES, CHALECOS Y ARTÍCULOS SIMILARES DE LANA O PELO FINO	TEXTIL Y CONFECCIONES
	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	AGROPECUARIO - AGROINDUSTRIAL
	ESPARRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN CONGELAR	AGROPECUARIO - AGROINDUSTRIAL
	CAMISAS DE PUNTO PARA HOMBRES O NIÑOS, DE ALGODÓN	TEXTIL Y CONFECCIONES
	MANGOS Y MANGOSTANES FRESCOS O SECOS	AGROPECUARIO - AGROINDUSTRIAL
ESPAÑA	ESPARRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN CONGELAR	AGROPECUARIO - AGROINDUSTRIAL
	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	AGROPECUARIO - AGROINDUSTRIAL
	MANGOS Y MANGOSTANES FRESCOS O SECOS	AGROPECUARIO - AGROINDUSTRIAL
	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS	PESCA Y ACUICULTURA
	COLAS DE LANGOSTINOS CONGELADAS, CON CAPARAZON, SIN COSER EN AGUA O VAPOR	PESCA Y ACUICULTURA
FRANCIA	FLEJES DE MADERA, RODRIGONES HENDIDOS, ESTACAS, MANGOS, MADERA EN TABLILLAS, CINTAS...	FORESTAL MADERABLE
	EXTRACTO DE UÑA DE GATO (UNCARIA TORMENTOSA)	AGROPECUARIO - AGROINDUSTRIAL
	LANGOSTINOS ENTEROS CONGELADOS,	PESCA Y ACUICULTURA
	COLAS DE LANGOSTINOS CONGELADAS, CON CAPARAZON, SIN COSER EN AGUA O VAPOR	PESCA Y ACUICULTURA
	DEMÁS JIBIAS, GLOBITOS, CALAMARES Y POTAS, CONGELADAS, SECAS, SALADAS O EN SALMUERA	PESCA Y ACUICULTURA



Muchos productos que han logrado ventajas a partir del Sistema Generalizado de Preferencias

Principales productos que aprovechan el SGP

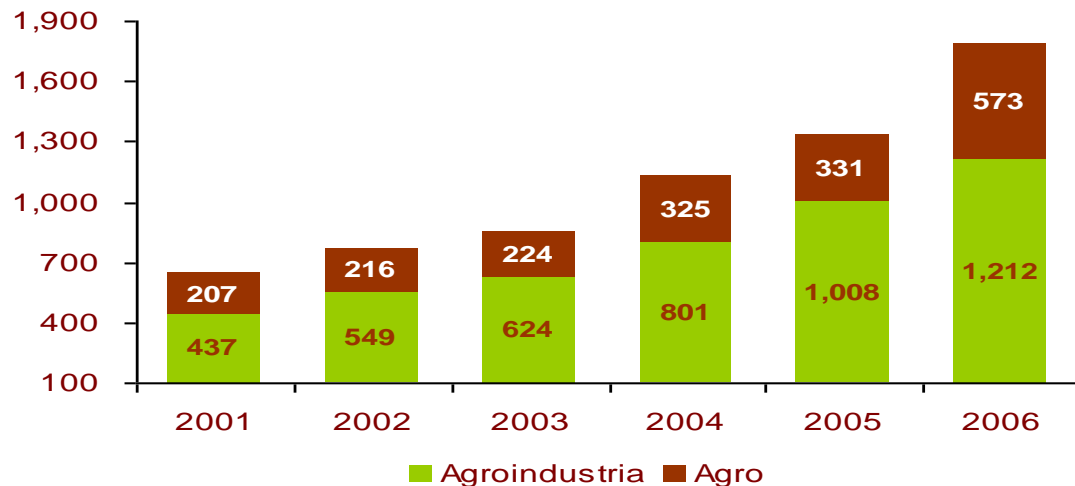
Descripción	Sector	Exportaciones 2004 - 2006 (US\$)		
		al Mundo	a la UE	%
Laminados planos de cinc de espesor mayor a 0,65 MM	Sidero-metalúrgico	38,245,825	38,580,234	99%
Laminados planos de cinc de espesor meno o igual a 0,65 MM	Sidero-metalúrgico	41,088,010	41,918,683	98%
Paltas, frescas o secas	Agropecuario	78,573,737	80,867,614	97%
Langostinos enteros congelados	Pesquero	23,440,293	24,821,576	94%
Demás manufacturas de Cinc	Sidero-metalúrgico	36,510,703	39,542,368	92%
Veneras (Vieiras, concha de abanico) congelados, secos, salados o en salmuera	Pesquero	83,769,507	94,442,587	89%
Dfemas hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	Agropecuario	96,122,050	119,174,413	81%
Mandarinas (incluidas tangerinas y satsumas) frescas o secas	Agropecuario	27,606,113	36,090,618	76%
Manteca de cacao c/ indice de acidez expresado en acido oleico >1% ; <=1.65%	Agropecuario	37,534,515	49,676,930	76%
Esparragos preparados o conservados sin congelar	Agropecuario	193,831,127	266,330,887	73%

Productos que NO aprovechan el SGP

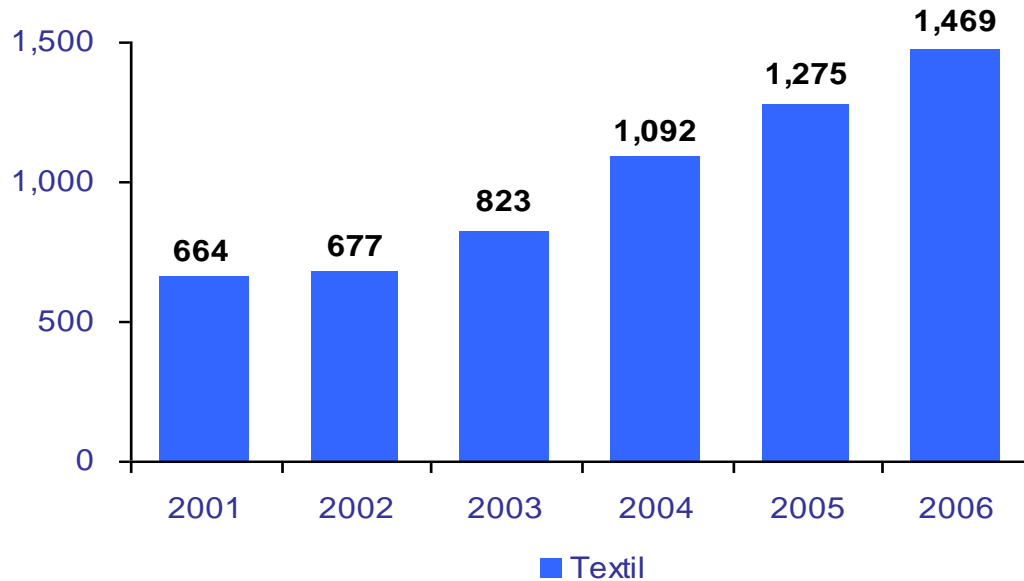
- Alambre de cobre refinado con la mayor dimensión de la sección transv. sup. A 6MM
- Demás preparaciones utilizadas para alimentación de animales
- Galletas dulces (con adición de edulcorante)
- Hidróxido de sodio en disolución acuosa (Lejía de sosa o Soda Caustica)
- Los demás plac. y baldo. de cerámica barnizadas o esmaltadas, para pavimento o revestimiento
- Las demás placas, laminas, hojas y tiras de polímeros de etileno

Nuestra producción agro y agroindustrial tiene más cada día mayor demanda y más oportunidades

- Los productos orgánicos, vienen creciendo entre 15 a 20 % anual.
- Los productos de comercio justo crecen a un ritmo de 40%.
- La campaña de 5 productos frescos al día es una gran oportunidad para nuestras frutas y hortalizas.
- La tendencia es a especialidades exóticas para el sector alimentos
- Aumento en la demanda de productos naturales como medida para combatir el creciente problema de la obesidad en Europa.

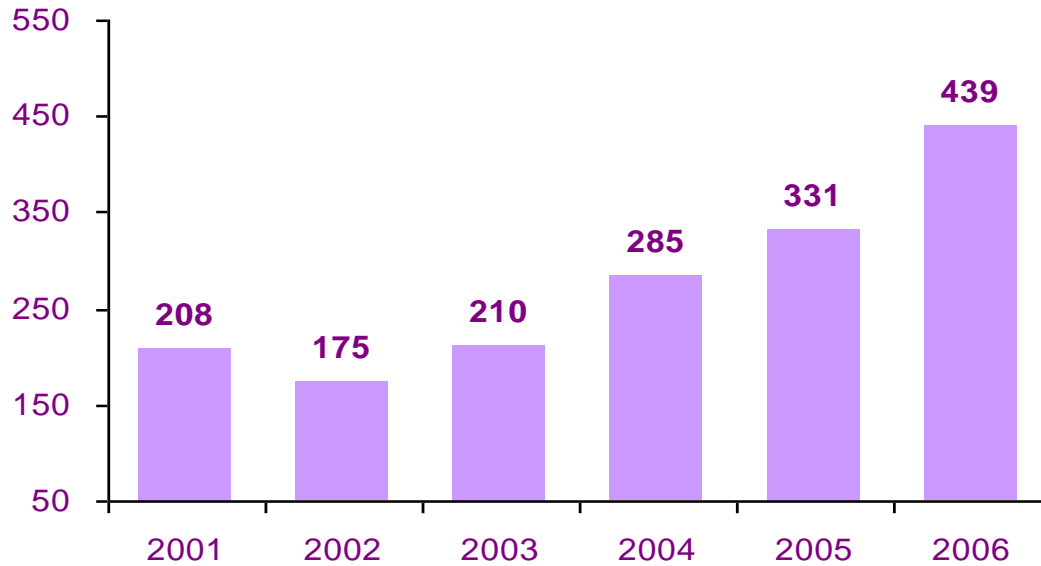


La calidad y desarrollo de nuestro sector textil, tiene grandes oportunidades...



- Confecciones para bebés pero con algodones orgánicos, tintes naturales y certificaciones de comercio justo.
- Un rubro por desarrollar es el diseño y confección de ropa para adultos.
- En Francia las mujeres entre 55 a 75 años son las que más gastan anualmente en prendas de vestir

... al igual que nuestro sector pesquero y acuícola no tradicional al generar productos con mayor valor agregado



➤ Productos con valor agregado.

Producto	2001	2004	2006	Var.% 06/05	Part.% 06
Pota y calamar congelado	15.7	84.7	132.5	22.6	30.2
Langostinos congelados	9.4	22.5	43.3	13.7	9.9
Concha de abanico congelada	11.2	25.4	39.0	18.5	8.9
Filetes congelados de perico, trucha	4.3	34.1	31.4	-14.2	7.1
Conservas de jurel y anchoveta	7.9	2.8	19.8	651.5	4.5
Total	207.7	285.1	439.4	32.6	100.0

➤ Según la FAO en unos 40 a 50 años muchas especies de peces y crustáceos podrían desaparecer de los mares, quedando solo como alternativa la acuicultura.

Conclusiones

- ✓ El Perú está decidido a integrarse comercialmente al mundo mediante el comercio de productos con mayor sofisticación, para lo cual ha establecido políticas de promoción y desarrollo comercial dentro de una agresiva agenda de negociaciones.
- ✓ El acuerdo CAN – UE, cuenta con tres pilares; diálogo político, cooperación y comercio, bajo los cuales busca establecer condiciones que permitan incrementar el comercio y brindar condiciones de confianza para la inversión.
- ✓ El Perú mantiene un rol de vital importancia al ser el coordinador del Grupo de Comercio.
- ✓ El comercio con la Unión Europea, viene creciendo sostenidamente, lo cual puede ser fortalecido si aprovechamos las oportunidades que nos brinda ese mercado en términos de demanda de productos y preferencias otorgadas.

El Papel del Perú en el marco del Acuerdo de Asociación CAN – UE



Mercedes Araoz
Ministra de Comercio Exterior y Turismo
Octubre, 2007