

Hay que fortalecer el Mincetur

Pese al considerable avance de la política comercial del Perú, que se ve reflejado en el constante aumento de las exportaciones y en la firma de varios tratados de libre comercio que permiten facilidades arancelarias para el ingreso de servicios y productos peruanos, entre otros beneficios, el Gobierno del presidente Pedro Castillo estaría evaluando desactivar el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) para diluir sus actividades en otros despachos ministeriales. Ello, según los expertos, conlleva a retroceder muchos años de trabajo.

“Durante más de 15 años, el Mincetur ha sido un referente en la región, básicamente estableciendo políticas de Estado, es decir, que trascienden gobiernos, que han marcado la senda de crecimiento en materia de comercio exterior y hoy tenemos más de 21 Tratados de Libre Comercio (TLC)”, precisa el director institucional de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Carlos Posada.

Agrega que, justamente, uno de los temas que se aborda en el libro Perú: Plan de reactivación de las exportaciones 2021-2026, elaborado por el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la CCL es el fortalecimiento de esta entidad.

En ese sentido, Posada, quien anteriormente se desempeñó como viceministro de Comercio Exterior, explica que, si bien ya se ha logrado la apertura de diversos mercados a través de los

TLC, lo que falta es fortalecer la parte interna que es el aprovechamiento de esas preferencias, ventajas y derechos que el Perú tiene hoy para maximizar el envío de productos con una mayor competitividad.

“El aprovechamiento de los TLC debe fortalecerse de tal manera que el equipo de profesionales que están dentro del ministerio y las áreas o sectores tengan una mayor capacidad de trabajo, identificación y, por supuesto, llegada, no solo a Lima, sino a las regiones del Perú”, subraya.

Asimismo, señala que es necesario darle al ministerio la capacidad de gestión “hacia dentro” para maximizar las ventajas de las empresas exportadoras peruanas a través de los gobiernos regionales y alcaldías.

“El ministerio tiene una dirección de cultura exportadora, pero tiene que ser repotenciada para que tenga la capacidad de llegada y de manejo de las 25 regiones que tiene el Perú, cada una de ellas con su potencial”, agrega.

Capacidad de articulación

Carlos Posada asegura que también es necesario que el ministerio de Comercio Exterior tenga como parte de su política la capacidad de cerrar negociaciones como en el caso de los convenios para evitar la doble tributación.

Esta facultad está en manos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), pero, subraya, que sería necesario que el **Mincetur participe de manera más activa, priorizando la política de comercio exterior de la mano del MEF.**

“Esto favorecerá al inversionista porque no tendrá que pagar impuestos en el Perú y en su país de origen, generando más competitividad en el mercado”, detalla.

Pronunciamiento y apoyo

En esa misma línea, el exministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros, afirma que es importante fortalecer y mantener el Mincetur ya que ha demostrado éxito, pese a que el presupuesto que maneja es muy pequeño.

“Con poco presupuesto y personal ha tenido grandes logros tanto en comercio exterior como en turismo. Creo que (desactivarlo) es una iniciativa fallida, tanto así que 12 exministros nos pronunciamos en contra de esta propuesta”, recalca.

Ferreyros comenta que **el Mincetur viene realizando una tarea bastante cercana a través del cumplimiento de las metas en las regiones que aparecen en el Plan Regional Exportador (PERSX).**

Por ello, indica que es importante seguir con la misma dinámica que ha traído grandes éxitos. No obstante, expresa que es fundamental concentrarse ahora en la facilitación del comercio a través de Aduanas y Serpost, que son los que

manejan los instrumentos como Exporta Fácil que es muy utilizado por las pequeñas empresas.

“Acá debe haber una coordinación más fluida y digitalizar los sistemas para potenciar la Ventanilla Única de Comercio Exterior para que pymes cada vez más usen el comercio electrónico y las plataformas digitales que ya existen, sobre todo ahora que en pandemia se ha digitalizado”, explica.

Además, **Ferreyros manifiesta que es fundamental potenciar los temas sanitarios en el país. Al respecto, menciona que en el Perú existen autoridades sanitarias como Sanipes, Senasa, Digesa y Digemid que no son “tan potentes” como deberían y que, por ello, es primordial trabajar para que, en vez de cuatro, solo se tenga dos entes sanitarios como es en Estados Unidos.**

La meritocracia ha funcionado

A su turno, el exministro de Comercio Exterior y Turismo, Alfredo Ferrero, asegura que el Mincetur ha sido clave en el crecimiento del país en los últimos 20 años, por ser una entidad técnica donde la meritocracia ha funcionado en forma casi ejemplar.

En ese sentido, explica que el Mincetur es una de las carteras que conserva una discrecionalidad que se refleja en haber tenido solo **12 ministros y siete viceministros de comercio exterior, cuatro de los cuales han sido ministros, en 20 años.**

“Hay una línea de carrera porque es un ministerio técnico, donde, además, con muy poco presupuesto –un 0,1% en términos de personal– ha permitido que el Perú incremente sus exportaciones a través de los TLC de US\$ 6.900 millones a casi US\$ 55.000 millones este año, y en turismo las cifras son casi igual de sorprendentes porque hemos incrementado los visitantes de unos 750.000 a casi 4,5 millones antes de la pandemia”, destaca.

En ese sentido, Alfredo Ferrero afirma que el Gobierno tiene que entender que estos sectores son fundamentales. Añade que no tiene todavía calibrado la importancia y eso significa que no están en la agenda del Gobierno actual.

“El hecho de que se hayan atrevido si quiera a esbozar la posibilidad de desmembrar el Mincetur, un ministerio exitoso, determina que no tienen claridad en lo que quieren hacer. Eso ya preocupa de arranque, pues qué agenda para seguir hay”, subraya.

Fortalecer el mercado interno

En la misma línea de la propuesta de la CCL, la exministra de Comercio Exterior y Turismo, Claudia Cornejo, asegura que es importante fortalecer el mercado interno desde dos puntos de vista.

Por un lado, en el tema de las labores que viene desarrollando el ministerio de la mano de Promperú y de otros sectores del

Estado como el Ministerio de la Producción (Produce) y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) que es justamente **ampliar la oferta de productos exportables no solo en número, sino en calidad.**

“Tener una canasta de productos exportables cada vez más variada es muy importante y, de alguna manera, ayuda a mejorar la competitividad. Gran parte de las empresas exportadoras son pymes y hay que seguir trabajando con ellas”, destaca Cornejo.

Por otro lado, recuerda que **el mercado interno, en términos de turismo, es importante**, pues la crisis sanitaria nos ha enseñado que cuando la oportunidad del mundo exterior se cae en número de visitantes, es justamente el mercado interno el que se dinamiza mucho más rápido.

Ante ello, refiere que es importante repotenciar el Mincetur porque esta institución ha velado por el desarrollo económico desde hace 20 años.

“El comercio se ha incrementado de manera importante, lo mismo que el turismo y esto, evidentemente, ha generado un desarrollo económico, a nivel descentralizado, y de empleo, que es justamente lo que necesitamos en esta crisis sanitaria”, finaliza Claudia Cornejo.