



@comexperu

APEC BUSINESS  
TRAVEL CARD

## EDITORIAL

## NO BASTA CON AJUSTAR AL CONTRIBUYENTE

## HECHOS

Noticias de portada  
Con Diario Píntura, Píntura y Noticias, noticias facilidades.com y 10 más

- SIERRA EXPORTADORA: ¡MÁS DE 57,000 BENEFICIARIOS!
- MEDIDAS QUE DISTORSIONAN

## ACTUALIDAD

¡QUÉ BONITO ES ISRAEL!

## ECONOMÍA

LA DESACELERACIÓN DE CHINA:  
¿FRENO O EQUILIBRIO?

## COMERCIO EXTERIOR

CHILE TIENE UN TLC CON INDIA Y  
EXPORTÓ MÁS US\$ 1,900 MILLONES  
A ESTE PAÍS. EL PERÚ NO.



Llévate GRATIS PROTECTOR TOLVA

NAVARA 4x4

PRECIO MAQFIN: US\$ 29,490 S/. 78,149\*

Incluye Bono Maqfin de US\$ 1,000 S/. 2,650

Carga lo que quieras llevar.

Nissan tiene una amplia gama de pick up capaces de sobrellevar cualquier tipo de terreno.

Nissan. Innovation That Excites.

Se autoriza la difusión y reenvío de esta publicación electrónica en su totalidad o parcialmente, siempre que se cite la fuente, enlace con [www.comexperu.org.pe/semanario.asp](http://www.comexperu.org.pe/semanario.asp)



## No basta con ajustar al contribuyente

La economía peruana se viene desacelerando. Según recientes cifras del INEI, ha acumulado un crecimiento del 4.79% en el primer trimestre del año. Y es que, con los brazos cruzados, o lo que es peor, “dejando las cosas así nomás”, no se cumplirá el objetivo de elevar la presión tributaria del 15% al 18%, ni mucho menos se podrá financiar los programas sociales que con buena intención vienen ejecutando el Midis y otras entidades.

En los últimos días, como respuesta a esta situación, el Ejecutivo lanzó una serie de medidas con el objetivo de reducir la evasión del IGV. La primera, eleva el impuesto selectivo al consumo para la cerveza y otros licores con mayor grado de alcohol, ordenando el pago de montos específicos según el grado alcohólico de la bebida, y elevando el pago *ad valorem* para los dos grupos, cervezas y licores. La segunda, incluye nuevos productos en el sistema de percepciones del IGV, cuyo objetivo es recaudar por adelantado este impuesto. Mayoristas que vendan chocolates, lácteos, jugos de frutas, cerámicos, jabones, neumáticos, entre otros, además del pago del IGV, deberán adicionar 1.5%, por las futuras ventas del minorista en el mercado. ¿Reducirá esto la evasión? Parece difícil que estas medidas, operando sin el complemento necesario, realmente amplíen la base de contribuyentes.

Sin embargo, poco se está haciendo por impulsar la formalización de quienes no tributan y tienen operaciones económicas muchas veces continuas, exitosas, y perfectamente localizables. Del otro lado, las empresas formales que cumplen con sus tributos tienen siempre una serie de inspecciones que las ponen, semana tras semana, a merced de la discrecionalidad del inspector para interpretar la ley tributaria. En la percepción de más de un emprendedor, estos inspectores le buscan tres pies al gato o la sinrazón en cada una de sus fiscalizaciones. El objetivo de recaudar lo máximo posible y a cualquier costo parece, muchas veces, ser el norte.

¿Qué podríamos hacer? Flexibilizar el régimen laboral, fomentar microcréditos para la pequeña y mediana empresa, eliminar trabas burocráticas en la apertura de negocios y facilitar el cumplimiento de sus obligaciones, impulsar la asociatividad empresarial, invertir en ciencia y tecnología decididamente, y, en general, aplicar rápidamente un conjunto de medidas que aseguren grandes retornos a futuro, que impulsen el desarrollo de los negocios, que alienten la formalización de comercio y que, como consecuencia, eleven la base tributaria. No basta con fiscalizar intensamente al contribuyente formal. Hay que lograr que quienes por años no contribuyen con el país, pero sí gozan de sus beneficios, aporten regularmente, como todos los demás peruanos. Eso sería hacer verdadera inclusión: lograr que todos aporten para sostener lo que todos tenemos y lo que necesitamos construir a futuro.

**Álvaro Díaz Bedregal**

Gerente de Estudios Económicos y  
Consultoría Empresarial de COMEXPERU

### Director

Eduardo Ferreyros Küppers

### Co-editores

Rafael Zacnich Nonalaya

Álvaro Díaz Bedregal

### Promoción Comercial

Helga Scheuch Rabinovich

### Equipo de Análisis

Jorge Acosta Calderón

Estefanía Campoblanco Calvo

Walter Carrillo Díaz

Diego Bohórquez Morote

### Corrección

Ángel García Tapia

### Diagramación

Carlos Castillo Santisteban

### Publicidad

Edda Arce de Chávez

### Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú

Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.

e-mail: [semanario@comexperu.org.pe](mailto:semanario@comexperu.org.pe)

Telf.: 625 7700 Fax: 625 7701

Reg. Dep. Legal 15011699-0268

II DIPLOMADO DE ESPECIALIZACIÓN EN

# FRANQUICIAS

INICIO DE CLASES: 24 DE JUNIO

En alianza con:



**Juan Carlos Mathews**

Director de Educación Ejecutiva  
de la Universidad del Pacífico  
Profesor del Diplomado de  
Especialización en Franquicias



**UNIVERSIDAD  
DEL PACÍFICO**  
EDUCACIÓN EJECUTIVA



volver al índice





## SIERRA EXPORTADORA: ¡MÁS DE 57,000 BENEFICIARIOS!

Actualmente son pocos los programas gubernamentales que han demostrado su efectividad con resultados tangibles. Uno de ellos es Sierra Exportadora, organismo que tiene como objetivo la promoción, fomento y desarrollo de actividades económicas rurales, de transformación e industrialización en la sierra del país. Sierra Exportadora impulsa la producción andina hacia la exportación, mejorando calidad, volumen, procesos y aportando a que se obtenga mayor valor agregado por los productos, a fin de luchar contra la pobreza y generar empleo en el Ande peruano. ¿Cuáles han sido sus principales resultados?

A diciembre de 2012, con el apoyo de Sierra Exportadora se han creado 259 planes de negocio, de los cuales 113 se ubicaron en la sierra centro, 103 en la sierra sur y 49 en la sierra norte. Asimismo, los principales sectores en los cuales se incursionó fueron en el agrícola (con el 38% del total de proyectos iniciados), el agroindustrial (16%), el manufacturero (13%) y el acuícola (12%).

Cabe resaltar que el número de beneficiarios alcanzó la cifra de 57,220 personas, que en su mayoría pertenecen a la sierra sur y centro (zona con mayor incidencia de pobreza en el Perú), con 35,000 y 13,000 beneficiarios, respectivamente. En lo que respecta a jornales utilizados en el programa, se alcanzó los 2.9 millones aproximadamente.

El monto exportado gracias al apoyo de este programa alcanzó los US\$ 25.5 millones, siendo en su mayoría exportaciones no tradicionales, que tienen mayor valor agregado, lo que resulta beneficioso para la economía, ya que son fuente generadoras de empleo, mejoran salarios, impulsan el desarrollo tecnológico y propician la descentralización.

Son este tipo de iniciativas las que el Gobierno debe seguir impulsando, dotándolas de mayores recursos, tanto de capital como humanos. Este es un ejemplo de inclusión social -o, lo que es lo mismo, de creación de oportunidades iguales- efectiva, donde prima el principio de que “no hay que regalar pescado, sino enseñar a pescar”.

## MEDIDAS QUE DISTORSIONAN

En más de una ocasión escuchamos de las autoridades que no se elevarían las tasas de los impuestos ni mucho menos que se crearían nuevos. Sin embargo, el pasado 14 de mayo, el Ministerio de Economía y finanzas (MEF) emitió el Decreto Supremo N.º 092-2013-EF, que establece disposiciones para incrementar del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC) a la cerveza, vinos y demás licores, con lo que pasará del 27.8% al 30% para el caso de las cervezas, y del 20% al 25% para los vinos y demás licores.

Se dice que con esta medida se estaría atacando la evasión tributaria en el mercado de bebidas alcohólicas; pese a que por teoría o racionalidad económica no existe un elemento más distorsionador del mercado que los impuestos, y más aún si estos se incrementan. Elevando la tasa del ISC difícilmente se contrarrestará el problema de la evasión tributaria en este mercado; mucho menos se estimulará el consumo de productos de mejor calidad (que es manifiestamente un interés del Gobierno, dada la innecesaria y reciente ley sobre alimentación saludable). El ajuste u ordenamiento de las tasas parece estar motivado únicamente por el objetivo de incrementar la recaudación tributaria en el mediano plazo, en vista de que en el mes de abril esta disminuyó un 5.2%, en comparación con el mismo mes de 2012. ¿O es que solo casualmente coinciden la caída de la recaudación y esta medida?

Tal parece que el Ejecutivo tiene la consigna de ampliar la base tributaria, rascando la olla por donde se pueda, para poder solventar los programas asistenciales que viene implementado, y pese a haber endurecido medidas para fiscalizar la evasión de impuestos como el IGV. En COMEXPERU, consideramos que la mejor manera de ampliar la base tributaria es atacar directamente a la informalidad y la ilegalidad, con sanciones drásticas para los que se encuentran lucrando en los mercados negros. Del mismo modo, dictando legislaciones más flexibles que fomenten la formalización de empresas, ya que, según datos de Apoyo Consultoría, en el Perú alrededor de 30% del mercado de bebidas alcohólicas es atendido por comerciantes informales.

Medidas efectivas para formalizar este mercado distan mucho del actual accionar de Sunat en su trabajo de fiscalización. En la percepción de muchos empresarios de toda escala, este organismo viene exigiéndolos de manera extrema, y esto es posible por la gran discrecionalidad que la ley tributaria da al inspector, quien es prácticamente un intérprete libre de las normas, siempre sesgado hacia la imposición de sanciones para contribuir a las metas de recaudación. Con esta clase de medidas, lo único que se logrará será asfixiar a los empresarios formales, empujándolos hacia la informalidad o al cierre de sus negocios en muchos casos, lo que tiene como consecuencia final menos empresas pagando impuestos, menos recaudación y más comercio informal que lucra sin aportar al Estado ni a los ciudadanos que necesitan servicios públicos como saneamiento, educación o salud, que son financiados por los impuestos. ¿Eso es hacer inclusión?

Resultados de Sierra Exportadora a diciembre de 2012				
Región	Planes de negocio	N.º de beneficiarios	Jornales generados	Exportaciones (US\$ millones)
Sierra Norte	43	9,115	214,814	2,962,499
Sierra Centro	113	13,032	988,746	9,279,277
Sierra Sur	103	35,073	1,661,994	13,227,106
<b>Total</b>	<b>259</b>	<b>57,220</b>	<b>2,865,554</b>	<b>25,468,881</b>

Fuente: Sierra Exportadora. Elaboración: COMEXPERU.



**Acercamos culturas, acercamos negocios**

Oficina de Representación Brasil - Sao Paulo

Entérate más AQUÍ



volver al índice



## ¡Qué bonito es Israel!

La agenda de apertura comercial peruana está estancada. Las exportaciones peruanas cayeron un 16.9% con respecto al mismo periodo de 2012, lo que lleva a pensar que es preciso tomar medidas para contrarrestar este resultado. Hasta el mes pasado, no había indicios de que las negociaciones con países como Rusia o India, mercados sumamente atractivos, fueran a empezar. Hoy ya están por entrar en vigencia los acuerdos del Perú con países como Costa Rica y Guatemala. A simple vista –y más aun comparando mercados–, esto no es suficiente.

En este escenario, Israel ha expresado al Perú, mediante su embajador Modi Ephraim, su interés por establecer un TLC con nuestro país. Según la embajada israelí en el Perú, autoridades de dicho país han sostenido conversaciones con representantes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y de ProInversión. A continuación, algunas cifras sobre la economía israelí que pueden ayudar a medir su potencial como posible socio comercial de nuestro país:

- Según cifras del Fondo Monetario Internacional (FMI), Israel creció a una tasa anual promedio del 8.18% en la última década, alcanzando un PBI de US\$ 241,000 millones en 2012.
- Asimismo, se estima que crecerá a una tasa anual promedio del 5.5% en los próximos 6 años, por lo que llegaría a registrar un PBI de US\$ 332,000 millones en 2018.
- Las exportaciones totales e importaciones totales israelíes alcanzaron un valor de US\$ 64,740 millones (27% del PBI) y US\$ 77,590 millones (32% del PBI) en 2012, respectivamente. Esto evidencia el importante dinamismo comercial del país asiático.
- La población de Israel alcanzó las 7.7 millones de personas, lo que generó un PBI per cápita de US\$ 31,300 en 2012. Es un país con un muy importante poder adquisitivo.

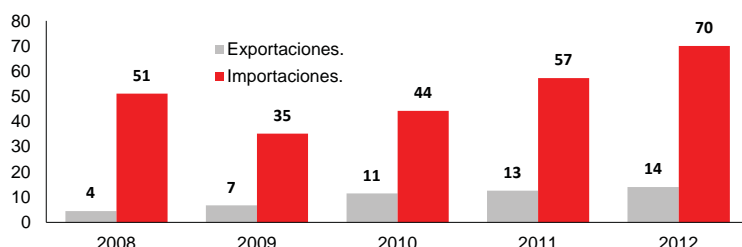
Las exportaciones peruanas hacia Israel se han mantenido al alza en los últimos cuatro años. De 2009 a 2012, los envíos crecieron con una tasa promedio anual de 28%, alcanzando un valor de US\$ 14 millones. Cabe resaltar que el aumento más significativo se dio entre 2009 y 2010, cuando las exportaciones crecieron un 71%, registrando un valor de US\$ 11.5 millones.

Los envíos tradicionales hacia Israel alcanzaron los US\$ 7.2 millones en 2012, evidenciando un crecimiento del 22% respecto al año anterior. Entre los principales productos de este sector, destacan el zinc en bruto sin alea (US\$ 4 millones, +188%) y el café sin descafeinar (US\$ 2.8 millones, -19%). Por otra parte, dentro de los principales productos exportados del sector no tradicional, que alcanzó los US\$ 6.6 millones en 2012, destacan el óxido de zinc y la quinua, con US\$ 1.5 millones (-20%) y US\$ 1 millón (no se registraron envíos en 2011), respectivamente.

Por el lado de las importaciones, los productos que más destacaron entre los envíos israelíes a nuestro país fueron las partes y teléfonos móviles, por US\$ 13 millones (+506%); los aparatos de telecomunicación, por US\$ 3 millones (+6.8%), y los sistemas de riego por goteo para la agricultura, por US\$ 2.6 millones (+37%). Israel es, en gran medida, el país de origen de muchos activos para la reciente mejora tecnológica en el agro, la producción y las operaciones comerciales del Perú. Es claro que debemos aprender de un país que, como el Perú, hace agricultura exitosa en medio del desierto y en condiciones aún más hostiles; y tomar también de Israel, a través del comercio y el flujo de inversiones que en TLC promovería, parte de la tecnología en medicina, ingeniería hidráulica, civil y defensa de ese país.

Israel mantiene un crecimiento sostenido desde hace varios años, lo que ha generado un PBI per cápita muy por encima del promedio mundial. Recordemos que este país asiático invierte aproximadamente el 20% de su PBI, y si bien sus inversiones en el Perú aun no son de gran magnitud en los últimos tiempos, se ha confirmado que estaría interesado

Comercio bilateral entre Perú e Israel (US\$ millones)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



almacenes



logística



warrants



depsa files



en duplicarlas y enfocarlas en los sectores energético, farmacéutico, de comunicación y educación.

Si nos remitimos a las cifras, podemos darnos cuenta de que el Perú podría beneficiarse si tuviera más importaciones de tecnología israelí. Asimismo, un TLC tendría un efecto positivo sobre las exportaciones agrícolas, no tradicionales y de materias primas de Perú hacia Israel, productos que este país demanda.

Si bien los números aún no son grandes respecto del volumen comercial del Perú, la idea de mantener una agenda comercial dinámica –necesaria para diversificar mercados– confirma que un TLC con Israel es una opción favorable al Perú. Fomentar la apertura de nuevos mercados para posicionar nuestros productos, sobre todo si los compradores gozan de altos niveles de ingresos como en Israel, trae beneficios para nuestro país. Esperemos que con un análisis a profundidad y las subsiguientes negociaciones de este TLC, se pueda alcanzar pronto un acuerdo con este gigante del Medio Oriente. La apertura de mercados no ha terminado para el Perú, y el trabajo con Israel y los mercados emergentes debe empezar si no queremos perder el paso.



**¿Buscas soluciones para crecer en tus negocios controlando riesgos?**

Agregamos valor a la información desarrollando las mejores soluciones para acciones de marketing, adquisición de clientes, administración de cartera y gestión de cobranzas.

**Infocorp, más que información soluciones**

Teléfono: 415 0300  
info@infocorp.com.pe  
www.equifax.com.pe

**EQUIFAX PERU**

 volver al índice





## La desaceleración de China: ¿freno o equilibrio?

Las críticas asociadas a la manera en la que China ha dirigido su crecimiento son recientes: “China prioriza la velocidad por encima del equilibrio” en su economía. Tan solo en 2009, la composición del crecimiento de dicho país se traducía en aumentos agresivos del gasto público y en la inversión de empresas estatales que permitían amortiguar los impactos de unas exportaciones débiles, que no lograban cubrir las falencias en el consumo privado. El consumo privado, a su vez, continuaba disminuyendo en relación con los niveles alcanzados la década previa. Prueba de ello es que el gasto de los hogares chinos como porcentaje del PBI -inclusive ante un aumento en las ventas de automóviles y electrodomésticos- correspondía aproximadamente a la mitad de la proporción del consumo en EE.UU., y se mantenía muy por debajo de los niveles de gasto privado en Europa y Japón.

Una descripción aún más reciente de esta situación se sostiene en un informe del FMI publicado en setiembre de 2012, que refuerza el consenso de que el consumo en China permanecía rezagado en comparación con otras economías en desarrollo; y adiciona que inclusive su consumo interno era notablemente menor al compararlo con otras economías de la región, como Corea del Sur y Japón durante sus años de bonanza económica. Es así que el ascenso de China a la cabeza de la economía global ha permanecido obstaculizado. Mientras tanto, muchos peligros estructurales han subyacente a sus imponentes tasas de crecimiento. Su caso demuestra que virar el timón de una economía plenamente sostenida en sus exportaciones y el sector manufacturero hacia uno que promueve el consumo interno y el desarrollo de sus servicios para aliviar dicha dependencia, no es tarea sencilla.

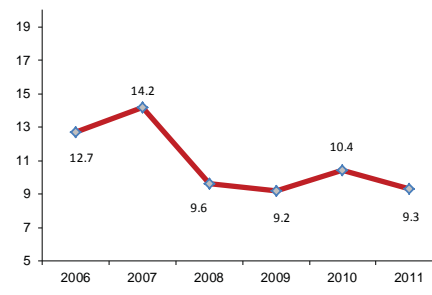
### EL RETO DEL CONSUMO EN CHINA

La preocupación respecto de la necesidad de alcanzar un reequilibrio hacia los servicios y otorgar un mayor énfasis al consumo, pero sostenido en el crecimiento del ingreso y no en el endeudamiento, fue inicialmente expuesta por Justin Yifu Lin, exjefe del Banco Mundial y uno de los economistas chinos de mayor renombre. Así, cifras recientes revelan una desaceleración en el crecimiento de China: su economía muestra una expansión del 7.7% en el primer trimestre del año, cifra marginalmente menor al mismo periodo de 2011 (7.9%) y notablemente menor a la esperada (8%). Detrás de aquello, que a primera vista se presenta como una noticia desalentadora, reside la potencial oportunidad de una senda de desarrollo más equilibrado para China. El consumo, aunque aún bajo, contribuyó en una medida mayor que la inversión al crecimiento de China en el primer trimestre del año, lo que sugiere una pausa al crecimiento inducido por las inversiones en 2011. Más aún, los servicios han superado la contribución de la industria en su PBI en el último trimestre, tendencia que se mantiene desde el año pasado, tal y como fue mencionado anteriormente (ver [Semanario N° 695](#)).

De esta manera, todo se sostiene en encontrar el balance apropiado. La economía china, tal y como se lo propuso, conduce hoy el desarrollo de su economía sobre una base equitativa tanto de los servicios (47.8% del PBI) como de la industria (45.9% del PBI), y lo hace manteniendo su liderazgo entre los exportadores de bienes en el mundo. El sector manufacturero chino continúa creciendo, lo que es muy importante, pues darle la espalda a este sector sería contrariar una de las principales advertencias que se recoge de la crisis financiera de 2008. La mayoría de países mantiene un tercio de su PBI compuesto por manufactura, pues es precisamente esto lo que ha contribuido a que algunos de ellos, como Alemania, hayan sido capaces de enfrentar con éxito desbalances que sí afectaron a EE.UU. y al Reino Unido, donde este sector ha caído a casi el 10% del PBI. Sin embargo, un mayor balance de su economía, que sugiere a su vez un mayor énfasis en su sector de servicios, permite una mayor creación de empleos -a pesar de la desaceleración, China superó en un 33% su meta de creación de 9 millones de empleos en 2012- pues este hace uso más intensivo de la mano de obra que el sector de manufactura. Su crecimiento aumenta el nivel de ingresos y salarios, y estos, finalmente, no tardan en repotenciar el consumo e incrementar el gasto en los servicios, y así sucesivamente.

A medida que China descansa de su deseo de perseguir el crecimiento a toda costa, su economía no ha tardado en demostrar signos de madurez económica. Asimismo, un mayor desarrollo en el mercado de servicios chino podría resultar beneficioso para firmas extranjeras que busquen localizar nuevas fuentes de demanda, como es el caso de conocidos exportadores de servicios como los EE.UU. y el Reino Unido, quienes de forma contraria a China buscan encaminar el balance de su economía hacia la exportación.

Crecimiento del PBI de China (var. % anual)



Fuente: Banco Mundial. Elaboración: COMEXPERU.





## Chile tiene un TLC con India y exportó más de US\$ 1,900 millones a este país. El Perú no.

La economía peruana acumuló un crecimiento del 4.79% en el primer trimestre de 2013, cifra menor frente a lo que pronosticaron analistas y entidades financieras. Según un reciente informe del INEI, el resultado de la actividad económica de marzo se explicó por un menor avance de los sectores vinculados a la demanda interna. Este efecto podría ser compensado por un buen desempeño en el comercio internacional. Sin embargo, nuestros grandes socios comerciales, como China, que creció un 7.8% en 2012 (su resultado más débil trece años), no muestran un dinamismo suficiente. No obstante, existen mercados con los que aún no hemos estrechado lazos comerciales y que prometen una boyante demanda hacia los próximos años, como la India. ¿Cuánto debemos esperar para tener un TLC con ese país?

### ¡QUE NO SE NOS PASE EL TREN!

India es una de las plataformas comerciales más potentes de Asia Oriental y es importante su proyección comercial hacia los países del Pacífico. Actualmente tiene los siguientes tratados de preferencias comerciales vigentes:

- Regionales: Acuerdo de Libre Comercio del Sur Asiático (SAFTA) -Bangladesh, Bután, India, Maldivas, Nepal, Pakistán, Sri Lanka-, Acuerdo Preferencial del Comercio del Sur Asiático (SAPTA), Acuerdo Comercial del Asia Pacífico (APTA).
- Interregional: Brasil-Sudáfrica (IBSA).
- Global: Sistema Global de Preferencias entre países en vías de desarrollo (GSTP).

Además, tiene múltiples tratados bilaterales y subregionales, y tratados en negociación con EFTA (Islandia, Suiza, Liechtenstein y Noruega), Unión Europea, Nueva Zelanda, Australia, Unión Aduanera del África Meridional (SACU) y el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG). Así, uno de los intereses fundamentales del Perú en una futura negociación con India es la consolidación de la apertura comercial de nuestro país en una economía que está llamada a ser una potencia hacia la siguiente década, y que cuenta con un mercado que concentra un sexto de la población mundial.

Y esta larga lista de tratados no es gratuita, pues es un agente comercial dinámico. Entre sus principales socios comerciales en 2011 tenemos a China, con US\$ 50,537 millones (19% del total de importaciones); EE.UU., con US\$ 21,628 millones (8.2%); Australia, con US\$ 15,280 millones (5.8%); y Alemania, con US\$ 15,077 millones (5.7%). Dentro de nuestra región podemos destacar a Brasil, con US\$ 3,201 millones; Chile, con US\$ 1,914 millones (a quien le compra manzanas, uvas y fresas); y Colombia, con US\$ 732 millones (con productos como café y bananas). Si el año pasado hubiéramos vendido a India el 50% de lo que le exportó Chile en 2011, nuestra balanza comercial de 2012 sería positiva.

Contar con un TLC con la India resultaría muy provechoso para el Perú, ya que permitiría a los productos peruanos entrar mucho más fácilmente al mercado indio, especialmente con nuestros productos no tradicionales. Los sectores más beneficiados serían entonces el manufacturero y el agrícola, los cuales hoy enfrentan altos costos al ingresar a este país, porque deben pagar aranceles del 9.8% y el 31.4%, respectivamente. Asimismo, podremos acceder a productos de la India con mejores condiciones y a bajo costo, y acceder fácilmente a su desarrollo en servicios informáticos y en tecnologías de la información y comunicación.

### COMPLEMENTARIEDAD ESTRATÉGICA

Por otro lado, se pronostica que, para el 2030, el 40% de la población de India será urbana, lo que implica un enorme incremento en la demanda de transporte vía carreteras, que no está siendo debidamente atendida y, en consecuencia, obstaculiza la expansión de los centros de crecimiento. Cabe señalar que en la India solo un 30% de las carreteras poseen dos carriles y más del 50% están deterioradas. Pensemos en todos los productos y materiales que la India requerirá para potenciar infraestructura para 1,200 millones de personas, y en todos los bienes de consumo que estos millones, cada vez más conectados y con mayores ingresos, consumirán en pocos años.

Es largo el trecho que debe recorrer India para replicar el surgimiento de la economía china, y el reto tiene que ir por reducir sus barreras arancelarias y sus altos costos de transporte, invirtiendo en infraestructura. El TLC Perú-India —una vez que el Estado peruano acepte la invitación de negociarlo que ya nos hizo la India— definirá si somos parte de la historia del auge de una de las potencias económicas y tecnológicas más grandes del mundo, o si perdemos nuevamente el tren de la historia.

Indicadores económicos	Perú	India
Población (millones)	29	1,241
PBI (US\$ miles de millones)	177	1,848
Crecimiento del PBI (var. %)	6.9%	6.8%
PBI per cápita (US\$)	6,008	1,488
Inflación (var. %)	4.6%	7.9%
Desempleo	7.9%	9.8%
Exportaciones (US\$ millones)	45,636	301,483
Importaciones (US\$ millones)	37,747	462,403
Stock externo de IED (US\$ millones)	3,099	111,257
Puesto Ranking Doing Business 2013	43	132
Puesto Ranking Competitividad WEF	61	59

Fuentes: Banco Mundial, FMI, Invest Map, Trade Map, WEF, DB2013.  
Elaboración: COMEXPERU.





## ¿Buscas una computadora?

\*computadoras \*notebooks \*servidores \*pdas \*partes \*software \*servicio técnico

Av. Tomás Marsano 2601 Higuera Central: 271-0630 Fax: 271-0631  
info@pcperformance.com.pe www.pcperformance.com.pe



 volver al índice