



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

## Contenido

Del 10 al 16 de setiembre del 2007

	<b>OJO CON LA BRECHA</b>	<b>Editorial</b>	2
	<b>LAS ALGAS MARINAS, ¿UNA AVENTURA CULINARIA O ACUÁTICA?</b> <i>En lo que va del año se han exportado algas a China por un valor de US\$ 1.6 millones.</i>	<b>Hechos de Importancia</b>	3
	<b>SUBE Y BAJA, PERO... ¿DEBERÍA PREOCUPARNOS?</b> <i>La inflación vuelve a ser un tema de discusión.</i>	<b>Actualidad</b>	4
	<b>CHINA Y SU ENORME MERCADO</b> <i>No solo venden, sino también compran... y bastante.</i>	<b>Economía</b>	6
	<b>IMPORTACIONES A JULIO CRECEN UN 29%</b> <i>Las de bienes de capital fueron las de mayor crecimiento con un 45%.</i>	<b>Comercio Exterior</b>	7
	<b>DIME CÓMO ANDAS Y TE DIRÉ QUÉ SECTOR ERES</b> <i>Observando el desempeño productivo... según los últimos datos del BCRP</i>		
	<b>APEC AUSTRALIA 2007</b> <i>La pelota pasa a nuestra cancha y proponemos una interesante alternativa.</i>		

### Links de interés

- Cronograma de Eventos y Foros
- Publicidad
- Suscripciones

#### SEMANARIO COMEXPERU

##### Directora

Patricia Teullet Pipoli

##### Co-editores

Sofía Piqué Cebrecos

Ricardo Paredes Castro

Promoción Comercial

Helga Scheuch Rabinovich

##### Equipo de Análisis

Alfredo Mastrokalos Viñas

Andrea Baracco Vargas

Andrés Murdoch Fabbri

Publicidad

Edda Arce de Chávez

##### Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

Diseño Gráfico

Angela Vásquez Vivanco

Corrección

Angel García Tapia

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)

Tel.: 422-5784 Fax: 422-5942

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



## Ojo con la brecha

La evidencia muestra que la apertura comercial ha generado crecimiento y que este ha traído consigo mejoras en la calidad de vida de muchos, tanto por mayores o mejores oportunidades de empleo para atender mercados de mayor tamaño, como por un mayor acceso a bienes de menor precio o mejor calidad. Así, hemos visto que, en el mundo en general, la apertura ha ido acompañada de una disminución en la cantidad de personas que están por debajo de la línea de pobreza.

Sin embargo, el avance se da a un ritmo demasiado lento y es innegable que no toda la población participa igualmente de los beneficios de la globalización.

Es por esa razón que la presidencia del Perú en el APEC para el año 2008 -a punto de ser asumida en Australia (al cierre de esta edición)- se enmarcará dentro de un nuevo enfoque. Bajo el título "Ojo con la brecha: haciendo de la globalización una oportunidad para todos", el sector empresarial peruano plantea tres ideas básicas, que se detallan a continuación.

Primero, el reconocimiento de que existe una brecha entre países y que debe y puede ser acortada en un foro como el APEC, que tiene la cooperación económica como uno de sus ejes fundamentales.

Segundo, que existe también una brecha al interior de los países. Probablemente en el caso de los países desarrollados esta no tenga consecuencias excesivas, pero en los países en desarrollo la diferencia entre aquellos que se benefician del crecimiento económico y aquellos que no logran hacerlo puede ser dramática.

Con estas dos brechas en perspectiva, se propone trabajar en su eliminación, de manera que se haga participar de los beneficios de la globalización, la apertura comercial y el crecimiento al mayor número posible de personas, y así cerrar las brechas entre países y al interior de ellos, posiblemente de manera simultánea, pues las acciones que se tomen para cerrar una tendrá consecuencias directas en la reducción de la otra.

La respuesta de los empresarios del Asia Pacífico ha sido sumamente positiva. Es claro el reconocimiento de que el desarrollo sostenible no puede darse sobre la inequidad y que, tarde o temprano, surgirán como consecuencia movimientos proteccionistas que impedirán la libertad de comercio e inversión. Ya estamos viendo estos movimientos en países tan diversos como Venezuela y Estados Unidos; en ambos casos, la reacción proteccionista afectará las oportunidades de exportación del Perú.

Nuestro país está viendo los beneficios de la apertura, aunque algunos se nieguen a reconocerlo. Es muy probable que, en esa línea, continúe negociando tratados comerciales para abrir o consolidar mercados. Pero para dar ese paso del crecimiento al desarrollo deberá, simultáneamente, cerrar sus brechas internas: la primera, y la más importante, es educación; la segunda, infraestructura. Hoy tenemos recursos para hacerlo; lograrlo es cuestión de liderazgo y voluntad política.

*Patricia Teullet*  
Gerente General  
COMEXPERU





### LAS ALGAS MARINAS, ¿UNA AVENTURA CULINARIA O ACUÁTICA?

Las algas marinas, también conocidas como "las verduras del mar", son abundantes, saludables y tienen un alto valor nutritivo. A diferencia de lo que sucede en los países asiáticos, estas no son un insumo básico de la cocina peruana, pero nos sorprendería saber que consumimos algas desde hace mucho tiempo, ya que diariamente las utilizamos en shampoo, pasta dentífrica, dietas adelgazantes, cosméticos, alimentos para animales, sopas de preparación instantánea y medicinas.

Las exportaciones peruanas de algas (frescas, refrigeradas, congeladas o secas), que ascendieron a US\$ 2.6 millones en el 2006, crecieron un 19% con respecto al 2005. En el periodo enero-julio del presente año se han exportado algas por un valor de US\$ 2.2 millones, cifra mayor al total obtenido en el 2005. Las tres algas marinas más utilizadas como alimento humano son nori, kombu y wakame, esenciales en cualquier restaurante japonés (para sushis, makis, etc.). China, Japón y Corea del sur son los mayores consumidores de algas marinas como alimento y sus necesidades constituyen el 54% de todas las importaciones a nivel mundial, aparte de ser los principales productores.

Los destinos de las exportaciones peruanas de algas en el 2006 se concentraron en China (45% del total), Chile (13%), Francia (11%) y Corea del Sur (8%). Asimismo, las principales empresas peruanas exportadoras de algas en lo que va del año son Algas Multiexport del Perú S.A.C., Globe Seaweed International S.A.C. y Algas Arequipa E.I.R.L., con una representación del 29%, 27% y 13%, respectivamente. En cuanto al comercio mundial, según cifras de *TradeMap*, en el 2005 se exportaron algas por un valor de US\$ 429 millones, siendo China el principal exportador (25% del total), seguido por Corea del Sur (20%).

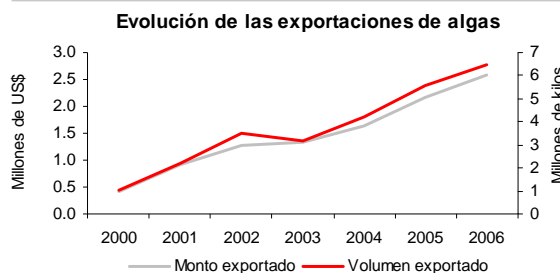
### SUBE Y BAJA, PERO... ¿DEBERÍA PREOCUPARNOS?

La inflación, que se creía controlada en América Latina, ha vuelto a ser un tema de preocupación y discusión en los medios gubernamentales, empresariales y académicos. Según el INEI, durante los meses de mayo, junio y julio del presente año, la inflación en el Perú se incrementó en un 0.5% aproximadamente, a diferencia de una inflación negativa (deflación) durante el mismo periodo del año anterior. Las principales recetas para combatir la inflación son controlar los gastos y la inversión, así como subir las tasas de interés.

El BCR aplicó la receta y subió la tasa referencial del 4.50% al 4.75% en el mes de julio y ahora (setiembre) la ha vuelto a subir hasta el 5% como una medida preventiva (hay que tener en cuenta que la política monetaria opera con rezagos) para controlar expectativas. Afortunadamente, la inflación del mes de agosto fue del 0.14%, resultado que significó una desaceleración del ritmo inflacionario. La preocupación surge en que se ha acumulado una inflación del 2.39% en los ocho primeros meses del año y la meta de inflación es del 2% (con una tolerancia de +/-1%).

Este tema resulta más complicado en algunos países que otros. Por ejemplo, en Chile se pronosticó que los precios crecerían un 2.3% el 2007, ahora dicho estimado ha subido al 4.1% luego de dos correcciones. Argentina firmó distintos "acuerdos" con sectores productores de bienes de consumo, pero igual la proyección corregida fluctúa entre el 8% y el 11%. Venezuela registró un incremento del 7.8% en el primer semestre y se espera que bordee el 20% al final del año. En Colombia la inflación alcanzó una cifra mayor al tope máximo de la meta fijada.

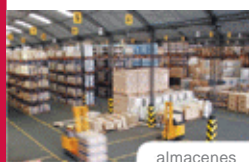
A diferencia de todos ellos, el Perú tiene la suerte de ser el país con la menor inflación de América Latina por segundo año consecutivo y manteniéndose dentro de sus límites en lo que va del año, así que no habría razones contundentes para preocuparnos... al menos por ahora.



Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERÚ.

Países	Inflación anual (promedio)		
	2005	2006	2007*
Venezuela	15.9%	13.6%	21.6%
Argentina	9.6%	10.9%	10.3%
Uruguay	4.7%	6.4%	6.0%
América Latina	6.3%	5.4%	5.2%
Colombia	5.0%	4.3%	4.2%
Brasil	6.9%	4.2%	3.5%
México	4.0%	3.6%	3.9%
Chile	3.1%	3.4%	2.5%
Ecuador	2.1%	3.3%	2.8%
EE.UU.	3.4%	3.2%	1.9%
Perú	1.6%	2.0%	1.0%

Fuente: World Economic Forum 2007. Elaboración: COMEXPERÚ.  
\*Estimado



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar  
página 1



## China y su enorme mercado

Cada vez es más notoria la importancia de China en el escenario internacional. Su economía, motor actual del crecimiento mundial, se ha expandido sostenidamente durante los últimos 25 años a una tasa promedio del 9.8% y en el 2006 lo hizo en un 10.7%, su mayor incremento de la última década. Hoy en día, este increíble desempeño viene también reflejándose en mejoras en los distintos indicadores sociales del país, así como en un mayor consumo de una población de más de ¡1,300 millones de habitantes!, deseosa por satisfacer sus necesidades básicas... y las triviales también.

### CAMBIOS ESTRUCTURALES, DESBALANCES Y ¿EQUILIBRIO OTRA VEZ?

Actualmente, China se encuentra envuelta en un proceso de cambios económicos, sociales y demográficos que tendrán como resultado el nacimiento de una enorme clase media. Según el Banco Mundial, solo entre 1990 y el 2005 el número de personas viviendo con menos de US\$ 2 al día disminuyó en aproximadamente 400 millones. Asimismo, la migración del campo a la ciudad, que se estima en unos 250 millones de personas desde 1985, ha sido adecuadamente absorbida gracias al desarrollo económico impulsado por la inversión y las exportaciones. Esto, a su vez, ha fomentado mejoras en los salarios de los trabajadores (de acuerdo con *The Economist* estos aumentaron en promedio un 15% durante el 2006), muchos de los cuales dejaron de trabajar en el campo para hacerlo en industrias manufactureras.

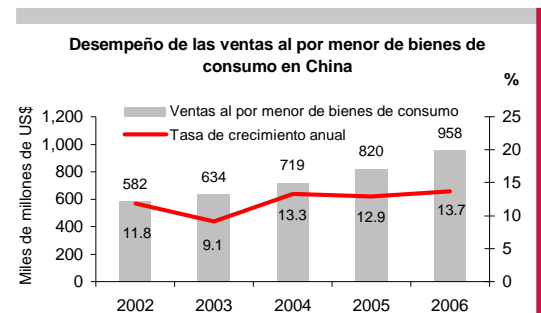
Un estudio elaborado por el McKinsey Global Institute en el 2006, señala que estas transiciones estarían generando un cambio en el modelo de crecimiento chino, que tiene a la inversión como principal componente (cerca del 42% del PBI en el 2005). Esta situación, que ha creado un desbalance tanto para su economía como para la del resto del mundo, tendería a revertirse fundamentalmente por dos razones. Primero, los retornos marginales sobre la inversión empezarán a caer. Esto actualmente está sucediendo, pues mientras que en la primera mitad de los noventa China necesitaba solo US\$ 3.30 de inversión para producir un dólar de crecimiento del PBI, desde el 2001 viene requiriendo US\$ 4.90. Segundo, conforme los chinos vayan aumentando su nivel de ingresos, el consumo empezará a tener un impacto mayor en el PBI. Como se verá líneas abajo, esto también se está produciendo.

### A MAYOR INGRESO, MAYOR CONSUMO

Las estimaciones del mencionado estudio sugieren que entre el 2006-2015 la masiva clase media china emergerá, expandiéndose no solo por las regiones costeras, sino también por el centro del país que poco a poco tendrá un mayor desarrollo urbano. Igualmente, conforme el ingreso de esta clase media aumente (se espera que lo hará dramáticamente en los próximos años), el consumo chino ganará una mayor ponderación dentro de la economía, convirtiendo a China en el tercer mercado más grande del mundo en el 2025.

Los patrones de consumo también se modificarán. Los chinos, que ahorran aproximadamente el 37% de su ingreso disponible debido a su preocupación por el débil sistema social del país (salud, educación y jubilación), reducirán paulatinamente este porcentaje al paso que la prosperidad económica le permita al Estado implementar mejores servicios. Por otro lado, se observa que desde 1990 el gasto en consumo discrecional ha crecido sostenidamente y hoy en día constituye cerca del 55% del total del ingreso disponible urbano; para el 2025 se proyecta que será del 74%. De esta manera, los chinos, que destinan la mayor parte de su dinero a bienes de primera necesidad (alimento y vestido), empezarán a gastar más en productos y servicios relacionados al ocio, placer y lujo. Como resultado, se espera que el consumo urbano pase de US\$ 446,000 millones anuales en el 2005 a US\$ 2.3 billones en el 2025.

Como vemos, el mercado chino presenta una gigantesca demanda que recién comienza a desarrollarse. Ahora, gracias al lanzamiento oficial de las negociaciones para la firma de un TLC entre el Perú y China, podremos aprovecharlo al máximo. En la próxima edición analizaremos el comercio entre Latinoamérica y China y todas las potencialidades que involucra.



Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas de China.  
Elaboración: COMEXPERU.



### Grupo Interbank ahora en China

Que tus productos lleguen más fácil y rápido a China.  
Nueva Oficina Comercial en Shanghai.  
[www.ifhperu.com](http://www.ifhperu.com)



regresar  
página 1





## Importaciones a julio crecen un 29%

Durante los siete primeros meses del año, las importaciones peruanas ascendieron a US\$ 10,923 millones, un 29% más que en el mismo período del 2006. El rubro de mayor importancia fue el de bienes intermedios, con una participación del 52.2% del total importado; le siguen los bienes de capital, con el 31.6%, y los de consumo, con el 16.1%.

El buen desempeño económico del país, que entre enero y junio vio incrementado su PBI en un 7.8% en promedio, estuvo incentivado, entre otros factores, por una mayor demanda interna (+8.1% en junio) que llevó a su vez a una mayor producción. Esta situación sería una de las principales explicaciones del aumento de las importaciones, básicamente las de bienes de capital e intermedios. Así, tenemos que las importaciones de bienes de capital, rubro de mayor crecimiento (+45%), habrían sido impulsadas por el aumento de la inversión. De estas, un 68% correspondió al sector industrial y un 21% al de equipos de transporte.

Por su parte, las importaciones de bienes intermedios se incrementaron un 22%. Cerca del 25% de las mismas pertenece a las importaciones de aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, cuyos montos crecieron un 4.10% y su peso, un 3.97%. Por su parte, las materias primas utilizadas en la industria fueron las de mayor participación dentro de este tipo de importación, con un 60.3% de los US\$ 5,698 millones.

Las importaciones de bienes de consumo tampoco se quedaron atrás, pues se incrementaron un 23.6% con relación al 2006. Los bienes duraderos crecieron un 30% y los no duraderos, un 18.5%. Entre los productos duraderos destacan las importaciones de vehículos que crecieron un 43% y las de hornos microondas que aumentaron un 56.6%. Esta mayor demanda por bienes de consumo (tanto nacionales como extranjeros) se puede explicar, en gran medida, por los mayores ingresos de las familias peruanas (recordemos que el ingreso nacional disponible aumentó un 11.6% en el 2006), favorecidos por el dinamismo actual de la economía que también ha tenido un impacto positivo en el crecimiento del empleo (+7.8% anual a mayo del 2007).

Vale destacar que, pese al incremento de las importaciones, la balanza comercial peruana continúa siendo positiva, aunque menor en un 12% a la del 2006.

### ¿A QUIÉN LE COMPRA EL PERÚ?

Estados Unidos, principal socio comercial del Perú, es el origen de la mayor parte de las importaciones (16.5% del total importado en el período). Le siguen China, ahora en segundo lugar (el año pasado estaba en tercer lugar), y Brasil (antes en segundo puesto y ahora en tercero). El caso de China es bastante especial, ya que en relación al 2006 sus importaciones, que en su mayoría son bienes de capital e intermedios (alrededor del 70% del total), se incrementaron un 67%. Ahora que se viene el TLC con este país, sin duda, los beneficios de comerciar con una economía de la talla de China se verán incrementados.

### ¿Y LOS ARANCELES?

La reducción de la tasa arancelaria promedio a fines del año pasado del 10.1% al 8.3% (y que llegó hasta un 8.04% en julio del 2007) significó también un mayor incentivo a importar. Al poder importar materias primas e insumos a menores precios (las importaciones de bienes intermedios son más de la mitad de las importaciones totales), las empresas disminuyen sus costos, con lo que pueden ofrecer sus productos a menores precios (en beneficio de los consumidores locales) y se hacen más competitivas para el mercado internacional. Igualmente, las importaciones de bienes de consumo fomentan una mayor competencia en el mercado nacional, con lo que los consumidores, además de verse favorecidos con una oferta más variada, ganan con mejores precios (y calidad en algunos casos).

Esperemos que la rebaja arancelaria propuesta por PRODUCE, la cual conllevaría a una política arancelaria más equitativa y menos distorsionada (ver Semanario COMEXPERU N° 430), se apruebe cuanto antes.

	2007	Var.%
Bienes de capital	3,456.6	45.3
Materiales de construcción	359.8	33.2
Para la agricultura	29.4	74.6
Para la industria	2,346.0	48.3
Equipos de transporte	721.3	41.5
Bienes intermedios	5,698.4	22.1
Combustibles	1,901.2	7.4
Materias primas para la agricultura	359.5	31.9
Materias primas para la industria	3,437.6	31.1
Bienes de consumo	1,758.0	23.6
No duraderos	959.7	18.5
Duraderos	798.2	30.3
<b>Total</b>	<b>10,922.7</b>	<b>28.9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.





## Dime cómo andas y te diré qué sector eres

Sabemos que la actividad económica en el 2006 creció en términos reales un 8%, la tasa más alta en los últimos 10 años. De acuerdo con el BCRP, este crecimiento se dio en un panorama de confianza por parte de empresarios y consumidores, apoyado en la estabilidad macroeconómica (estabilidad de precios, superávit fiscal, etc.) y asociado a una mejora de los factores de producción. Pero, ¿cómo va el 2007?

### MOVIMIENTO ECONÓMICO

En la semana, el BCRP señaló que para el mes de junio el PBI creció un 6.6%, la menor tasa del año y similar a la de marzo, lo que acumularía para el primer semestre un crecimiento del 7.8%. Mientras, la demanda interna se expandió un 10.4%. Entre los sectores más dinámicos se encuentran los no primarios: Manufactura no primaria (12.1%) y Construcción (14.4%). El incremento del primero se debe principalmente a los productos metálicos, maquinaria y equipo (15.5%); productos químicos, caucho y plásticos (12.5%); y madera y muebles (12.1%), entre otros de menor crecimiento. PRODUCE señala que para junio la mayor demanda permitió que crezcan 30 de los 38 grupos industriales. Por su parte, el sector construcción ha acumulado un crecimiento del 14.4% por la ejecución de obras (construcción y rehabilitación) y el dinamismo de productos vinculados a la construcción (por ejemplo, tanques y barnices convencionales, entre otros).

En relación con el sector agropecuario, este creció un 2.6% en junio y un 3.1% para el primer semestre, principalmente por un mayor nivel de productos tradicionales como el ajo (41.5%), el arroz (18.9%), la caña de azúcar (15.2%) y el algodón (13.1%), y no tradicionales como el cacao (8.9%) y el espárrago (9.7%). Al parecer, la producción total del algodón y el espárrago no sería tan afectada por lo ocurrido en los valles del departamento de Ica, ya que el incremento respondió a la instalación de algodón pima en los valles Medio y Bajo Piura, y a la mayor producción de espárragos en el proyecto Chavimochic, en la Libertad. Asimismo, debe considerarse la menor producción de café (-14.9%) y papa (1.9%) por las heladas y lluvias irregulares.

Por el contrario, el sector pesca disminuyó un 12.2% para el mes de junio. A pesar de ello, en el primer semestre el crecimiento acumulado es del 5.5%, reflejado en la mayor captura para consumo humano (fresco y congelado, 6%) y consumo industrial (anchoveta, 2.2%). En el caso de la anchoveta, para junio se extrajo alrededor de 1,228 miles de TM y para el primer semestre se pescó 3,770 miles de TM. La harina de pescado, el principal producto del sector, mantiene una tendencia decreciente como consecuencia de los altos inventarios de China y el retraso de su actividad acuícola, además del incremento de la oferta.

Uno de los motores del crecimiento, la minería, también se vio afectada por una disminución del 4.2% en junio y el 1.8% para el primer semestre del año. Como se sabe, estas reducciones responden principalmente a la menor extracción de oro (-4.9% para el periodo enero-junio) de Yanacocha (76.7 mil onzas en junio), como también de Barrick Misquichilca, Minera Aurífera Retamas y Compañía Minera La Poderosa. Asimismo, debe considerarse la producción de otros minerales como la plata (-5.2%), el estaño (-5.7%) y el molibdeno (-4.3%), que se redujeron en el mes de junio. Sin embargo, a diferencia del oro, estas reducciones fueron atenuadas por el incremento en la producción de yacimientos mineros similares. Por su parte, los niveles extraídos de gas natural se incrementaron un 27.5% en junio y 61.6% entre enero y junio (Camisea produjo 5,8 millones de pies cúbicos de gas o el 69.6% del total nacional), principalmente por el alto nivel de ventas en el lote 88 producto de la demanda de las centrales termoeléctricas; y para hidrocarburos líquidos, la producción se redujo un 2.2% (36.6 mil barriles diarios o el 31.3% de la producción nacional provino de Camisea).

### ENTRE LO REAL Y LO IMPORTANTE (¿QUÉ ES LO REAL Y QUÉ ES LO IMPORTANTE?)

La encuesta de expectativas macroeconómicas del BCRP para julio del 2007 señala algunos de los factores que limitarían la producción (ver cuadro). En el caso de los productos importados, cabe precisar que son las ramas de confecciones y calzado las que consideran a la importación como un obstáculo, ya que su producción se orienta principalmente al mercado interno e incluyen una gran cantidad de micro y pequeñas empresas. Además, se debe tomar en cuenta que la competencia desleal a través de malas políticas (como las exoneraciones, zonas francas, etc.) no solo perjudica el crecimiento productivo sino que obstaculiza a los más eficientes. Principalmente, debemos enfocarnos en ser competitivos.

Factores que limitan el incremento de la producción	
Ninguno	13.7%
Competencia de productos importados	11.5%
Legislación tributaria poco clara	10.9%
Competencia del sector informal	10.5%
Regulación excesiva en materia laboral	10.1%
Falta de maquinaria o equipo apropiado	8.9%
Demanda interna insuficiente	8.7%
Demoras en la entrega de insumos	6.2%
Otros (menos de 5%)	19.6%

Fuente: BCRP. Encuesta de expectativas macroeconómicas, Julio 2007. Elaboración: COMEXPERU.



¿Buscas una computadora?



regresar  
página 1



## APEC Australia 2007

Comienza septiembre y Australia tiene fijos en sí los ojos del mundo, pues entre el 2 y el 9 de este mes se está realizando, en la ciudad de Sydney, la semana de los líderes del APEC. Al cierre de esta edición, acababa de concluir la cumbre empresarial, en la cual líderes del mundo político y empresarial y destacados expertos convergen para discutir temas de relevancia global. El próximo año, la cita será en el Perú.

### DE GINEBRA A SIBERIA

Uno de los temas tratados en la cumbre fue la ronda de Doha y los tratados comerciales. Para abordarlo se invitó a Pascal Lamy, director general de la OMC; Herminio Blanco, quien fue el jefe del equipo negociador mexicano del NAFTA y ha impulsado la negociación de otros TLC; Mari Pangestu, ministra de Comercio de Indonesia; y Warren Truss, ministro de Comercio de Australia.

¿Hay esperanzas para Doha? Pascal Lamy señaló que las conversaciones han dejado de "estar en *impasse*" como lo estaban en junio, pues ahora hay propuestas en relación con la desgravación agrícola e industrial, aunque las negociaciones aún no han sido retomadas. El tema para Lamy es que hay aspectos que no se resuelven con tratados bilaterales, sino con un sistema multilateral de comercio, como la eliminación de los subsidios agrícolas de países desarrollados. Y no le falta razón. Como dijo: "no tienes pollos multilaterales y pollos bilaterales. Si subsidias a los pollos, ese es el hecho." Aunque, quién sabe, tal vez si la OMC negociara en Siberia en lugar de Ginebra, tendría mayores incentivos para terminar más rápido con dichos subsidios y otros males.

Lo cierto es que, como lo señaló Mari Pangestu, sin liberalización multilateral las empresas alrededor del mundo pueden terminar enfrentando costosos problemas, a causa del proteccionismo que encuentra su camino en las reglas de origen de los TLC, por ejemplo. Son tan complejas que tan solo entenderlas es un costo para las empresas, que tienen que contratar a personal adicional para ocuparse de ellas. Determinar el origen de un producto en un mundo globalizado en el que cada parte puede venir de un país distinto resulta tan difícil que algunas empresas prefieren pagar el arancel que aprovechar las preferencias arancelarias de los tratados. Y eso es precisamente lo que nos dice un estudio encargado por los empresarios del APEC a la Universidad de California del Sur, para el cual se entrevistó a empresas en 13 economías del APEC. El 63.2% respondió que las reglas de origen afectan principalmente sus decisiones respecto de sus proveedores y el 60.5%, sus decisiones respecto de los destinos de sus productos. Es decir, mientras más tratados, mejor, para no ser proveedores que no dan origen y ser ignorados por ello. Y mientras más generales y similares sean, mejor aún, pues así, si queremos vender a más destinos, el problema de determinar el origen no se multiplicará con ellos y podremos aprovechar las preferencias que nos ofrecen los TLC.

Vale mencionar otros interesantes hallazgos del estudio: el 61.5% de los encuestados consideró que el método del valor de contenido regional genera los mayores costos de certificación del origen. Además, se encontró que, en el caso de la industria alimentaria, las pequeñas y medianas empresas son las que suelen aprovechar menos los tratados debido a las reglas de origen, pues es más fácil para ellas pagar el arancel que perder tiempo y dinero en determinar el origen. Como bien lo dijo Pangestu, la pregunta "¿Cuándo un suéter se convierte en un suéter?" no tiene sentido en el mundo globalizado en el que vivimos.

### LA PROPUESTA PERUANA: EL FTAAP

De esta manera, el Tratado de Libre Comercio del Asia Pacífico (FTAAP, por sus siglas en inglés) se perfila como una importante alternativa, tanto ante el lento avance de la OMC como ante la proliferación de tratados disímiles entre sí, que generen desviación del comercio y complejidad en su administración y uso. Y es precisamente ese el camino que el Perú está planteando para el 2008, su año en el APEC. Es todo un reto, pero trae el cambio de aire necesario para que el mayor bloque comercial del mundo concrete por completo el tremendo potencial que existe en la liberalización y facilitación del comercio y la inversión entre sus economías. Como lo señaló el presidente García, al cerrar la cumbre: el fundamentalismo del proteccionismo solo lleva a la pobreza... y el Perú negociará con todo el Asia Pacífico, sin excepción.

**C@RTICOMEX**  
Comercio Exterior

*Obtenga en línea Información de Comercio Exterior y Riesgo*

*Promoción Especial para los Socios de COMEXPERU*



regresar  
página 1

CONTACTENOS AL 225-5010

<http://www.certicom.com.pe>