



EDITORIAL



ESA PELÍCULA YA LA VIMOS: DEJA VÚ COMERCIAL

HECHOS



ACTUALIDAD



ECONOMÍA



COMERCIO EXTERIOR



TÚ COMPRAS UNA PICK UP Y OBTIENES
EL MOTOR DE TU NEGOCIO
FRONTIER
PRECIO MODELO 4X2 DESDE:

US\$ 16,850 s/. 47,180*

Foto referencial. * Tipo de cambio S/ 2.83. Precio válido solo para Frontier 4x2 2.4L Cabina Simple Gasolina (clave D22-D2-1010A / D22-D2-1010B) del 1 al 31 de Agosto del 2013. Modelo y año de fabricación 2013. Stock: 10 unidades. Precio no incluye Ite a provincias.

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



Esa película ya la vimos: deja vú comercial

Aprovecharé este espacio para reproducir extractos de los comentarios del economista Carlos Adrianzén, decano de la Facultad de Economía de la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC), sobre el regreso del proteccionismo, a propósito de una extraña investigación antidumping que viene llevando a cabo Indecopi:

“... vamos a regresar a los años 60, 70, 80, donde la industria nacional virtualmente se destruyó por pésimas políticas comerciales. Pero ¿qué pasó comercialmente en el pasado? Algunos vivos convencieron a los Gobiernos de turno —esto se llama mercantilismo— de que pusieran barreras comerciales para poderle cobrar mucho más caro a su mercado interno...”

... lo que más necesita Gamarra es competencia. Lo que puede destruir Gamarra y convertirla en una especie de esqueleto de dinosaurio es una protección comercial escondida en medidas antidumping o seguramente, mañana, con alguna barrera comercial explícita. Entendamos nuestra historia, la protección comercial velasquista y del primer régimen aprista construyó una industria de confecciones que no le ganaba a nadie, que vivía de subsidios y que se contrajo...

... lo que ha hecho en los últimos años la apertura comercial es darnos una industria de confecciones competitiva que claro que requiere de más apoyo en infraestructura, que claro que requiere de gente más educada, que sí requiere tener mucho más retos en términos de competitividad, pero protegiéndola lo único que vamos a sacar es pagarle el favor a algunos vivazos, ¿a costa de qué? A costa de encarecerle la ropa a la gente... esto no es ninguna broma y hay que tener los ojos bien abiertos, esa película ya la vimos.

... Indecopi no se debe casar con nadie, si Indecopi hace una investigación de oficio, debe ser basada en criterios técnicos, no en manoseo político, lo más importante, y eso nos da la garantía de que si algún día hay evidencia de dumping se haga con la propiedad técnica debida. Son los malos manejos de política económica local los que no se corrigen con investigaciones truchas”.

Coincido con el economista Adrianzén, en particular, en que merecemos que Indecopi siga siendo esa institución técnica sólida y de prestigio internacional que tanto trabajo nos ha costado construir. Estamos a tiempo.

Eduardo Ferreyros

Gerente General 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

Raisa Rubio Córdova

Estefanía Campoblanco Calvo

Walter Carrillo Díaz

Juan Carlos Salinas Morris

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

Telf.: 625 7700 Fax: 625 7701

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



volver al índice

Un brochazo a los pronósticos mundiales del WEO

El World Economic Outlook (WEO), elaborado por el Fondo Monetario Internacional (FMI), ha presentado su más reciente actualización del reporte que es publicado dos veces al año. En esta, el FMI hace un exhaustivo estudio de la evolución económica global en el corto y mediano plazo. Además, examina aspectos claves que pueden estar afectando a los países industrializados, aquellos en desarrollo y a las economías en transición al mercado, al abordar temas coyunturales de interés.

En la anterior edición del WEO (en abril pasado), las perspectivas económicas mundiales preveían que el crecimiento alcanzaría el 3.4% en 2013 y un 4% en 2014. Ello, sin embargo, ha sido ajustado, de forma que las nuevas proyecciones al mes de julio señalan un crecimiento ligeramente por encima del 3%, al igual que en 2012.

Las razones detrás del menor desempeño económico mundial son, en primer lugar, que persisten los desalentadores resultados en las principales economías de mercado emergentes, como resultado de cuellos de botella en su infraestructura y otras limitantes de capacidad, un lento crecimiento de la demanda externa, menores precios de *commodities* y problemas de estabilidad financiera. En segundo lugar, se observa un panorama en la zona euro menos auspicioso, acompañado de una baja demanda, bajos niveles de confianza y balances débiles en su economía. Todos estos elementos, en conjunto, exacerbaban sus efectos nocivos sobre el crecimiento y las condiciones fiscales y financieras ya afectadas. En tercer lugar, el crecimiento de la economía estadounidense ha registrado un menor ritmo, como respuesta a las contracciones fiscales, las que han afectado la demanda privada. Por el contrario, Japón presentó una evolución favorable al superar sus proyecciones de crecimiento, como resultado del consumo y sus exportaciones netas (que resultaron de una depreciación del 20% en su moneda dispuesta a finales de 2012).

PERSPECTIVAS PARA EL MUNDO SEGÚN EL WEO

De acuerdo con las estimaciones, el crecimiento en EE.UU. aumentará del 1.75% en 2013 al 2.75% en 2014, asumiendo que la demanda privada permanecerá sólida por el aumento de la riqueza en los hogares y las condiciones de apoyo financiero.

En cuanto a Japón, crecerá en promedio un 2% en 2013, para luego moderarse hasta alcanzar un crecimiento del 1.25% en 2014. El primer pronóstico es resultado de las recientes políticas orientadas a repotenciar la demanda privada y la confianza de los consumidores, mientras que lo segundo resulta de pronósticos globales más débiles.

Por otro lado, según estas previsiones, la zona euro permanecerá en recesión en 2013, por lo que verá contraída su actividad en más del 0.5%. Además, el crecimiento en 2014 será de poco menos del 1%, lo que responde a retrasos previstos en la aplicación de políticas en áreas clave.

Mientras tanto, China crecerá en promedio un 7.7% en 2013 y un 7.8% en 2014, un 0.25% y un 0.5% menos que las proyecciones de abril de 2013 para dichos años, respectivamente.

Las previsiones para el resto de países que conforman los BRIC¹ también han sido ajustadas a la baja, del 0.25% al 0.75%.

En agregado, el crecimiento global se recuperará apenas en más del 3% en 2013 a un 3.75% en 2014, una proyección menos auspiciosa que la hecha en abril de 2013. Ante esto, las políticas de impulso del crecimiento que provee el estudio consisten en aquellas que buscan asegurar el crecimiento a corto plazo, anclado por planes confiables de la sostenibilidad de la deuda pública en el mediano plazo. Asimismo, se necesitan reformas estructurales a lo largo de todas las principales economías para contribuir con el crecimiento, competitividad y alcanzar un equilibrio mundial.

¹ Brasil, Rusia, India y China.

**VI CUMBRE PYME
del APEC 2013**

martes 27 de agosto
08:00 a.m.
**Centro de Convenciones
del Hotel Westin**

Inversión
s/. 100

**Clic
AQUÍ
para
registrarte**

 volver al índice



Necesitamos estrechar lazos comerciales... un buen inicio es Rusia

El panorama internacional viene afectando el desempeño de nuestra economía, en especial a las exportaciones, que en los primeros seis meses de 2013 han mostrado una disminución del 13%. ¿Qué debemos hacer para impulsar nuestro dinamismo comercial? Los pasos a seguir son evidentes: reducir los trámites y barreras burocráticas al comercio, fomentar la inversión en infraestructura y conectividad, y estrechar lazos comerciales con economías sólidas y de gran crecimiento económico, que abran sus puertas a nuestros exportadores. Rusia es una muy buena opción, ya que creció a una tasa promedio anual del 19% en la década pasada, con un PBI de US\$ 2 billones, y que tiene una población de 142 millones de personas, con un PBI per cápita de US\$ 13,700, lo que representa una demanda potencial para nuestras exportaciones.

LAS CIFRAS LO DEMUESTRAN

Las exportaciones peruanas a Rusia se han mantenido al alza desde hace cuatro años, creciendo a una tasa promedio anual del 42%, hasta alcanzar un valor de US\$ 89 millones en 2012, un 13% más que lo enviado en 2011.

En el periodo enero-junio de 2013, los envíos a Rusia del sector exportador tradicional peruano sumaron US\$ 35 millones, lo que significó un crecimiento del 799% respecto al mismo periodo de 2012. Este crecimiento fue impulsado principalmente por mayores envíos del sector minero, que alcanzaron un valor de US\$ 32 millones, sin haberse registrado envíos en ese periodo de 2012, y en el que resaltaron las exportaciones de plomo (US\$ 29 millones) y zinc (US\$ 3 millones). Asimismo, los envíos del sector pesquero a Rusia registraron un crecimiento del 75% en la primera mitad de 2013, al sumar un valor de US\$ 1.1 millones.

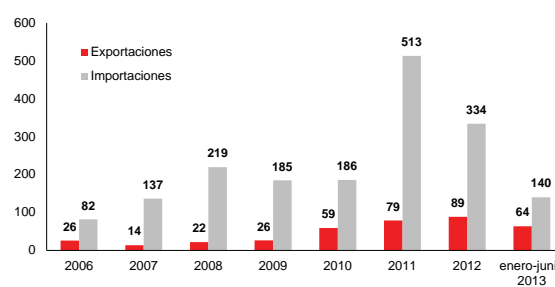
Por otro lado, en estos seis primeros meses de 2013 destacaron las exportaciones no tradicionales a Rusia, las cuales registraron un crecimiento del 24% respecto al mismo periodo de 2012. En ese mismo periodo se llegó a exportar en este rubro un valor de US\$ 29 millones. Resaltaron los subsectores agropecuario, que registró envíos por un monto de US\$ 17.5 millones (+36%); pesquero, con un valor de US\$ 7 millones; y maderas y papeles, con US\$ 2 millones. Dentro de los principales productos enviados resaltan las uvas frescas, con US\$ 10 millones (+48%); las frutas u otros frutos frescos, con US\$ 4.5 millones (+30%); los camarones, langostinos y demás decápodos congelados, con US\$ 1.6 millones; y las jibias, globitos, calamares y potas, congeladas, secas, saladas o en salmuera, con US\$ 1.3 millones.

Las importaciones peruanas desde Rusia presentaron una caída del 15% durante el primer semestre de 2013, al alcanzar un valor de US\$ 140 millones. Esta considerable caída se debe principalmente a las menores importaciones de materias primas para la industria y bienes de consumo no duradero, las cuales disminuyeron un 43% y un 34%, respectivamente. No obstante, se registraron mayores importaciones de bienes de consumo duradero y materiales de construcción, que crecieron un 343% y un 166%, respectivamente.

Si bien hoy el monto comercializado con Rusia no es muy grande, existe un gran potencial por explotar, sobre todo en el sector no tradicional, que genera más puestos de trabajo, desarrollo tecnológico, mejoras salariales y mayor descentralización. Es por eso que muchos de nuestros países vecinos ya gozan de una cercanía comercial con Rusia, que el Perú debe lograr. De acuerdo con cifras de COMTRADE, en 2012 Brasil envió a Rusia productos por un valor de US\$ 3,271; Argentina exportó un monto de US\$ 1,192 millones; y Chile registró envíos por US\$ 491 millones, entre los que resaltaron productos como las uvas frescas (US\$ 53 millones) y truchas congeladas (US\$ 84 millones), los cuales nosotros podríamos fácilmente proveer, como la trucha, que viene produciéndose en las zonas alto andinas y que beneficia a las zonas más pobres del país.

El MINCETUR debe hacer los mayores esfuerzos por acercar los productos peruanos a nuevos mercados, para diversificar nuestros destinos y así mitigar el impacto de la incertidumbre económica y las menores compras de nuestros principales mercados de destino. Esta labor debe ser encabezada por la nueva administración del Mincetur, la cual confiamos retomará la senda de la apertura comercial. No olvidemos que los TLC firmados en los últimos años han contribuido enormemente con el crecimiento de la economía. ¡Manos a la obra, existen nuevos tratados por negociar!

Comercio bilateral entre Perú y Rusia
(en US\$ millones)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



Se reduce el dinamismo de las ventas del sector automotor

En los últimos años, el sector automotriz ha reflejado un alto dinamismo y crecimiento, a raíz de una mayor demanda por parte de los usuarios y mayor acceso a créditos vehiculares. Según cifras de ASBANC, en el mes de junio el crédito vehicular ascendió a US\$ 715 millones, registrándose un aumento de US\$ 3 millones (+0.4%) frente al mes anterior y de US\$ 122 millones (+20.7%) respecto al mismo mes del año pasado. Así, las ventas de vehículos nuevos en el primer semestre de 2013 fueron casi 3 veces las de 2009, y se espera que para finales de 2013 se haya registrado 200,000 automóviles vendidos.

Sin embargo, luego de registrarse crecimientos anuales del primer semestre superiores al 20% en los últimos tres años (51.5%, 24.1% y 34.7% en 2010, 2011 y 2012, respectivamente), el primer semestre de 2013 mostró un incremento más moderado en las ventas de automóviles, lo que refleja la situación económica y financiera actual, tanto a nivel nacional como internacional. Según la Asociación de Representantes Automotrices del Perú (ARAPER), esta situación se revertirá a través de algunas medidas de reactivación comercial, un combate frontal a la inseguridad ciudadana y un mejor tratamiento de los aspectos relacionados con la estabilidad jurídica.

Respecto a la venta de vehículos nuevos, ARAPER confirma que en el primer semestre se vendió 103,043 unidades, un 12.6% más que en el mismo periodo del año pasado. Cabe resaltar que en el mes de abril se batió el record histórico, con 19,234 vehículos vendidos.

Por otro lado, dentro de las ventas totales, cada segmento (o categoría de automóvil) se comportó de manera distinta. Así, encontramos que el segmento más vendido en el primer semestre de 2013 fue el de vehículos ligeros, con 70,771 unidades, un 16.3% más que lo registrado el mismo periodo del año pasado. En segundo lugar se ubicaron los vehículos comerciales, con 20,053 unidades, con un crecimiento del 4%. Finalmente se ubican los camiones y remolcadores con 10,994 unidades (+10.4%); y los ómnibus, con 1,225 unidades (-10.4%).

Respecto a las marcas de automóviles, Toyota registró el mayor número de ventas en el primer semestre (+14%), seguido por Hyundai (+9.2%), Kia (+18.4%) y Chevrolet (+37.3%). Cabe resaltar que las ventas que más crecieron respecto al mismo periodo del año pasado fueron las de Mazda (de 692 a 1,460 unidades, +111%). Asimismo, las que más cayeron fueron las de Nissan (de 8,015 a 6,417 unidades, -20%).

VENEZUELA: UN MERCADO DE VEHÍCULOS MUY ESPECIAL

Venezuela muestra hoy un caso particular en su mercado de automóviles: resulta que éstos no pierden valor con el uso, por lo que es rentable adquirir un vehículo nuevo, estrenarlo, usarlo y finalmente venderlo a precios altos.

Venta semestral de automóviles nuevos por segmento

N°	Marca	Ligeros	Comerciales	Omnibus	Camiones y Remolcadores	Total 2013-I	Part. %
1	TOYOTA	10,552	7,893	-	-	18,445	17.90%
2	HYUNDAI	10,850	2,135	75	832	13,892	13.48%
3	KIA	10,622	645	-	-	11,267	10.93%
4	CHEVROLET	10,384	365	-	-	10,749	10.43%
5	NISSAN	4,534	1,883	-	-	6,417	6.23%
6	SUZUKI	4,894	151	-	-	5,045	4.90%
7	VOLKSWAGEN	2,067	694	231	269	3,261	3.16%
8	MITSUBISHI	481	935	57	677	2,150	2.09%
9	RENAULT	1,683	299	-	-	1,982	1.92%
10	JAC	525	525	14	805	1,869	1.81%
11	MAZDA	1,245	215	-	-	1,460	1.42%
12	GREAT WALL	970	395	-	-	1,365	1.32%
13	MERCEDES B.	305	224	238	493	1,260	1.22%
14	VOLVO	103	-	33	1,033	1,169	1.13%
15	FORD	1,070	89	-	-	1,159	1.12%
16	OTROS	10,486	3,605	577	6,885	21,553	20.92%
Total		70,771	20,053	1,225	10,994	103,043	100.00%

Fuente: ARAPER. Elaboración: COMEXPERU.



Es decir, dadas las restricciones al comercio impuestas, en ese país existe un mercado negro en el que se vende vehículos de segunda mano a precios por encima de los nuevos, lo que genera mafias dedicadas al cobro de comisiones ilegales.

Sin embargo, a pesar de que por los colosales subsidios la gasolina venezolana es actualmente la más barata del mundo (según cifras del Banco Mundial, US\$ 0.02 por litro en 2012), comprar un vehículo nuevo en Venezuela resulta una misión casi imposible por varias razones. En primer lugar, el mercado automotriz tiene una alta demanda. La inflación existente —que según cifras del FMI es la segunda más alta en promedio para abril de 2013 con 27.3%— ha provocado que la compra de automóviles se vuelva una opción de inversión y refugio de ahorros para los venezolanos. En segundo lugar, se vive un ambiente de escasez en la producción (ensamble) de vehículos, producto de la falta de acceso a divisas y un control del tipo de cambio que limita las importaciones de vehículos, entre muchas otras mercancías.

Según cifras de la Cámara Automotriz de Venezuela (CAVENEZ), durante el primer semestre de 2013 en Venezuela solamente se ensambló 37,000 vehículos, registrándose una caída de 37% respecto al mismo período del año pasado. La demanda estimada anual, según el vicepresidente de CAVENEZ, ronda el medio millón de vehículos, lo que demuestra la clara escasez de oferta existente en ese país.

Lamentablemente, las políticas económicas proteccionistas venezolanas han generado el comportamiento peculiar de este mercado. Está claro que es una lección de lo que no deberíamos hacer. No debemos seguir ese camino proteccionista ni aplicar medidas de este tipo a ningún sector, ya que la libre competencia es el mejor camino hacia el desarrollo y las mejoras en la competitividad. Es la restricción al comercio de vehículos impuesta en Venezuela la que genera escasez, mercados negros, mafias y limita las oportunidades de sus ciudadanos a acceder a un vehículo. Lo más grave es que este mismo esquema se replica con muchísimos otros bienes y productos en Venezuela. Y ese no es ningún ejemplo a seguir.

¡Inscripciones abiertas!

Iniciativas empresariales comprometidas con
el desarrollo del país

Cierre de inscripción y entrega de programas: 23 de agosto

Co-Organiza:  PUCP

X PREMIO
PERÚ 2021
A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
Y DESARROLLO SOSTENIBLE
DE LAS EMPRESAS



 **PERÚ** 2021
EMPRESARIOS SOCIALMENTE
COMPROMETIDOS

 volver al índice



Educación en la gestión pública: Independencia

El distrito de Independencia, ubicado en la provincia de Huaraz, departamento de Áncash, alcanzó en 2012 una población de 70,147 habitantes, según cifras estimadas por el INEI. Asimismo, contó con un presupuesto programado de S/. 81.7 millones en 2012, del que solo ejecutó el 37.2%. Las fuentes de financiamiento derivaron, en su gran mayoría, de canon y sobrecanon, regalías, renta de aduanas y participaciones (85%), seguidos del fondo de compensación municipal (8.2%), recursos directamente recaudados (2%) y otros rubros (4.7%). Es preocupante que estos recursos no hayan sido completamente ejecutados: apenas se gastaron S/. 433.7 soles por cada habitante de Independencia. ¿Y cómo asignó este gasto la Municipalidad de Independencia? ¿Atendió efectivamente la demanda de servicios públicos?

EDUCACIÓN: ¿DÓNDE Y CÓMO INVERTIR?

Según un estudio realizado por la Universidad del Pacífico, al año 2011, uno de los problemas más graves en el distrito de Independencia fue el poco acceso y demanda por educación. En ese periodo, esta localidad tuvo una tasa de inasistencia a nivel preescolar del 36.7% (equivalente a 1,508 niños), aunque más moderada en el nivel primario (2.2% equivalente a 174 niños) y secundario (8.4% equivalente a 565 niños). El porcentaje de niños con atraso escolar (de dos años de atraso a más) en el nivel primario y secundario durante 2011 fue del 6.5% y el 11.3%, respectivamente. En los dos niveles se observó que más niños presentaban atraso escolar en el área rural respecto de la urbana.

Independencia mostró una tasa alarmante de inasistencia a la escuela en niños de 3 a 5 años a la etapa preescolar en 2011. El 34.5% de niños no acudió al centro educativo en el área rural y el 37.3% en el área urbana, siendo la educación de la madre un factor que podría influir en este problema. En Independencia se encontró que un 54.1% de las madres con educación primaria o sin ningún nivel de educación no envió a sus hijos a alguna institución de nivel preescolar. Esto revela el impacto negativo de la falta de educación de los padres sobre la educación de sus hijos y, por tanto, sobre la demanda de educación, ya que los padres no internalizan los beneficios de la misma y deciden no enviar a sus hijos a educarse.

Un aspecto que también podría explicar esa gravísima tasa de inasistencia a la escuela es la baja calidad de la infraestructura educativa, pues los centros educativos preescolares y multinivel de las comunidades rurales, además de estar a varias horas por trocha de sus casas, presentaban una estructura de adobe o, en el mejor de los casos, de material noble que necesitaba mantenimiento urgentemente. En suma, la mayoría de niños del distrito tiene un año de atraso y el problema parece estar relacionado con la alta tasa de inasistencia que acarrearán desde el nivel inicial y estos motivos subyacentes. Todo esto puede tener un impacto nefasto sobre la productividad de dicho distrito a largo plazo.

LA GESTIÓN MUNICIPAL

El presupuesto de inversión de la Municipalidad de Independencia en 2012 fue de S/. 61.3 millones, de los que ejecutó S/. 18.5 millones (solo el 30.2% del presupuesto total). De ese gasto ejecutado, el 52.5% correspondió a transporte, el 29.1% a saneamiento y el 8.5% al sector agropecuario, mientras que solo un 5.5% fue para educación. Esta situación es preocupante porque, como hemos visto, en este distrito no se ha dado la importancia suficiente a este último rubro. La inversión municipal en educación es, al menos, negligente, al punto que del mejoramiento de la infraestructura educativa en el Centro Educativo Inicial N.º 349 – Huanchac, destinado a terminarse en 2010, se registró solo un avance del 1.7% de la inversión en 2012.

Por eso, a pesar de que los Gobiernos en sus distintos niveles cuentan con recursos financieros, el proyecto de “Municipalización de la Educación” falló, porque no existe capacidad de gerencia para estos servicios en dichos niveles. Y, no es probable que esta capacidad pueda ser construida a la velocidad necesaria para atender con calidad educativa a los niños de este y muchos otros distritos. El Gobierno central, en alianza con el sector privado, debe generar los espacios para trasladar muy rápidamente capacidades a los Gobiernos regionales y locales. Si no lo hace, el futuro de miles de niños y de la productividad y seguridad de nuestra economía estará en grave riesgo. ¿Tiene esto el Ministerio de Educación entre sus planes? Los peruanos necesitamos una respuesta, urgentemente. Sobre todo estos niños.





¿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

PC Performance

 volver al índice



La política comercial y arancelaria del Perú ¿la tumbo?

Hay dos investigaciones que la Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios del Indecopi inició por cuenta propia y que, según los resultados preliminares, tienen una evidente intención de imponer sobretasas a las importaciones de algodón de EE.UU y a las confecciones de China (nuestros principales socios comerciales). Esta no es solo una clara señal de retroceder hacia el proteccionismo en el Perú, sino también de un atentado abiertamente dirigido contra nuestra política comercial y arancelaria. Contra esa misma política que nos ha permitido atraer inversiones y avanzar hacia una mayor competitividad y desarrollo. ¿Por qué Indecopi decidió atacar de esta manera a toda una industria? ¿A quién pretende beneficiar?

PROTECCIONISMO: ¿QUIÉN SALE GANANDO?

¿A quién se quiere beneficiar con estos dos procesos que, además, afectan la libre competencia en un mercado que ha demostrado generar mejores condiciones para los productores y los consumidores, al ofrecer y recibir mejores productos a menores precios? ¿Y a costa de qué o de quiénes se pretende aplicar estas medidas? Sepamos quién paga la factura.

Se ha dicho que la Comisión de Fiscalización de Dumping y Subsidios del Indecopi “buscaría evitar que la industria de confecciones desaparezca”. Veamos. Se espera que en 2013 el emporio de Gamarra facture más de US\$ 1,650 millones. Según indica el presidente de la Coordinadora de Empresarios de Gamarra, Diógenes Alva, las expectativas de los comerciantes han mejorado por el buen desempeño en la campaña de invierno (favorecida por el clima, no por el Indecopi) y las colocaciones de sus productos en nuevos nichos de mercado. Este emporio comercial ha logrado abrir mercados en países de la región como Chile, Ecuador, Cuba, Costa Rica y Brasil que, junto con la demanda interna, les permitirán crecer un 10% respecto a 2012. Entonces, ¿es cierto que esta industria desaparecerá si el Estado no interviene para protegerla? Todo lo contrario. Esta industria crecerá y, con estas declaraciones, una vez más Gamarra demuestra que no necesita ninguna clase de proteccionismo para surgir.

Con una sobretasa del 10% al algodón estadounidense –producto que nos ayuda a suplir el déficit de producción nacional de algodón– se pretende beneficiar, de manera artificial, a los algodonereros –primer eslabón de la cadena textil y confecciones– a costa de perjudicar tremendamente a los exportadores confeccionistas, que ante el aumento de sus costos perderán competitividad. La media elevará un 5% el costo de producción de las confecciones y, en la práctica sería como quitar el *drawback* a los exportadores confeccionistas, que no podrán trasladar ese sobre costo a sus clientes internacionales quienes, en un mercado internacional de prendas de vestir altamente competitivo, buscarán otros proveedores que les ofrezcan productos de buena calidad al menor precio. Por otro lado, y no menos grave, es también perjudicar a 29 millones de consumidores peruanos que tendrán que pagar más por adquirir prendas de algodón.

La medida no soluciona el problema real que sufre nuestro algodón: la falta de productividad. ¿Por qué en el mismo caso, iniciado en 2007 y resuelto¹ en 2009, realizado cuando los precios del algodón eran mucho más bajos que los actuales y los subsidios investigados eran considerablemente mayores, el Indecopi atribuyó el daño a la producción nacional de algodón a otros factores estructurales como son la atomización de la propiedad, la baja productividad, la informalidad del sector, entre otros, muy distintos al subsidio que otorga EE.UU.? ¿Qué pasó desde 2007 al día de hoy para que Indecopi cambiara su evaluación? ¿Puede demostrarlo técnicamente?

Asimismo, con la medida antidumping contra las confecciones y complementos de China se quiere proteger a los confeccionistas locales, último eslabón de la cadena. Esto perjudicará gravemente a los consumidores (y a la economía peruana en general), quienes tendrán que pagar precios mucho más altos por adquirir diferentes prendas de vestir, viendo además afectado su derecho a elegir. Los importadores, por su lado, se verán obligados a buscar mercados como Bangladesh, Vietnam, Sri Lanka, entre otros, que les permitan traer mercadería más barata. En ese caso, ¿querrá la comisión imponer también medidas antidumping a los productos de estos países? ¿Cuántos países proveedores buscará bloquear en el futuro? Esto es una señal de proteccionismo puro que no permite la competencia y el desarrollo de la competitividad de la industria de confecciones peruana.

¹ Resolución N° 61-2009/CFD-INDECOPI emitida el 20 de abril de 2009 y confirmada por el Tribunal del Indecopi con Resolución N° 2469-2010/SC1-INDECOPI del 6 de setiembre de 2010. En esta, la Comisión declaró infundada la solicitud de aplicación de medidas compensatorias al determinar que existían otros factores que causaron el daño experimentado por la rama de producción nacional en el periodo investigado.



El antidumping es un instrumento excepcional y de aplicación específica a un producto específico. No puede ser utilizado para castigar masivamente un sector, como intenta el Indecopi hoy, al investigar 276 subpartidas arancelarias como si estas fueran un solo producto. El proceso antidumping no está diseñado para eso y usarlo de ese modo es una señal muy clara y fuerte de proteccionismo. Y las señales de proteccionismo son registradas por la prensa internacional, las clasificadoras de riesgo y los inversionistas. ¿Es de esta manera que el Estado peruano quiere recuperar la confianza del inversionista? No. Y caerán la inversión y el desarrollo de comercio de ropa y la creación de trabajo para peruanos si cada cierto tiempo el Perú bloquea las importaciones de algún país proveedor, sin sustento técnico, como en este caso.

REPRESENTATIVIDAD

El informe de hechos esenciales de la investigación del Indecopi a las confecciones chinas, presentado por la Comisión de Fiscalización de Antidumping del Indecopi, presenta graves errores, lo que pone en serio entredicho el prestigio de esta institución, idealmente técnica.

Para determinar la rama de producción nacional de prendas de vestir y complementos (RPN), la comisión del Indecopi envió cuestionarios a 940 empresas. De estas, solo 913 fueron parte de la muestra² de una encuesta que el Indecopi le encargó al INEI, para determinar si existía daño en la RPN. Y la encuesta demostró que no existía daño y, convenientemente, al final no fue tomada en cuenta por la comisión. De los cuestionarios enviados, la comisión sólo logró obtener información de 125 empresas y, adicionalmente, tomó en cuenta información de 20 empresas, cuyos indicadores fueron recogidos en la encuesta.

¿Por qué decidió la comisión tomar en cuenta, precisamente, solo la información de estas 20 empresas? ¿Qué información presentaban? Posiblemente, información no favorable para la industria local. No lo sabemos todavía. Aun así, la Comisión ha trabajado con una muestra de 145 empresas. ¿Son acaso estas 145 empresas representativas de la rama de producción nacional de confecciones, que tiene registradas más de 16,000? Claramente, no. Y más aún, si solo se toma en cuenta la producción de las empresas que destinan más del 70% de sus ventas al mercado interno, la muestra tomada por el Indecopi se reduce aún más, quedando solo con 93 empresas. ¿Puede acaso ser esta una muestra representativa? De ninguna manera.

Necesitamos que las investigaciones de antidumping –como cualquier otro procedimiento legal en Perú– se hagan con el debido rigor técnico y con la transparencia y honestidad necesarias. De otro modo, las autoridades peruanas ponen en riesgo el prestigio de nuestro país ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), y sus actuales y potenciales socios comerciales. No estaría mal recordar que el examen de política comercial en la OMC se hará en noviembre y muy probablemente el Gobierno reciba consultas sobre esta práctica del Indecopi. ¿Podemos darnos el lujo de exponer el prestigio que tanto le ha costado al Perú construir como socio responsable y confiable, y atractivo para la inversión? Esto sería traer abajo toda nuestra política comercial y podría calificarse como una medida “para-arancelaria sectorial”. ¿Que opina el Ministerio de Economía y Finanzas sobre esto? ¿Y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo? ¿Qué opinas tú como peruano y consumidor? ¿Estás listo para vivir en un país en donde el Estado decide elegir por ti qué ropa comprarás o a qué precio?

El prestigio comercial e internacional del Perú no es broma. Queremos atraer inversión y proclamamos ser un país de reglas estables. ¿Podemos entonces darnos el lujo de violar el Acuerdo Antidumping con la OMC, que es ley peruana, mediante este procedimiento? Todo el Estado peruano debe sopesar las consecuencias económicas de mediano y largo plazo que este gigantesco e irregular caso tendría.

Pareciera ser que estas investigaciones son parte de un plan para beneficiar al inicio y al final de los eslabones de la cadena de textil y confecciones. Lo que resulta gravísimo y extremadamente peligroso es la forma en que se buscaría proteger a la industria nacional y a costa de qué. No hay nada de malo en tratar de sacar adelante a la industria –eso es bueno, y lo apoyamos–, pero la forma en que se pretende hacerlo esta vez perjudica a quienes pretende ayudar y, además, a todos los consumidores peruanos. Tratar de imponer una medida antidumping a casi todas las confecciones chinas es tan grave como imponer una sobretasa al algodón estadounidense. Y los peruanos ya hemos vivido las consecuencias de esto en los años 70 y 80. ¿Acaso queremos regresar a ello? Nadie gana con este proteccionismo del siglo XXI.

² Según información del expediente N° 026-2012/CDF o informe de hechos esenciales, pág. 145, pie de página 161, la muestra representativa aleatoria representativa que INEI determinó en la Encuesta fue de 1,133 productores.



ADIOS VISAS*
ADIOS COLAS**

>> **AGILICE SU VIAJE DE NEGOCIOS**

* Exoneración de visa en 18 economías del APEC.

** Vía rápida en migraciones en 21 economías del APEC.

**APEC BUSINESS
TRAVEL CARD**

LA CREDENCIAL DE ALTO NIVEL EJECUTIVO
QUE LE OFRECE GRANDES VENTAJAS
EN SUS VIAJES DE NEGOCIO

SOLICÍTALA AL

625 7700



volver al índice