



Contenido

Del 11 al 17 de setiembre del 2006

	¿NOS SEGUIREMOS MIRANDO LOS ZAPATOS? 2	Editorial
	G20... ¿POR QUÉ AHORA? <i>Los amigos de mis amigos.</i> EXPORTACIONES DE CALZADO CRECEN EN 17.5% <i>Latinoamérica es su principal mercado.</i> 3	Hechos de Importancia
	DESARROLLO, ¡ASÍ NO! <i>Un intento más de traer desarrollo (¿o será contrabando?) con zonas francas. Ahora Tumbes.</i> 4	Bandeja Legal
	SIERRA EXPORTADORA <i>Y el programa se hizo institución... y se perdió en la burocracia.</i> 5	Actualidad
	SÍ NOS CONVIENE EL P4 <i>Pensemos estratégicamente y no sigamos quedándonos mientras el resto avanza.</i> 6	Economía
	EL TLC... MUCHO MÁS QUE UN 2% <i>Un pequeño vistazo a una gran reacción en cadena.</i> 7	Comercio Exterior

Links de interés

- Asóciese a COMEXPERU
- Publicidad
- Cronograma de Eventos y Foros
- Suscripciones

SEMANARIO COMEXPERU

 Directora
 Patricia Teullet Pipoli
 Editor
 Diego Isasi Ruiz-Eldredge
 Promoción Comercial
 Helga Scheuch Rabinovich

 Equipo de Análisis
 Sofía Piqué Cebrecos
 Elizabeth Herrera Geldres
 Marisa Podestá Torres-Llosa
 Colaboradores
 Alicia Mac Lean Martins

 Publicidad
 Edda Arce de Chávez
 Suscripciones
 Giovanna Rojas Rodríguez
 Diseño Gráfico
 Pamela Velorio Navarro

 Corrección
 Angel García Tapia
 Reg. Dep. Legal 15011699-0268



¿Nos seguiremos mirando los zapatos?

Cuando hace algunos años, en época de Velásquez, el Ministerio de la Producción lanzó por todo lo alto (no es una ironía) la campaña "Cómprale al Perú", intuimos que, contrariamente a lo que debía hacer el Perú, esta era una campaña que ratificaba el divorcio entre mercado interno y de exportación. Nuestros temores se vieron confirmados cuando, después de años, solo vemos "Cómprale al Perú" como lema en un artículo de *bijouterie* en las solapas de algunos burócratas.

Mientras tanto... Chile (¡otra vez!) lanza su campaña: "Chile, *all ways surprising*" (sí, así, en inglés), la nueva marca para el mundo.

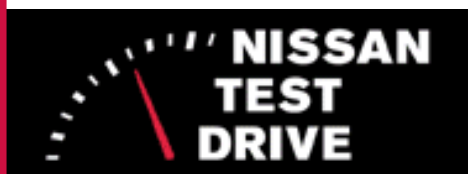
La nueva marca es parte de la estrategia de inserción internacional de Chile y complementa (no le serrucha el piso) a las demás iniciativas públicas y privadas, donde se incluyen, por supuesto, las negociaciones comerciales que le permiten tener el 75% de su comercio cubierto por acuerdos comerciales. Mientras tanto, nosotros nos escondemos en el ropero porque a algunos "les da miedito Singapur", porque "Estados Unidos es el principio del fin" o porque "China es un suicidio".

Es cierto que las negociaciones son complejas, largas y desgastadoras, y que hay que arbitrar entre intereses contrapuestos. Es cierto también que hay que priorizar, pero tal vez aquellos con los que queremos negociar no tienen interés en negociar con nosotros. Ni siquiera es solo cuestión de nuestra agenda; también tenemos que ver qué hacen nuestros vecinos y competidores comerciales. ¿Cómo quedarnos sin un TLC con Estados Unidos si Centroamérica lo tiene? ¿Y con China cuando Chile ya lo negoció? ¿Vamos a correr siempre detrás de alguien? ¿Vamos a empujar el APEC como foro vinculante o nos sentaremos a esperar, frente al lago en Ginebra, a que la OMC decida moverse algún día?

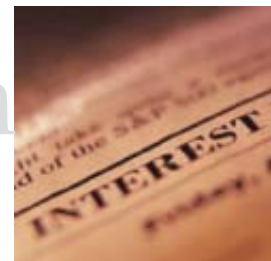
Mientras nosotros nos miramos los zapatos y nos preocupamos por proteger un mercado minúsculo, otros (como Chile, "*all ways surprising*") miran hacia los miles de millones de consumidores que el mundo les puede ofrecer. ¿Quieren saber más? Chile está ofreciendo, detrás de esta marca, "una geografía sobrecogedora, variada y transparente; gente cálida, eficiente y emprendedora; un país estable, abierto al mundo, con instituciones que funcionan y donde la palabra se cumple".

¿Podríamos los peruanos ofrecer lo mismo? De la geografía sobrecogedora y la gente cálida, no tengo ninguna duda.

Patricia Teuliet
Gerente General
COMEXPERU



< regresar
página 1



G20... ¿POR QUÉ AHORA?

El anuncio de la Cancillería de que el Perú se reintegrará al G20 sorprendió a muchos. El mismo tuvo lugar en Brasilia, donde el canciller Celso Amorim y su par peruano, José García Belaúnde, anticiparon la novedad que se hará efectiva en la próxima reunión del grupo, el 9 y 10 de septiembre, en Río de Janeiro. Debemos recordar que, en el 2003, Perú optó por retirarse de este grupo para priorizar las negociaciones del TLC con Estados Unidos, al considerar que su presencia en el mismo podría generar situaciones adversas. En ese año, Estados Unidos enfrentaba una disputa en el marco de la OMC con los países del G20 que reclamaban mayor acceso a los mercados agrícolas.

Entonces, ¿por qué luego de dos años de negociaciones con el gobierno de EE.UU. decidimos poner en juego la firma del TLC? Esta modificación de la política comercial es incoherente con el deseo del gobierno peruano de consolidar finalmente este acuerdo y podría ser visto por los estadounidenses como una muestra de que Perú no cumple con lo que promete. Como sabemos, el Congreso peruano ya aprobó el mencionado acuerdo y el Poder Ejecutivo de Estados Unidos le ha dado su visto bueno; pero aún falta el eslabón más importante de la cadena, que es la aprobación del tratado por parte del Congreso estadounidense. Queda pendiente convencer a los legisladores de ese país de firmar el acuerdo, algo no tan sencillo considerando que muchos de ellos se oponen por tener ideas proteccionistas. Ahora, con el regreso al G20, Perú les ha dado una razón más para no aprobar el acuerdo. Este fin de semana se oficializaría el ingreso del Perú al G20 -en el peor momento posible, por cierto-; esperemos que de llevarse a cabo no perjudique nuestras oportunidades de firmar el TLC con nuestro principal socio comercial.

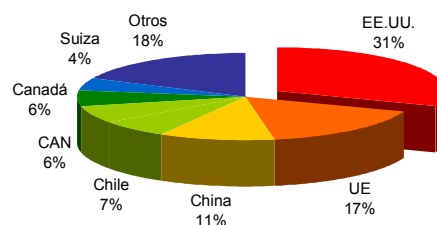
EXPORTACIONES DE CALZADO CRECEN EN 17.5%

Las exportaciones de calzado peruano han mostrado bastante dinamismo en los últimos años. Solo del 2004 al 2005, el Perú pasó de venderle al mundo US\$ 5.3 millones a casi el doble: US\$ 9.8 millones. Entre enero y julio del presente año las exportaciones han continuado esta tendencia positiva, creciendo 17.5% con respecto al mismo periodo del año pasado hasta casi alcanzar los US\$ 6 millones. Las principales partidas exportadas corresponden a calzado deportivo y de uso industrial. Las tres partidas que más se exportaron concentran cerca del 50% de nuestras exportaciones en este rubro y son: los demás calzados con parte superior de cuero natural, los demás calzados con parte superior de materia textil y suela de caucho y calzado de tenis, baloncesto, gimnasia y similares.

La mayor parte de nuestras exportaciones en este rubro está destinada a países sudamericanos, siendo los principales destinos Colombia (US\$ 1'532,708), Ecuador (US\$ 1'137,678), EE.UU. (US\$ 994,444), Chile (US\$ 659,337) y México (US\$ 658,048). Las exportaciones a países de la región han aumentado 30% y destaca el crecimiento de las mismas a Colombia, que han tenido un incremento de 379.2%. Otro hecho para resaltar es que a pesar de que la mayoría del calzado sale por el puerto del Callao (75.42%), también un porcentaje importante se exporta a través del aeropuerto del Callao (14.06%) y las fronteras de Tumbes (5.96%), Desaguadero (2.28%) y Tacna (2.24%).

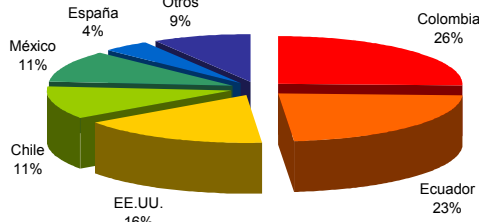
Las empresas más importantes en este sector han mostrado resultados bastante disímiles. Mientras algunas han obtenido tasas de crecimiento de más de 200% respecto al mismo periodo del año pasado, otras han crecido más modestamente o incluso decrecido. La empresa que ha exportado el mayor monto entre enero y julio de este año ha sido Calzado Atlas, pasando de US\$ 756, 973 a US\$ 1'208, 196.

Perú: destino de las exportaciones 2005



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Destino de las exportaciones de calzado 2006



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Principales empresas exportadoras de calzado
enero-julio 2006/2005 - US\$FOB

Razón Social	2005	2006	Var(%)
Calzado Atlas S.A.	756,973	1,208,196	59.6%
Segurindustria S.A.	747,045	820,671	9.9%
Wellco Peruana S.A.	1,130,625	627,813	-44.5%
Fábrica de calzado Líder S.A.	170,174	573,187	236.8%
Industria de Calzado S.A.C	85,273	298,716	250.3%

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



- warrants
- almacenes
- logística
- depsa files



< regresar
página 1



Desarrollo, ¡así NO!

Se suele definir la locura como la expectativa de tener resultados diferentes al repetir la misma conducta. Digamos que la propuesta de llevar desarrollo por medio de la creación de zonas francas es un buen ejemplo. Sin importar los pésimos resultados que múltiples experiencias nos continúan dejando, existen todavía quienes insisten en la fórmula esperando que alguna vez se den resultados diferentes. Una nueva propuesta en el Congreso, esta vez para Tumbes, suena más a tornillos sueltos que a propuesta técnica y fundamentada.

RÁPIDOS Y FURIOSOS

Una zona franca es un área determinada por el Estado en la que las operaciones comerciales se realizan libres de tributos. Más aun, en términos aduaneros se considera que la zona franca no es parte del territorio nacional, lo que amerita un tratamiento arancelario especial. Con dichos beneficios se pretende fomentar el desarrollo de la zona beneficiada. Lo cierto es que, más allá de un gran taller de reacondicionamiento de autos usados, los resultados son escasos. Así, en el año 2005, casi el 27% de la mercancía ingresada a la Zona Franca de Tacna, por ejemplo, estuvo compuesta por autos usados y solo el 4% de las mercancías salientes se destinó al exterior. Ello, en el mejor de los casos, deja al Perú con un 23% de autos usados ingresados al territorio nacional vía la zona franca y contradice tajantemente el supuesto fin "reexportador" de las zonas francas. Dicho sea de paso, estos autos traen como externalidad mayores riesgos de tránsito y costos ambientales asumidos por la sociedad mediante elevados SOAT y enfermedades respiratorias.

Lo más grave es que, suponiendo que la inversión con orientación exportadora algún día se asiente, esta tendrá el mismo periodo de vida que los beneficios otorgados. Cuando el pulmón artificial deje de funcionar, la inversión se irá a zonas con ventajas competitivas naturales o trabajadas y nada habrá cambiado. La operación solo dejará una enorme cuenta pagada por los contribuyentes y muchas oportunidades de inversión social perdidas para las regiones necesitadas del país.

Por si fuera poco, Tumbes no es precisamente una zona donde cunde la extrema pobreza. Es más, según el INEI, entre el 2001 y el 2004 la pobreza total ha caído de 44.4% a 21.6%, ¡sin zonas francas ni CETICOS! El *boom* exportador de los últimos años explica en buena parte el desarrollo de la zona norte del país. Tumbes, por ejemplo, ha aprovechado sus recursos hidrobiológicos y agrícolas: entre enero y julio del 2006, el 52% de sus exportaciones fueron colas de langostino congeladas, de esas que alguien posiblemente podrá encontrar en un fino restaurante en Nueva York.

¿LOS PIRATAS DE TUMBES?

Otra de las lecciones que no parece aprenderse es que los congresistas no tienen la potestad de generar gasto público. Esta tarea, asociada a la ejecución de políticas de gobierno, está prohibida constitucionalmente para ellos. Sin embargo, los proponentes de medidas relativas a exoneraciones tributarias infringen reiteradamente la Constitución.

Pero eso no es todo. El daño más grave generado por las zonas francas es el fomento del contrabando que ataca a la empresa formal, la que irónicamente sufragó los gastos de dichas zonas con sus tributos. La SUNAT estimó, para el año 2005, en US\$ 151 millones el contrabando generado en las zonas del país que cuentan con algún tipo de beneficio arancelario. Asimismo, determinó que Tacna, debido al régimen especial de zona franca, aporta el 72% del total. Si estas cifras fueran poco indicador, podemos agregar que el contrabando ingresado por la frontera con Ecuador asciende, sin el catalizador de la zona franca que se propone, a US\$ 39.5 millones. El efecto multiplicador de la zona franca sería de temer. Pero de pronto hay quienes consideran que esta sería la única ocasión en la que la creación de una zona franca disminuiría el contrabando en lugar de fomentarlo.

Démonos cuenta de una vez por todas que los efectos de las zonas de tratamiento tributario preferente han demostrado consistentemente los mismos pésimos resultados. No importa cuántas veces se realice la operación: 2 y 2 siempre sumarán 4.

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>

www.comexperu.org.pe



Sierra Exportadora

El proyecto de ley que crea "Sierra Exportadora" dice tener como objeto la promoción, fomento y desarrollo de actividades económicas rurales, de transformación e industrialización en la sierra del país, a fin de luchar contra la pobreza y generar empleo en dicha región. El plan está destinado a convertir y mejorar el cultivo de 150 mil hectáreas de terreno andino para producir 730 mil toneladas exportables y dar empleo a 300 mil personas. Sin embargo, tras analizar el proyecto de ley, consideramos que se debe revisar algunos puntos a fin de que se den las señales correctas al mercado y así sea más factible el cumplir con los objetivos planteados.

¿DÓNDE QUEDÓ LA REFORMA DEL ESTADO?

Según el proyecto de ley, Sierra Exportadora tendría rango de Ministerio y con ello autonomía técnica, funcional, administrativa, económica y financiera, constituyendo un nuevo pliego presupuestal. Una de las disposiciones complementarias menciona que se autorizaría al nuevo organismo a contratar hasta un máximo de ochenta y cinco trabajadores. Con estas atribuciones, las acciones del Estado irían en sentido contrario a una verdadera Reforma del Estado que pretenda organizar las actividades gubernamentales eficientemente, haciendo uso de la cantidad de recursos (humanos y físicos) necesarios para obtener efectos positivos sobre el nivel de bienestar de la sociedad. El Proyecto Sierra Exportadora -que podría contar con un secretario técnico en alguno de los ministerios para darle agilidad al programa-, podría lograr los objetivos planteados sin la necesidad de crear una entidad adicional, siendo el articulador de políticas entre los ministerios.

SOBRE LAS ACTIVIDADES NO AGROPECUARIAS

El artículo 3° del proyecto de ley podría llegar a ser limitante, ya que se prioriza el desarrollo de las actividades rurales como agricultura, ganadería y acuicultura para promover el desarrollo. La ley, al fomentar determinados sectores de la economía, podría emitir señales erróneas al mercado que desincentiven otras industrias -no agropecuarias- que asegurarían un crecimiento sostenido en determinadas áreas debido a los mecanismos de manejo de riesgo y estacionalidades (mal tiempo, fenómenos naturales, etc.) que involucran. Más aún, la Encuesta Nacional a Hogares (ENAH 2002) y el informe "Los Desbalances Estructurales en la Sierra Rural", elaborado por GRADE señalan que las actividades no agrícolas han sido una fuente importante para la lucha contra la pobreza, pues han contribuido a estabilizar la economía en la sierra y salir de la pobreza inercial a un sector de la población rural que se mantenía con sus actividades tradicionales.

El cuadro muestra que el quintil más pobre en el sector rural (quintil 1) -el cual apenas logra diversificar sus fuentes de ingreso- se concentra en actividades agropecuarias independientes (el ingreso no salarial agropecuario obtiene el 53.2%), mientras que solo el 8% de los ingresos provienen de actividades no agropecuarias. Por otro lado, el quintil más rico (quintil 5) -el cual tiene una estructura de ingresos sustancialmente más diversificada permitiendo que sus ingresos no fluctúen demasiado- concentra una menor proporción de sus ingresos en actividades no salariales agropecuarias (31.9%), mientras que las actividades no agropecuarias participan con el 30.3%.

CONCLUSIÓN

Rescatamos el deseo del programa de crear un marco de políticas que establezcan las condiciones necesarias para hacer más competitiva a la sierra y así promover negocios y proyectos de inversión en esa región. Mejoras en la competitividad que incluyen trabajos en educación, capacitación, infraestructura, entre otras medidas felizmente distintas a las que tantas veces han fallado: protección arancelaria y exoneraciones tributarias. Sin embargo, si queremos hacer crecer la sierra aún falta un ingrediente muy importante en la receta: pensar en grande. Por ejemplo, en la costa, Virú, Agrokasa o Camposol fueron los pioneros en su momento. Es verdad, fueron inversionistas que entraron al negocio con fuertes sumas de capital, pero luego los demás -más pequeños- los siguieron. Si queremos hacer crecer la sierra necesitamos inversiones fuertes y para eso necesitamos estabilidad, seguridad, infraestructura, energía y presencia del Estado mediante oficinas descentralizadas de SENASA y SUNAT que funcionen de verdad y faciliten la actividad privada.

Participación del ingreso rural per cápita por fuentes 2002

Fuentes de ingreso	Quintiles de ingreso per cápita rural					Total
	1	2	3	4	5	
Ingreso Salarial Agropecuario	5.7	8.3	11.9	14	7.5	9.8
Ingreso No-Salarial Agropecuario	53.2	44	36.7	30.3	23.8	31.9
Ingreso Salarial No Agropecuario	1.7	6.2	11.2	15.3	29	18.1
Ingreso No-Salarial No-Agropecuario	6.3	8.4	10.1	12.1	15.3	12.2
Ingreso por Rentas	0.9	1.1	1.3	1.2	2.3	1.6
Ingreso por Transferencias y Otros	32.2	32.1	28.7	27	22.1	26.3
Ingreso Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Grade.

¡Aprovecha la promoción Retail y PYME's!

DE VENTA EN: Tiendas de cómputo autorizadas a nivel nacional.

Mayoristas:

Tiendas por departamentos:

regresar
página 1



Sí nos conviene el P4

El lunes de la semana pasada, un académico publicó un artículo en el que declaraba que "el P4 es un instrumento de la estrategia chilena para avanzar los temas que no consiga plenamente en el reciente TLC bilateral".

¿Será el P4 realmente una herramienta de Chile para obtener aquello que no se discutió en la mesa con el Perú? Lo dudamos, pues el Acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica - P4 se formó en el año 2002 como respuesta al poco avance en el marco del APEC en materia de liberalización comercial, dado que este es un foro no vinculante, es decir, los compromisos asumidos no son obligatorios.

Los países de la región quieren libre comercio y lo están obteniendo a través de tratados bilaterales, a pesar de los costos que ello implica. Cada uno de estos acuerdos tiene términos y reglas diferentes que al ser aplicadas pueden generar mayores costos, procesos más complejos e incluso la desviación del comercio. Por ello, un acuerdo de última generación como el P4 es muy importante, pues agrupa a cuatro países de la región y así minimiza los costos que implican los bilaterales. Unirnos al P4 permitiría incrementar nuestras exportaciones y abastecer terceros mercados de manera conjunta con Chile. Por lo demás, al P4 no solo hemos sido invitados nosotros. Nueva Zelanda ha invitado a Australia y Singapur a Tailandia; luego seguirán países como Colombia, Malasia, Indonesia, etc.

EN EL P4...

El mencionado académico alertaba especialmente sobre la propiedad intelectual, tema que no se ha tratado hasta el momento con Chile. Efectivamente, en el capítulo de propiedad intelectual del P4 existe una lista chilena con 82 indicaciones geográficas para vinos y una para el pisco. Dichas indicaciones serán reconocidas en Brunei, Nueva Zelanda y Singapur. Sin embargo, dentro del mismo artículo 10.5 (Indicaciones Geográficas) del P4, hay una cláusula que indica que "a solicitud de una Parte, la Comisión podrá decidir la inclusión o remoción de las indicaciones geográficas". Esto quiere decir que si bien Chile nos ganó (¡una vez más!) en conseguir que estos tres países reconozcan al pisco como chileno, este no es un tema que no se pueda negociar. Tendremos que sentarnos de una vez y definir qué es lo que queremos y qué vamos a hacer al respecto.

No podemos asustarnos ante la posibilidad de discutir temas que van poner en evidencia nuestras propias faltas, como es el tema del pisco. ¿Vamos a perder la oportunidad de asociarnos con grandes mercados por no aceptar que nos queda un gran trabajo por hacer en la producción y mercadeo de este producto? ¿Vamos a dejar de relacionarnos con todos aquellos con los que Chile nos haya "ganado la mano"? Si es así, terminaríamos como ermitaños.

Otro capítulo sobre el cual alertó el académico es el de las compras estatales. En la Ampliación del ACE N° 38 con Chile, este tema está programado para discutirse en un año. El ingresar al P4 y asumir sus compromisos de compras estatales - que tiene umbrales más bajos a los establecidos con EE.UU.- será una buena noticia para nosotros, pues nos abrirá las puertas para venderle a más Estados y diversificará nuestra lista de proveedores. Esto contribuirá a la política de austeridad del gobierno, pues hará que nuestras compras sean más eficientes y no se desperdicien recursos.

¿NOS QUEDAREMOS FUERA?

En dicho artículo también se mencionó a la ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático), integrada por Singapur, Tailandia, Malasia, Indonesia, Filipinas, Brunei, Vietnam, Camboya, Laos y Myanmar. Esta asociación tiene el proyecto del East Asia Summit, donde estarían todos los países del Este Asiático (ASEAN más China, Japón, Corea, India, Australia y Nueva Zelanda) con una agenda de integración comercial. Si logran involucrar a Estados Unidos en este bloque, ya no habría mayor interés por parte de las economías del Este Asiático ni de EE.UU. de empujar el tema de liberalización comercial en el APEC y dejarían dicho foro para temas de facilitación de comercio e inversión y cooperación técnica.

Esta posibilidad es muy peligrosa para países como México, Chile y Perú, siendo este último el más perjudicado, ya que Chile y México tienen acuerdos comerciales con más de 40 países que cubren el 80% y 95% de sus exportaciones, respectivamente. Chile tiene acuerdos con diez países miembros del APEC y está en conversaciones con tres más; mientras que México los tiene con cinco países de ese foro y está en conversaciones otros dos.

¿Nos conviene el P4? Claro que sí. Es más, lo que no nos conviene es no ser parte de él.



Informes y reservas:
Calle Los Eucaliptos 555, San Isidro T. 215 7000



DELFINES
***** HOTEL & CASINO
Siempre, una experiencia única

regresar
página 1



El TLC... mucho más que un 2%

Recientemente (ver Semanario COMEXPERU N° 389) saludamos la designación de Hernando de Soto como representante personal del presidente García en lo referente al TLC con Estados Unidos. Pero también hicimos hincapié en por qué dicho tratado no solo beneficiará al 2% de las empresas peruanas y en por qué nuestro comercio con EE.UU. beneficia hoy a más del 2%. A continuación, presentamos más datos y algunos "casos de la vida real".

CADENA REACTIVADORA

En el 2005, 2,429 empresas exportaron a EE.UU. Puede que este número le parezca poco a algunos, pero lo importante es que ha venido creciendo año tras año. Y más importante aún es que los beneficios no se quedan en esas empresas. Estas tienen proveedores peruanos, y no solo eso, también hay algunas que subcontratan a empresas más pequeñas, tanto para el proceso productivo en sí como para otros servicios, como la comida y el transporte.

Estas últimas crecen o incluso aparecen gracias al motor exportador, lo cual significa más empleo e ingresos para más peruanos. Y más empleo significa más gente con mayor capacidad de consumir alimentos, es decir, papas, arroz, trigo, por lo que también se une a la cadena nuestro agro tradicional. Como indica José Chlimper, ex ministro de Agricultura y actual empresario del sector, en un artículo publicado en el diario Correo, las exportaciones han generado más de un millón de puestos de trabajo que, bajo ciertos supuestos, implicarían un consumo mayor de 250,000 TM de papa y 300,000 TM de arroz, por mencionar dos ejemplos. También implican más gente con capacidad de ahorro o que por fin puede tener su casa propia (favoreciéndose el sector construcción). Es más, la mayor liquidez que inyectan las exportaciones dinamiza al sistema financiero.

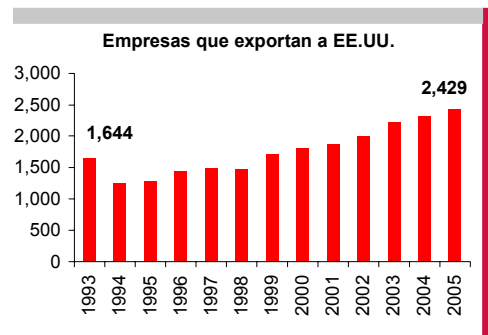
Y no olvidemos a las importadoras. También dan trabajo, emplean los servicios de MYPE y estimulan la competitividad de sus pares nacionales. Es decir, el motor del comercio genera todo un efecto reactivador que beneficia incluso a empresas que solo venden en el mercado interno.

PARA MUESTRA, DOS BOTONES

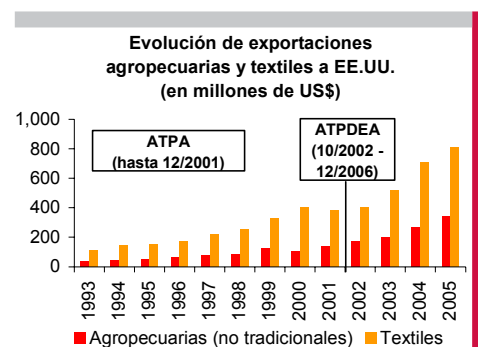
Veamos ejemplos del sector textil y el agroexportador, ambos intensivos en mano de obra. En el primero, tenemos casos como el de Incalpaca. Para enfrentar picos de producción, dicha empresa ha recurrido a la subcontratación de talleres que pueden especializarse en una fase del proceso que necesita mayor capacidad de respuesta. Así, puede llegar a subcontratar entre el 40% y 50% de la producción en periodos punta. Además, estos talleres, al incorporarse a la cadena exportadora, tienen que adaptarse a estándares de calidad más elevados (para ello son capacitados por Incalpaca), a cumplir siempre con los plazos de entrega y con las normas laborales y tributarias, y a capacitar a su personal. Es decir, empleo de calidad gracias a la cadena exportadora. Cabe señalar que en el 2005, EE.UU. compró el 47% del total exportado por esta empresa.

En el sector agrícola se encuentra, por ejemplo, Sociedad Agrícola Virú, que subcontrata desde 1995. El tamaño de las empresas subcontratadas puede variar: aunque el ideal es de aproximadamente 200 hectáreas, también ha trabajado con empresas o agricultores con entre 10 y 15 hectáreas. Asimismo, Sociedad Agrícola Virú las asesora, supervisa permanentemente su producción y audita su calidad. Por otro lado, ha subcontratado incluso otros servicios, como cocina y transporte. EE.UU. es su segundo destino de exportación (tras España), con un 32% de participación en el 2005.

Ambos son ejemplos de empresas que producen fuera de Lima, por lo que habría que añadir que se trata de un *boom* descentralizado... Sigamos por ese camino.



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.