



Contenido

Del 11 al 17 de octubre del 2004

	¿"DEJAR HACER, DEJAR PASAR"?	Editorial	2
	CUOTAS TEXTILES: DIARIO DE UNA PASIÓN <i>Temor a vivir sin cuotas; es decir, temor a vivir con China.</i>	Hechos de Importancia	3
	IMPULSO PARA EL TURISMO PERUANO ... o metidaza de pata <i>Un absurdo proyecto para promover el turismo, que no promueve el turismo y despromueve varios otros sectores.</i>	Bandeja Legal	4
	EL CONSUMIDOR: LA OTRA CARA DE LA MONEDA EN EL TLC CON EE.UU. <i>27 millones de peruanos se beneficiarán. Los consumidores somos todos.</i>	Actualidad	5
	HACIENDO NEGOCIOS CON UNA GRAN AGENDA PENDIENTE <i>¿A dónde debemos apuntar para mejorar nuestro ambiente de negocios?</i>	Economía	6
	UNA ESTRATEGIA PARA EL SECTOR TEXTIL EN EL TLC <i>Confundiendo el límite entre las razones y las excusas.</i>	Comercio Exterior	7

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

Patricia Monzón Castillo

Colaboradores

Ami Dannon Klein

Publicidad

Edda Arce de Chávez

Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

Diseño Gráfico

Pamela Velorio Navarro

Corrección

Gustavo Gálvez Tafur

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



¿"Dejar hacer, dejar pasar"?

Alguien dijo que el problema con los economistas heterodoxos es que leían todas las cosas equivocadas; el problema con los ortodoxos es que no leían.

Algo similar parece ocurrir a nivel empresarial y de decisiones de política en el Perú. Quienes están a favor de la apertura, la modernización, y el ingreso de la competencia, dan las cosas por hecho. No se ve el impulso a una agenda agresiva que permita, por ejemplo, priorizar la posición exportadora al mercado de Estados Unidos o pretender acceso a sus compras públicas en la negociación del TLC. Con seguridad ha de haber muchos que creen en eso, pero tal vez les parezca tan de caer por su propio peso, que no se les ve defendiendo abiertamente estas posiciones.

A diferencia de ellos, quienes se oponen abierta o solapadamente a la apertura (TLC incluido emblemáticamente), llenan las páginas de los medios y también las salas de negociación. Están allí para bloquear el tratado o para poner condiciones tan limitantes que finalmente da lo mismo que haya acuerdo o no. Son quienes pretenden la apertura del mercado de destino pero únicamente si eso no implica abrir el propio. Son los que consideran, con actitud derrotista que, "como nunca podremos vender a las entidades públicas allá, debemos proteger las nuestras".

En la agenda oficial, las cosas tampoco parecen estar tan claras. Nos molesta que nos recuerden que tenemos aún por resolver temas de conflicto con empresas estadounidenses y es probable que la presión sea cada vez más fuerte. Al margen de las formas, debemos reconocer que tenemos una agenda comprometida y pendiente. Si bien ya nadie espera mucho (ni poco) del Poder Judicial, tampoco el Ejecutivo ha dado solución a los asuntos que están en sus manos. No se trata acá de darle la razón a las empresas que no la tengan (¡de ninguna manera!), sino de resolver. En el Perú estamos (mal) acostumbrados a dejar pasar, a no protestar y a no exigir. Según el estudio de competitividad preparado hace algún tiempo por el Banco Mundial, los empresarios peruanos están entre aquellos que más conflictos judiciales enfrentan. Esto significa tiempo valioso y recursos escasos perdidos improductivamente. Sin embargo, estamos resignados.

Ojalá que, siguiendo el ejemplo que ahora vemos, sepamos algún día defender, con todos los recursos, aquello que consideramos justo. Que seamos capaces de organizarnos y hacer causa común hasta el final. Por el momento, solo parecen ganar los "malos". Veamos nomás las regalías mineras, la desaparición de las supervisoras y el antidumping a la popelina poliéster.

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU





Cuotas textiles: diario de una pasión

Hace unas semanas un grupo de países en desarrollo planteó a la OMC llevar a cabo un estudio que analizara el impacto global de la eliminación del sistema de cuotas a la importación de textiles y confecciones, pues considera que la liberalización podría perjudicarlos. Pero, ¿qué hay tras el temor de estos países?

¿EL CUCO VIENE DE CHINA?

El Acuerdo Multifibras estableció desde 1974 el mencionado sistema de cuotas, que ha permitido a países industrializados como Estados Unidos y los miembros de la Unión Europea aplicar cuotas bilaterales a la importación de textiles y confecciones cuando se produjeran aumentos bruscos de estas, que causaran o amenazaran causar un daño grave a la rama de su producción nacional. No obstante, debido a que este mecanismo es discriminatorio -especialmente con los países en desarrollo-, distorsionador y más perjudicial (el Estado no percibe ingresos con la cuota) y menos transparente que los aranceles, la OMC previó su progresiva eliminación en el Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido, la cual culminaría el 1° de enero del 2005.

Pero lo que temen algunos países en desarrollo es la competencia de "monstruos" textiles como China e India, las naciones más restringidas por las cuotas. Según un informe recientemente publicado por la OMC, tras la eliminación de las cuotas, las confecciones chinas incrementarán su participación en el mercado estadounidense -que absorbe el 63% de nuestras exportaciones textiles- de 16% a 50%. Esto sucedería porque los precios reflejarían la competitividad real de los países, impulsados a la baja por los más competitivos; es decir, los de menores costos. Gracias a ello, también ganarían los consumidores.

PERDAMOS EL MIEDO, NECESITAMOS UN ENFOQUE GANADOR

Pero, aunque China tiene la ventaja de un yuan subvaluado, los otros países -y particularmente el Perú- tienen que enfocarse en sus propias ventajas y en cómo ellas los harán más competitivos. Existen, por ejemplo, prendas peruanas de alto valor agregado que se venden en los mercados internacionales a precios más bajos que sus equivalentes chinas, como los polos box. Es decir, podemos enfocarnos en el segmento de alto valor y vender prendas de calidad a precios competitivos. Además, actualmente solo representamos el 0.73% del mercado de confecciones estadounidense; es decir, hay espacio para avanzar mucho más. El TLC con EE.UU. nos permitirá avanzar en esa dirección, pero también son necesarias mejoras en la infraestructura portuaria, la flexibilidad laboral y la productividad del algodón (y mejor acceso al importado), entre otros factores.

Cabe destacar que el informe de la OMC señala que, como sus proyecciones no consideran cambios tecnológicos ni la relevancia de la distancia (cercanía de Latinoamérica a EE.UU.), la caída en la participación de México y del resto de Latinoamérica podría ser menor en realidad. Así pues, el panorama no es tan negro como algunos lo pintan.

Precio de principales exportaciones de prendas de vestir peruanas en EE.UU. y la Unión Europea*

Descripción arancelaria	EE.UU. (US\$/unidad)	UE (US\$/unidad)
T-shirt de algodón p`homb.o muj. de tej. teñido de un solo color unif. incl. blanque.	3.56	5.17
Camisas de pto. alg. c/abert. del. parc. c.y puñ. de tej. acan. p`homb.,teñido d'un solo	8.67	9.41
Los demás t-shirts de algodón para hombres o mujeres	3.89	6.06
Las demás camisas, blusas de pto. de algodón para mujeres o niñas	3.36	5.51
T-shirt de algodón p` niños o niñas de tej. teñ. de un solo color unif. incl. blanque.	3.22	4.08
Las demás prendas de vestir de punto de algodón	3.45	3.13
Camisas de pto. alg. c/abert. del.parc.,c.y puñ. de tej. acan. p`homb.,c/hilad.dist.col	9.54	9.09
Los demás sweaters, pullovers, cardigans, y artículos similares de punto de algo	8.14	9.38
Los demás t-shirts de algodón para niños o niñas	3.07	4.02
Suéteres (jerseys) de algodón	8.31	15.01

* Enero - setiembre 2004

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU



ALMUERZO BUFFET DE 12M A 4:30PM. PEDIDOS DELIVERY VIA WEB Y TELEFONO
Av. Prescott 231 - San Isidro • Telf: (511) 421-0874 • 422-9547 • 421-0814 Fax: (511) 442-6289

regresar
página 1



Impulso para el turismo peruano ... o metidaza de pata

La solución a los diferentes problemas del país requiere del compromiso de nuestros líderes, del trabajo de técnicos independientes y de un determinado nivel de imaginación para encontrar respuestas. Lamentablemente la imaginación de algunos congresistas puede desbocarse y poner en riesgo el éxito de más de un sector de la economía. Un ejemplo es el proyecto de ley que propone, para ofertar la imagen turística del Perú en los mercados del mundo, que los productos peruanos de exportación lleven en su presentación el siguiente eslogan: "visite el Perú: Tierra milenaria de los incas y país amazónico". Lamentablemente el error en escribir así el nombre de nuestra patria es solo el comienzo de una iniciativa sin pies ni cabeza.

ABUSANDO DE LA IMAGINACIÓN

Si se aprueba esta iniciativa, el sector exportador peruano (sí... ese mismo cuyas ventas al exterior deben alcanzar los 11 mil millones para el año 2006) tendrá que afrontar una serie de problemas y asumir costos para que otro sector, el turístico, se vea supuestamente beneficiado. Nuestros exportadores tendrán entonces que adaptar las presentaciones de sus productos para incluir el eslogan propuesto (del que hablaremos más adelante), lo que puede constituirse en un problema aún más severo para muchas empresas exportadoras, como algunas de los sectores textiles o agrícolas, que envían al exterior productos cuyos envases y presentaciones siguen literalmente los requisitos de sus clientes extranjeros y están listos para ser vendidos al consumidor final. ¡No cabe duda que veríamos una reducción en las exportaciones!

Como si fuera poco, el esfuerzo que tendrían que hacer las empresas peruanas que han logrado vender en el extranjero se irá como agua por el caño, pues la propuesta dista mucho de promover el turismo. El año pasado, tan solo 18.54% de los productos exportados del Perú fueron bienes de consumo (como confecciones, bienes agrícolas o carnes de pescado), y, por el contrario, el Perú exportó en mayor cantidad bienes intermedios (oro, cobre, petróleo, entre otros). Así, podemos concluir que el mensaje que se colocará en los productos peruanos, no llegará en su mayoría, a los consumidores finales extranjeros sino más bien a algunos trabajadores industriales que manipulen los insumos que producimos (probablemente al almacenero).

Para seguir analizando la eficacia de la iniciativa podemos darle un vistazo al eslogan propuesto: "visite el Perú: Tierra milenaria de los incas y país amazónico". La frase (que como ya dijimos escribe mal Perú) promueve solo dos destinos de nuestro territorio, dejando de lado varios que también merecen ser promovidos y además está escrita en castellano, con lo que no será entendida por casi nadie en nuestros principales destinos de exportación como son los países asiáticos, europeos y Estados Unidos.

¿DÓNDE QUEDÓ LA CALIDAD?

¿Por qué todos los peruanos formales pagamos para que se presenten proyectos como estos en el Congreso? ¿No hay acaso un control de calidad? ¿Cómo pretendemos vender estabilidad y atraer inversión si este tipo de cosas pasan todos los días?

Exportaciones peruanas en el 2003

	Monto (mill. de US\$)	Participación (%)
Bienes de consumo	1,671.99	18.54
Bienes de consumo no duradero	1,545.09	17.13
Bienes de consumo duradero	126.90	1.41
Bienes intermedios	7,171.37	79.53
Bienes int. combustibles	665.80	7.38
Bienes int. mater. primas para la agricultura	793.87	8.80
Bienes int. mater. primas para la industria	5,711.70	63.34
Bienes de capital	168.33	1.87
Diversos	5.71	0.06
Total	9,017.41	100.00

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU

VARIEDAD, CALIDAD Y GARANTÍA

Accesorios, Almacenamiento, Audio, Cámaras, Computadoras, Escáneres, Impresoras, Monitores, Periféricos, Software, Teclados, Mouse, Webcams, etc.

Praidex

La solución que usted busca está con nosotros

Av. Tejada 554 - Miraflores Teléfonos: 242-2603 / 242-2818
E-mail: ventas@praidexperu.com
Web: www.praidexperu.com

regresar
página 1



El consumidor: la otra cara de la moneda en el TLC con EE.UU.

Las posiciones en contra del TLC con EE.UU. están a la orden del día por el temor a la competencia que las empresas estadounidenses representan para algunos sectores de nuestra economía. Así, muchos grupos y gremios "afectados", en lugar de buscar soluciones para enfrentar dicha competencia, eligen el camino fácil, cómodo, pero mediocre de la protección, exponiendo enérgica y obstinadamente sus "peros" y retrasando así los grandes beneficios que disfrutaríamos millones de peruanos con la suscripción del mencionado tratado. Es un desorden de pedidos y favores para proteger a ciertas industrias donde la voz de los consumidores no se hace escuchar. Se nos ocurre de repente que es así, porque no existe un representante del consumidor participando en el "cuarto de al lado" que defienda su posición. Para todos los consumidores -es decir, para todos nosotros, los 27'560,000 peruanos- veamos qué beneficios están puestos en juego por la intransigencia de algunos.

¿CÓMO SE BENEFICIA EL CONSUMIDOR DEL TLC CON EE.UU.?

En primer lugar, el TLC permitirá la entrada de productos estadounidenses a nuestro mercado a menores precios, pues estos ya no estarán afectos al impuesto al consumo que constituyen los aranceles. Este efecto se amplifica aún más si tomamos en cuenta que la base sobre la cual se aplica el IGV e ISC disminuirá producto de la liberalización arancelaria, por lo que el precio final efectivamente será menor. Así contaremos con un mayor poder adquisitivo y, viéndolo de otro modo, con una mayor capacidad de ahorro en nuestros gastos y presupuesto familiar. Asimismo, tendremos acceso a una gama más amplia de productos lo que, junto con lo anterior, incrementa nuestro bienestar y nuestra calidad de vida. Por un lado, tenemos mayor opción de elegir de acuerdo a nuestras preferencias y necesidades, dada la mayor diversidad de bienes y servicios a los que tendremos acceso. Por ejemplo, tendremos mayor libertad para comprar las medicinas que realmente necesitamos, adquirir las últimas ediciones para mantenernos actualizados respecto a los nuevos desarrollos en nuestras profesiones, elegir el modelo y el color de automóvil que queremos, entre otros, sin el sobre costo de un arancel. Por otro lado, la mayor competencia en nuestro mercado incentiva a los productores nacionales a buscar formas más eficientes para competir con las importaciones y así lograr reducir costos sin dejar de lado la calidad.

También existen capítulos en el TLC que aseguran libre acceso a servicios como el de servicios financieros y telecomunicaciones, que nos permitirán acceder a mayores y diferentes ofertas para elegir. Otro capítulo de gran importancia es el de compras estatales. Considerando que el Estado peruano no cuenta con los recursos suficientes para lidiar con todas las necesidades de la población en la compra de medicinas y unidades de uso médico, en los programas de asistencia alimentaria enfocados a las familias de sectores pobres y de pobreza extrema, entre otros, el criterio más eficiente para sus compras es el del mejor producto al mejor precio, ya sea nacional o importado. Con el TLC, el Estado también dispondrá de mayores y mejores posibilidades para satisfacer las urgentes necesidades del público objetivo de sus programas, el cual incluso podrá ampliarse gracias a ello. Uno de los capítulos más publicitados por su impacto en el consumidor es el de propiedad intelectual. Si bien mucho de eso fue por el rumor, totalmente falso, de que desaparecerían los medicamentos genéricos, también es cierto que dependiendo de los términos que se acuerden podría demorar la entrada de genéricos para los nuevos medicamentos que salgan al mercado. En este sentido, los negociadores tienen la difícil tarea de conciliar los requerimientos básicos de protección a las patentes para promover la invención, el acceso a medicamentos de bajos precios para los consumidores y el establecimiento de reglas que permitan asegurar a los consumidores que los medicamentos genéricos que adquieran tengan los mismos efectos que los de marca; es decir, que serán efectivos y no perjudicarán su salud.

También existen capítulos en el TLC que aseguran libre acceso a servicios como el de servicios financieros y telecomunicaciones, que nos permitirán acceder a mayores y diferentes ofertas para elegir. Otro capítulo de gran importancia es el de compras estatales. Considerando que el Estado peruano no cuenta con los recursos suficientes para lidiar con todas las necesidades de la población en la compra de medicinas y unidades de uso médico, en los programas de asistencia alimentaria enfocados a las familias de sectores pobres y de pobreza extrema, entre otros, el criterio más eficiente para sus compras es el del mejor producto al mejor precio, ya sea nacional o importado. Con el TLC, el Estado también dispondrá de mayores y mejores posibilidades para satisfacer las urgentes necesidades del público objetivo de sus programas, el cual incluso podrá ampliarse gracias a ello. Uno de los capítulos más publicitados por su impacto en el consumidor es el de propiedad intelectual. Si bien mucho de eso fue por el rumor, totalmente falso, de que desaparecerían los medicamentos genéricos, también es cierto que dependiendo de los términos que se acuerden podría demorar la entrada de genéricos para los nuevos medicamentos que salgan al mercado. En este sentido, los negociadores tienen la difícil tarea de conciliar los requerimientos básicos de protección a las patentes para promover la invención, el acceso a medicamentos de bajos precios para los consumidores y el establecimiento de reglas que permitan asegurar a los consumidores que los medicamentos genéricos que adquieran tengan los mismos efectos que los de marca; es decir, que serán efectivos y no perjudicarán su salud.

¡EL CONSUMIDOR SÍ IMPORTA!

El TLC es, sobre todo, para los consumidores. Los representantes peruanos encargados de las negociaciones tienen la obligación y responsabilidad de asistir a cada ronda pensando siempre en ellos.

Sobrecosto en el presupuesto familiar del 2003 (porcentaje)	
Clasificación	Arancel promedio
Alimentos	20%
Ropa y accesorios	19%
Bebidas	15%
Electrodomésticos y artículos de cocina y limpieza	13%
Medicamentos y unidades de uso médico	12%
Artículos de recreación	12%
Útiles de aseo personal	12%
Artículos de decoración	12%
Automóviles, motocicletas	12%
Útiles escolares y de oficina	12%

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU



toda la información que su empresa necesita
con sólo hacer click aquí

regresar
página 1



Haciendo negocios con una gran agenda pendiente

El pasado mes de setiembre el Banco Mundial (BM) publicó el reporte sobre la competitividad *Doing Business in 2005: Eliminando Obstáculos para el Crecimiento*. A propósito, presentamos a continuación algunos puntos de dicho informe que ilustran la agenda pendiente que tiene el Perú para mejorar el ambiente para hacer negocios. Algo que la recientemente estrenada Comisión Especial Pro Inversión del Congreso de la República debería tener en cuenta, si lo que busca es atraer más inversión.

LOS ÚLTIMOS NO SERÁN LOS PRIMEROS

Algo que destaca este informe es la inercia de los países pobres en la realización de reformas. El fantasma de la reforma incompleta ronda por muchos de ellos, como el Perú. Y peor aun es el hecho de que el único país latinoamericano que se encuentra entre los diez países que más reformaron en el pasado 2003 sea Colombia. Esto nos pone en clara desventaja, pues dicho país también se encuentra negociando un TLC con Estados Unidos. No obstante, si nos comparamos con Chile, país que ya tiene un TLC con el gigante del norte, se ve más claramente qué tan atrás estamos. Nos preguntamos por qué hay tanta inversión en Chile. Pues porque, por ejemplo, en lugar de dificultar la creación de empresas con elevadas barreras burocráticas, solo se necesitan 27 días en promedio para abrir un negocio en dicho país, mientras que en Colombia se requieren 43 y en el Perú ¡98! Es más, el costo de hacerlo en porcentaje del ingreso per cápita es de 10% en Chile y de 36.4% en nuestro país.



En cuanto a la flexibilidad laboral que requieren las empresas para poder brindar más empleo y elevar la calidad del mismo, también nos quedamos atrás. Mientras que para Chile el índice de dificultad en la contratación es 17, en el Perú es 44. Es que nuestras autoridades no entienden que, como señala el BID, el nivel de protección al empleo en el Perú -uno de los más altos del mundo- es justamente el que frena el crecimiento del empleo formal, al encarecerlo sustancialmente. Gracias a ese exceso de regulación, del total de trabajadores (formales e informales), solo el 16% es asalariado privado y percibe beneficios. Ya lo señalamos en nuestra agenda pendiente de comercio exterior, los mercados internacionales no esperan. Son necesarios respuestas y ajustes rápidos por parte de las empresas proveedoras, y las rigideces laborales solo logran atrasarnos frente a la competencia, sin siquiera proteger realmente a los trabajadores, sino todo lo contrario.

El exceso de regulación laboral es, precisamente, uno de los factores que ha promovido la informalidad en nuestro país, y las dimensiones que ha adquirido este problema son preocupantes. Gracias a los altos costos de transacción que presenta nuestro país, la economía informal ha alcanzado el ¡60%! del PBI. En Chile esta llega al 20% y nuestra situación solo es comparable con la de países como Azerbaijan, Bolivia, Georgia, Nigeria, Panamá, Tanzania y Zimbabwe.

Otro aspecto que alimenta las pesadillas de los que se arriesgan a hacer empresa en nuestro país es el judicial. Asegurar el cumplimiento de contratos comerciales en el Perú representa un gran costo para las empresas. El tiempo que el Poder Judicial les hace perder para ello alcanza en promedio los 441 días, mientras que en Chile toma 305; es decir, menos de un año. Y a ello hay que añadirle el costo en términos monetarios: en el Perú equivale en promedio al 34.7% del ingreso per cápita, encontrándose entre los más altos de la región. En Chile este costo representa solo el 10.4% y en Noruega, el país menos costoso en esta área, es el 4.2%. Así, se gastan vanamente recursos que podrían destinarse a la actividad productiva.

LA REFORMA SE TRADUCE EN...

El estudio del BM estima que los países que pasan del cuartil inferior al superior de sus rankings de competitividad podrían ganar 2.2 puntos porcentuales adicionales de crecimiento económico anual. Chile es un ejemplo de reformas que se traducen en crecimiento. Actualmente cuenta con un ingreso per cápita de US\$ 4,390, más del doble del peruano, de US\$ 2,150. Este último se ubica incluso por debajo del promedio regional (US\$ 2,976). Los países que más reforman son los ricos. ¿Queremos mejorar nuestra calidad de vida? Entonces, ya sabemos por dónde empezar.



www.dhl.com

regresar
página 1



Una estrategia para el sector textil en el TLC

En el 2003 nuestras exportaciones de textiles y confecciones alcanzaron los US\$ 800 millones y en lo que va del año han llegado a US\$ 700 millones; lo que nos permite prever que el 2004 superaremos los US\$ 1,000 millones. Frente a la eliminación de cuotas del acuerdo multifibras de la OMC, la firma de un TLC con EE.UU. es un requisito indispensable para que el sector se mantenga próspero. Pero no se trata solo de firmar un acuerdo de este tipo, sino de firmar uno con un enfoque real de libre comercio.

RAZONES O EXCUSAS

Si consideramos que EE.UU. absorbe más del 60% de nuestras ventas de textiles en el exterior, y que dentro de la cadena, los productos con mayor valor agregado son los que tienen mayores saldos en la balanza comercial, es evidente que la estrategia de negociación de un TLC con EE.UU. debe buscar la liberación absoluta en toda la cadena.

Los subsidios aplicados por EE.UU. son otra vez los causantes de las complicaciones, pues constituyen una excelente excusa para los productores de algodón, aun para la mayoría de ellos que tampoco podrían competir sin subsidios, para exigir que este producto no se desgrave. Sin embargo, lo concreto es que la producción local de algodón no es capaz de cubrir las necesidades de la industria textil y, por lo tanto, su protección condenaría a la industria de confecciones a ser desplazada por sus competidores, los cuales sí podrán adquirir insumos a mejores precios.

Por otro lado, el tema se complica aún más, pues si el algodón no se desgrava, los hilanderos y fabricantes de telas tampoco querrán que se desgraven sus productos y así los problemas en esas etapas del proceso productivo se le facturarían siempre al exportador de confecciones que es finalmente el que ha sostenido el crecimiento del resto de la cadena.

Frente a este panorama, un análisis de los riesgos y oportunidades en las distintas etapas de la cadena puede dar la correcta dimensión a cada problema y permitirnos establecer una estrategia clara. ¿Qué tan preocupante puede ser la oferta de la cadena textil de EE.UU.? En el 2003 nuestra balanza comercial con EE.UU. para el algodón presentó un déficit de US\$ 50 millones, para los hilados uno de US\$ 1.5 millones y en otros productos US\$ 8 millones. Las telas tuvieron un superávit de US\$ 1.3 millones (127% superior al del 2003) y en las prendas de vestir el saldo a nuestro favor es de casi US\$ 500 millones.

SALVAGUARDIAS Y TLC

El aprovechamiento pleno del TLC con EE.UU. también dependerá de que los mecanismos de defensa comercial que se negocien no constituyan herramientas que puedan bloquear nuestras exportaciones.

En los TLC se suele incluir un capítulo de salvaguardias, que consiste en permitir que un país detenga temporalmente el proceso de desgravación o restablezca su nivel de aranceles antes de firmado el acuerdo. Si se negociase un mecanismo que permita que estas se apliquen con facilidad, nuestro crecimiento exportador correría constantemente un grave riesgo. Normalmente EE.UU. no recurre a este tipo de salvaguardias debido a que sus aranceles son bajos y el restablecimiento de los mismos no representa un cambio significativo.

Sin embargo, justo para nuestros principales productos de exportación, como las confecciones, sus aranceles superan incluso el 30% de protección, por lo que sí sería factible que recurran a las salvaguardias del tratado. Esperamos que no nos autolimitemos con salvaguardias de fácil aplicación. Cuando se trata de textiles y de EE.UU., nuestro enfoque debe ser exportador.

Comercio Perú - EE.UU. 2003			
US\$ millones			
	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
Algodón	9,854	50,377,434	-50,367,580
Hilados	4,496,596	6,006,332	-1,509,736
Telas	5,653,896	4,359,150	1,294,747
Prendas de vestir	502,193,077	5,481,122	496,711,954
Otros	3,818,906	8,340,177	-4,521,270
Total	516,172,330	74,564,215	441,608,115

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU



CERTICOMEX
Comercio Exterior

Obtenga en línea Información de Comercio Exterior y Riesgo

Promoción Especial para los Socios de COMEXPERU



CERTICOM
CENTRALES DE RIESGO

REINVENTANDO EL ROL
DE LAS
CENTRALES DE RIESGO

CONTACTENOS AL 225-5010

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

regresar
página 1