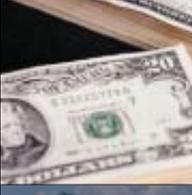




## Contenido

Del 06 al 12 de junio del 2011

	<b>VOTAR POR LO QUE QUEREMOS</b>	Editorial	2
	<b>PROTECCIONISMO A LA VISTA, ANTES DE LA SEGUNDA VUELTA</b> <i>¿Reducir la brecha digital o eliminar la competencia del exterior?</i>	Hechos de Importancia	3
	<b>¿ALGUIEN QUIERE REPETICUÁ?</b> <i>Por Isabella Falco.</i>	Actualidad	4
	<b>MARCO MACROECONÓMICO MULTIANUAL 2012-2014</b> <i>Entre julio del 2006 y diciembre del 2010 se crearon más de 2.2 millones de empleos. ¿Seguiremos por ese camino?</i>	Economía	5
	<b>SE FIRMÓ TLC CON JAPÓN</b> <i>Acuerdo con este mercado, particularmente interesante para nuestros productos pesqueros y agrícolas, podría entrar en vigencia en julio próximo.</i>	Comercio Exterior	6

### 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

Rafael Zacnich Nonalaya

Alonso Otárola Moore

Manuel Morales Rodríguez

Corrección

Angel García Tapia

#### Diagramación

Carlos Castillo Santisteban

#### Publicidad

Edda Arce de Chávez

Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú

Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.

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

Tel.: 422-5784 Fax: 422-5942

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



**RENAULT KOLEOS**  
TRANSFORMA LOS VIAJES EN EXPERIENCIAS ÚNICAS  
[www.renault.com.pe](http://www.renault.com.pe)





## Votar por lo que queremos

Más allá de lo que quieran vendernos los políticos en campaña, los peruanos queremos vivir mejor. Y, si fuera posible, diríamos que queremos ser felices. Aunque suene cursi.

Traducido en concreto, significa que tendremos trabajo y un ingreso que nos permita cubrir todas nuestras necesidades (y darnos algunos gustos); que nuestros hijos podrán tener mejor educación y, por ende, mejores oportunidades que nosotros; que podremos soñar con una casa propia y, eventualmente, hacer realidad ese sueño. Que, sin necesidad de tener un auto, podremos contar con un transporte público eficiente que nos lleve a donde tengamos que llegar. Que, en caso de enfermedad, podremos ser atendidos eficazmente y también con respeto. Que el Estado tenga servidores públicos conscientes de que están, como su nombre lo indica, para servir al ciudadano y no para hacer sentir su poder. Que podamos salir a la calle sin temor a ser víctimas de la violencia... y todo ello, por supuesto, sin tener que migrar: queremos todo eso en nuestro idioma, con nuestra familia, con nuestro sabor y nuestra música.

No queremos ser como Venezuela, con su 27% de inflación, su dictador, su racionamiento eléctrico, su escasez de alimentos y su entreguismo al Brasil. Ni tampoco como el Brasil, con sus índices de corrupción y desigualdad más elevados que el Perú, su inflación de más del triple que la nuestra y su crecimiento más bajo y más volátil. Y, aunque nos comparemos constantemente, ni siquiera como Chile, pues queremos ir más lejos, que el potencial lo tenemos.

Tampoco queremos ser como el Perú del pasado. No al menos como el Perú del velasquismo, que sembró odio entre los peruanos y destruyó la base productiva del país, engordó a algunos militares y pauperizó a gran parte de la población. No queremos sus empresas públicas manejadas por militares y políticos incompetentes y corruptos que endeudaron al país y generaron inflación, exacerbada después por Gobiernos populistas, irresponsables y demagógicos que generaron aún mayor inflación, pobreza y, finalmente, violencia. No queremos un Gobierno que vuelva a enfrentar a los peruanos entre sí. No queremos corrupción ni unos cuantos empresarios privilegiados por un mercado interno cautivo a costa de los millones de consumidores. Tampoco queremos el Perú de nuestros abuelos, con sus desigualdades extremas.

Ni siquiera estamos satisfechos con el Perú de hoy, a pesar de lo avanzado: ya no basta con que bajen la pobreza y la desnutrición; ambos tienen que desaparecer. No es suficiente con que las empresas y las personas paguen impuestos: los Gobiernos, en todos sus niveles, tienen que gastarlos bien, creando oportunidades en todo el país. No queremos un sistema que llamamos "democracia" solo porque nos convoca a votar según un calendario. Para ejercer nuestros derechos, los peruanos tenemos también que contar con las herramientas y conocimientos que nos permitan hacerlo sin ser manipulados.

Como no creo en el "pecado original", que hasta la misma Iglesia católica hoy cuestiona, no me ha sido difícil definir mi voto. Aunque, claro, como no podemos ver el futuro, darle el voto a alguien es siempre cuestión de fe... y de saber que no volveremos a las empresas públicas, los mercados cerrados, el gasto demagógico, la pérdida del grado de inversión, la desaceleración del crecimiento o el control de la prensa...

*Patricia Teullet*  
Gerente General  
COMEXPERU

**HSBC entiende los beneficios de tener un solo banco en todo el mundo para desarrollar tu negocio a nivel global**

Llámanos al 616 4722

Contáctanos en [www.hsbc.com.pe](http://www.hsbc.com.pe)

**HSBC**   
En Perú y en el mundo, HSBC

 regresar  
página 1



## Proteccionismo a la vista, antes de la segunda vuelta

Hace un par de semanas fue aprobado por el Pleno del Congreso el Proyecto de Ley N° 4659/2010-CR, "Ley de impulso a la formalización en el rubro de ensamblaje de computadoras y a la reducción de la brecha digital en el Perú", el cual tiene por objeto reducir la brecha digital a través del impulso de la industria nacional de ensamblaje de computadoras. Asimismo, busca reducir el contrabando de la importación de componentes para ensamblaje por considerarlo el gran limitante del progreso de las tecnologías de información.

Sin embargo, esta norma va en contra de un principio fundamental de comercio internacional, como es el del "trato nacional", que implica brindar el mismo trato y condiciones comerciales y de regulación a los productos nacionales y extranjeros, es decir, no discriminar. Este principio no solamente es clave en todos los acuerdos comerciales bilaterales que el Perú ha firmado o negocia actualmente, sino también es piedra de base de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Por lo tanto, nos podría ocasionar problemas no solo con los socios comerciales con los que tenemos acuerdos, sino con cualquier otro país miembro de la OMC que se sienta afectado.

### PRIVILEGIOS A UNOS CUANTOS: ASÍ FUNCIONA EL "NACIONALISMO"

Veamos por qué. El proyecto en cuestión, impulsado por el Grupo Parlamentario Nacionalista a iniciativa de la congresista Marisol Espinoza, presenta dos partes. El artículo 4º plantea la exoneración del IGV a la importación de componentes esenciales para PCs como las tarjetas madre, discos duros, tarjeta de video, cases, discos ópticos, entre otros, que son en su totalidad importados por un gran número de empresas, grandes, medianas, pequeñas y micro, según estadísticas de la SUNAT.

El problema surge con el artículo 5º, en el que se pretende exonerar del IGV a la venta de PCs (de escritorio y portátiles) ensambladas en el país, discriminando así a todas las computadoras (de escritorio y portátiles) ensambladas en el exterior, es decir, importadas.

La aplicación de esta iniciativa discrimina en forma abierta a las computadoras importadas, afectando a las empresas importadoras formales de estas marcas y a los socios comerciales del Perú que nos exportan tales mercancías. La exoneración del pago del IGV contravendría el artículo III del GATT de 1994, que establece el principio de trato nacional: *"Las partes contratantes reconocen que los impuestos y otras cargas interiores, así como las leyes, reglamentos y prescripciones que afecten a la venta, la oferta para la venta, (...), no deberían aplicarse a los productos importados o nacionales de manera que se proteja la producción nacional..."*

El cumplimiento de las obligaciones de trato nacional es fuertemente vigilado en la OMC y cuando se presentan estos casos, los cuestionamientos internacionales no demoran en llegar. La razón de ser de este principio es evitar que los países sustituyan la protección en frontera (aranceles y medidas no arancelarias), que se busca eliminar con las negociaciones comerciales, con restricciones internas como tratos discriminatorios en esquemas impositivos o regulatorios (exoneraciones o impuestos) al comercio doméstico.

Asimismo, la normativa podría ser contraria a las obligaciones del Perú en el marco del Acuerdo de Subvenciones de la OMC, al establecer un subsidio especial (exoneración de un impuesto) a una industria nacional claramente determinada y específica (industria de ensamblaje de computadoras), con lo que otorga un beneficio evidente al proteger con el no pago del 18% del IGV a la producción nacional.

Con esta ley, a la empresa nacional que ensambla PCs en el Perú se le estaría brindando una ventaja de por lo menos el 18% correspondiente al IGV, respecto de sus competidores extranjeros. Habría que determinar además si esta ventaja sería trasladada a los consumidores o solo se quedaría en el balance de estas empresas.

Resulta inadmisibles que solo se pretenda darle el beneficio de no pago del IGV a la venta de PCs ensambladas en el país, discriminando de forma inescrupulosa (llámese "a dedo") a las ensambladas en el exterior. Si el objetivo de política, o el espíritu de la norma, es el que se plantea, lo ideal sería eliminar el IGV a las ventas a ambos tipos de bienes independientemente de en dónde fueron ensamblados, ya que así tal cual se presenta la ley, es un claro ejemplo de la ideología nacionalista: proteccionismo en desmedro de la competencia, para privilegiar a unos cuantos. Se siente el tufo velasquista.

Apelando a la cuota de criterio, racionalidad y sapiencia que todo congresista tiene, o debería tener, no se explica por qué (o a santo de qué empresa ensambladora) se aprobó esta iniciativa en el Pleno del Congreso, sin tener en cuenta que se estarían violando normas internacionales a las cuales el Perú se encuentra adherido hace décadas. Por ello, es responsabilidad del Ejecutivo observar esta ley.

No dejes a la suerte tus operaciones  
de Comercio Exterior con China

Para mayor información lláma al 219 2347

 Grupo Interbank

 regresar  
página 1



## ¿Alguien quiere repeticuá?

Por **Isabella Falco**

Directora de Promoción de Imagen País, PromPerú

No hay hoteles en Perú. Ni una sola pensión. Por eso el equipo de producción nos procuró alojamiento en la vecina Nebraska City. Allí, en una tierra reconocida por su sobresaliente producción de maíz amarillo y carne de res, vivimos una semana de intensas emociones y veloz aprendizaje en un irrepentible intercambio de experiencias y culturas, comidas y bebidas, bailes, canciones, deportes y artesanías. Una comitiva de embajadores del sureño Perú viajó a la homónima localidad de Peru justo al medio geográfico de los Estados Unidos para explotar la singular oportunidad de hablarles por primera vez a esos “peruanos” acerca de las cosas buenas de nuestro país, para enseñarles los valores de la peruanidad y contagiarlos del orgullo de haber nacido donde el indómito inca.

El viaje (más largo de lo previsto), el traslado de equipos y objetos, la gestión de permisos y apoyos, la cocción de alimentos, la preparación de bebidas, el transporte de indispensables animales como la llama, el perro sin pelo y el cuy... todo esto se hizo no como un fin en sí mismo, sino como el montaje de un ingenioso pretexto que nos permitiera, con humor y emotividad, convencer a los peruanos de lo maravilloso que es serlo.

Javier Wong quería llevar sus cuchillos afilados, pero desde PromPerú insistimos en que no le harían falta, porque a diferencia de otros viajes a los que él había ido a cocinar, esta vez iría en calidad de embajador honorario a interactuar con los nativos. Él se despidió de su esposa confiándole que sería condecorado por el gobierno peruano en la lejana Nebraska.

Rafo León, escéptico como él solo, no se creyó nada de lo que consideraba una hilarante propuesta hasta que, de tanto jugar a seguimos la cuerda, se encontró allá desplegando su mapa del Perú frente a la atenta mirada de un grupo de estudiantes del Peru State College. En su recorrido por la biblioteca donde colocó obras de nuestros más reconocidos escritores en los estantes, terminó de enamorarse del lugar al pie de una gigantesca chimenea encendida para abrigar a los lectores. Hemos jurado volver.

Magaly Solier se emocionó de verdad con la pachamanca y no dudó en desplazar a los demás para hacerse su dueña. Ella la destapó con amor y respeto para empezar a compartir la comida caliente, y organizó a Sofía Mulanovich y a Gabriel Villarán, nuestros campeones de surf, para que repartan cubiertos y atiendan a los invitados.

Alrededor de Carlos Alcántara, Cachín, se fue gestando un auténtico espíritu de grupo. Su simpatía, su picardía, su imbatible sentido del humor lograron en un cortísimo plazo que los distintos embajadores se fueran haciendo amigos, aprendieran a quererse, a apoyarse y a trabajar en conjunto. Perú Negro aportó mucho en este aspecto, pues la alegría y agilidad de sus ritmos y cajones rompieron barreras de desconfianza y cosecharon abrazos de hermandad.

Dina Páucar atrajo todas las miradas al salir de la oficina local de correos con un vistoso vestido bordado y una llama domesticada, y los dulces arpegios del arpa andina del magistral Salvador Dextre sedujeron a propios y extraños.

El chef Christian Bravo ya era conocido por desenvuelto y entrador, pero Iván Kisic fue una revelación como actor. No perdieron tiempo ninguno de los dos en ponerse a gritar en plena avenida principal: ¡Ustedes son de Perú. Tienen derecho a comer rico! Les repito. ¡Cebiche, papa rellena! Lo que el genial Gonzalo Torres, de la escuela de impro de Pataclun, se apresuró a rematar con su memorable: ¿Alguien quiere repeticuá?

Y sí. La verdad es que todos queremos repeticuá. El público que se agolpa en YouTube para ver el video Marca Perú una y otra vez ya lo ha convertido en un favorito global. Y ese bus rojo que ostenta la marca sin complejos está recibiendo invitaciones a todos los rincones de la patria y del planeta. Con el fin de no decepcionar a nadie, debemos seguir trabajando para llevar muy lejos nuestra Marca Perú.



almacenes



logística



warrants



depsa files

 **depsa**

www.depsa.com.pe

 regresar  
página 1



## Marco Macroeconómico Multianual 2012-2014

En los últimos días, el MEF presentó el Marco Macroeconómico Multianual (MMM) para el periodo 2012-2014, dentro del cual se exponen tanto los avances como las proyecciones de los principales indicadores de la economía peruana. Además, también se resalta el cumplimiento de buena parte de los objetivos económicos y sociales de la presente administración. A continuación, nos centramos en lo que se espera para este 2011.

### LOS PRÓXIMOS MESES

Durante el año 2010, el PBI se expandió un 8.8% con respecto al 2009, crecimiento con el cual se superaron las expectativas trazadas en el informe anterior (6.8%). Esto refleja la rápida recuperación de la economía peruana tras la crisis internacional (más veloz que otros países de la región) y se explica básicamente por el dinamismo de los sectores no primarios, impulsados también por el aumento del 12.8% que tuvo la demanda interna, el registro más alto en los últimos 16 años.

Indicador	Perú: algunos indicadores macroeconómicos				
	2010	Rep. de Inflación marzo 2011		MMM 2012-2014	
		2011*	2012*	2011*	2012*
PBI (var. % real)	8.8	7.0	6.5	6.5	6.0
Consumo privado	6.0	5.6	5.3	5.5	5.3
Inversión privada	22.1	15.0	12.5	12.0	10.4
Consumo público	10.6	5.0	2.7	4.1	4.6
Inversión pública	27.3	8.8	4.4	3.0	5.8
Exportaciones (var. %)	30.9	17.3	8.4	16.7	7.3
Importaciones (var. %)	38.0	22.9	11.5	24.3	12.5
Inflación (var. %)	2.1	2.5-3.5	2.0-3.0	3.0	2.4

\*Proyectado.

Fuente: BCRP, MEF, SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

No obstante, este año el escenario es algo distinto. Mientras que el Reporte de Inflación de marzo del BCRP pronosticaba un crecimiento económico del 7% y algunos agentes esperaban que incluso superara dicha cifra, el MMM estima un ritmo menor (6.5%). La desaceleración respecto del 2010 no solo se explica por el incierto escenario mundial y la disipación de los estímulos monetarios y fiscales. Ahora juega un factor que nuestro país lamentablemente aún no supera: periodos electorales que continúan generando temor e inseguridad, con candidatos cuyo solo discurso retarda el crecimiento.

El deterioro de las expectativas y la confianza empresarial asociado al actual contexto político ya se está reflejando en las proyecciones de crecimiento, pues esto significa la postergación de nuevos proyectos y, con ello, de la generación de más empleo y una mayor recaudación para financiar obras sociales. Pero no solo se trata de empresas: según APOYO Consultoría, las primeras señales de desaceleración debido al riesgo político también se han notado a nivel de decisiones importantes de inversión para familias (las ventas de nuevas viviendas en Lima Metropolitana habrían presentado una caída importante en abril).

Así, el MMM espera que el aumento de la inversión privada este año (+12%) sea menor al del 2010 (+22.1%) y al del 2008, previo a los efectos de la crisis (+25.9%). Cabe considerar lo que recalca el MEF: por cada cuatro puntos porcentuales menos de incremento de la inversión privada, se esperaría que el PBI crezca un punto porcentual menos.

Inclusive, más allá de riesgos externos como aumentos en los precios internacionales de los alimentos y combustibles o la posible desaceleración de China por decisión de su Gobierno, el MEF considera que el principal factor de riesgo para sus proyecciones del 2011 es el reciente menoscabo de las expectativas mencionadas y su impacto en la inversión. APOYO, por ejemplo, estima que en un escenario de recuperación de la confianza empresarial luego de las elecciones, la economía podría crecer un 6.2% este año. Sin embargo, si la desconfianza prevalece, crecería un 5.7%, en contraste con el 7.3% previsto antes de la primera vuelta.

### MAYOR CRECIMIENTO PARA COMBATIR LA POBREZA

Esperamos que no se dé tal escenario pues, como señalamos en la [edición anterior](#), de acuerdo con el MEF necesitamos crecer a más del 6% anual al menos durante los próximos 15 años, para desaparecer la pobreza extrema y llevar la pobreza a no más del 10%. Precisamente, con el avance económico de los últimos años, se están cumpliendo y superando metas importantes del actual Gobierno, como la generación de empleo (más de 2.2 millones en julio 2006-diciembre 2010 vs. un objetivo de 1.5 millones) y la pobreza total (la meta es del 30% de la población al 2011 y el año pasado ya llegamos al 31.3%).

Sin embargo, como se señala en el MMM, el mayor reto de política pública para los próximos años será reducir la pobreza rural que, si bien cayó notablemente del 70.9% al 54.2% entre el 2005 y el 2010, aún supera el 50% (la meta era reducirla al 45% en el 2011). Para ello, es fundamental seguir creciendo a altas tasas y, por supuesto, invertir en servicios públicos básicos y conectividad para que las poblaciones rurales se integren a los mercados y accedan a oportunidades de desarrollo. Este domingo, elijamos pensando en ese gran reto.

¿Buscas soluciones para crecer en tus negocios controlando riesgos?

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

Infocorp, más que información soluciones

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

EQUIFAX PERU

regresar  
página 1



## Se firmó TLC con Japón

Saludamos la reciente firma del Acuerdo de Asociación Económica que el Perú ha negociado con Japón, también conocido como TLC.

Recordemos que mediante este acuerdo:

- Japón ofrece acceso preferencial a su mercado al 99.8% de las exportaciones del Perú, las mismas que involucran el 88.2% de líneas arancelarias.
- Los productos de alto interés para el Perú (como café, espárragos, sacha inchi, pota, aceite de pescado, cobre, plomo, zinc, maíz morado, maíz gigante del Cusco, pez espada, entre otros) ingresarán al mercado japonés con acceso preferencial.
- El Perú ofrece desgravación inmediata y a cinco años a productos de interés de Japón, como teléfonos celulares, computadoras, televisores, productos laminados de acero o hierro, diversos aparatos electrónicos, entre otros.
- Adicionalmente, Perú atiende los principales intereses de Japón en el sector automotriz, otorgando un acceso preferencial similar al concedido a Corea.
- Los productos más sensibles para el Perú fueron excluidos de la negociación (lácteos, carnes, azúcar, productos pesqueros, calzados, entre otros).
- Japón excluyó menos partidas que para sus tratados con Chile y México: 749 líneas arancelarias que involucran el 0.1% del comercio bilateral existente, vs. 1,200 y 1,300, respectivamente. Aquí se encuentran algunos productos agrícolas como carne de bovino, lácteos, arroz, azúcar, malta, algunos productos pesqueros, entre otros.

### INTERCAMBIO EN BREVE

En cuanto a cifras de comercio actual, en el año 2010 Japón fue nuestro quinto socio comercial, con US\$ 1,791 millones de exportaciones peruanas, mientras que las importaciones fueron de US\$ 1,377 millones. Las exportaciones se recuperaron de la crisis y se acercaron al nivel alcanzado en el 2008. Entre estas, destacaron las siguientes: minerales y concentrados de cobre y, en menor medida, harina de pescado, otros minerales, gasolina, café, calamar, pota y filetes congelados, grasas y aceites de pescado, plátanos y espárragos frescos. Asimismo, entre las principales importaciones desde Japón figuran vehículos particulares y de carga, aceite diésel 2, productos laminados de hierro o acero, partes de impresoras y fotocopiadoras, palas cargadoras, y cámaras de fotos y video.

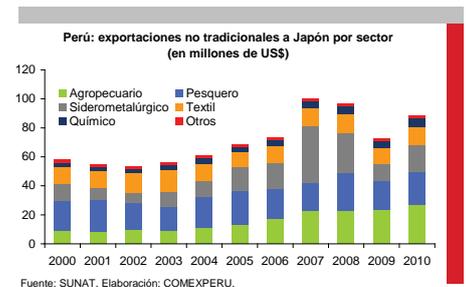
Como lo mencionamos en otras ocasiones, Japón es un interesante mercado para los alimentos peruanos: el ratio de consumo de pescado en ese país es uno de los más altos del mundo. Asimismo, los japoneses gastan una mayor parte de sus ingresos en alimentos que los habitantes de EE.UU., a pesar de que consumen menos calorías, ya que buscan tener una dieta variada y de alta calidad, según el USDA. Por ello, es una plaza ideal para nuestros productos pesqueros y agrícolas, como calamares, potas, anguilas, caballas, pulpos o anchoas en conserva, así como espárragos, aceitunas, paltas, cebollas, camu camu y lúcuma. El acuerdo facilitará el acceso de estos productos no tradicionales, que aún enfrentan relativamente altos aranceles: el promedio para las frutas y vegetales es del 12.2%, pero el máximo llega al 415%, de acuerdo con la OMC. Esperamos que con esta herramienta se incremente el ritmo de crecimiento de nuestras exportaciones no tradicionales a Japón en general, que fue del 8% promedio anual entre el 2005 y el 2010.

### ACORTANDO LAS DISTANCIAS

Una vez implementado este acuerdo, dejaremos de estar en desventaja con respecto a México y Chile, cuyos acuerdos con Japón están vigentes desde los años 2005 y 2007, respectivamente. Asimismo, de entrar en vigencia rápidamente (ello podría ocurrir en julio próximo), este tratado contribuiría a que las ventas peruanas a este importante mercado no se vean tan afectadas por la contracción económica fruto del terremoto que asoló tierras niponas este año.

Adicionalmente, según el embajador peruano en Japón, Juan Carlos Capuñay, el acuerdo beneficiará a las PYME peruanas al permitirles el acceso a compras estatales japonesas. También permitirá trabajar en dicho país a los chefs peruanos graduados en un instituto estatal o en una universidad, beneficio que Japón solo le ha ofrecido al Perú, de acuerdo con Capuñay.

Finalmente, confiamos en que este TLC potencie nuestro complementario comercio y que, junto con el Acuerdo de Promoción, Protección y Liberalización de la Inversión ya suscrito, atraiga a nuestro país mayor inversión japonesa y de otros países que busquen aprovechar las ventajas de ambos tratados.



EN LA REALIZACIÓN DE EVENTOS...  
SIEMPRE, UNA EXPERIENCIA ÚNICA

SUMMIT

DELFINES  
HOTEL & CASINO

regresar  
página 1