

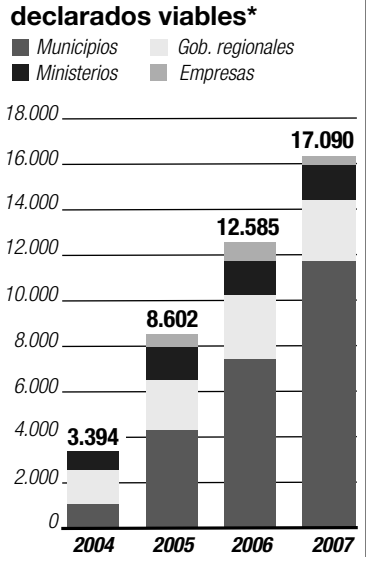
INVOLUCRARÍA INVERSIÓN TOTAL POR S/.17.000 MILLONES

# SNIP aprobará este año 43% más proyectos que en el 2006

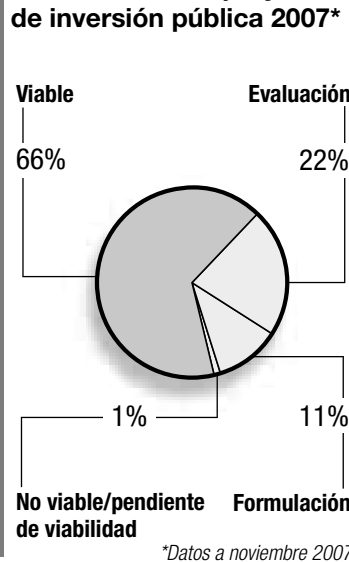
## Proyectos descentralizados

En el 2007, el SNIP aprobó 36% más proyectos que en el 2006. Pero lo más importante es que fueron proyectos más grandes (casi se duplicó la inversión) y en su mayoría fueron del interior del país (61%).

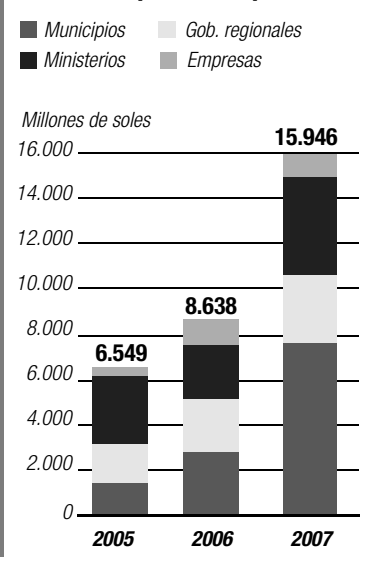
### Número de proyectos declarados viables\*



### Situación de los proyectos de inversión pública 2007\*



### Inversión pública aprobada\*



Fuente: MEF. \*Datos a noviembre 2007. EL COMERCIO

## ■ Iniciativas de los municipios y regiones son aprobadas en el 90% de los casos

LUIS CORVERA GÁLVEZ

Las recientes críticas al Sistema Nacional de Inversión Pública (SNIP) no son entendidas en el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). Y es que, argumentan voceros del ministerio, hasta fines de noviembre el SNIP ha declarado viables 17.090 proyectos, lo que representó un incremento de 36% respecto del 2006. Y esperan cerrar el año con unos 18.000 proyectos (43% más).

Esas iniciativas, agregan, in-

### SEPA MÁS

## Los mayores montos aprobados

■ Los gobiernos regionales que mayor monto de inversión aprobado registran son los de Moquegua (S/.358 millones), Cusco (S/.345 millones) y Junín (S/.200 millones), curiosamente, según la Comisión de Presupuesto, las que han ejecutado menos del 30% de su presupuesto de inversión del 2007.

■ Según el MEF, la aprobación en el SNIP es un tema de consistencia económica, mientras que la ejecución depende de la

burocracia de cada gobierno regional. Así, tales temas no tienen relación entre sí.

■ En el caso de los ministerios, resaltan los proyectos de Transportes y Comunicaciones, con S/.2.623 millones (las carreteras Huamanga-Andahuaylas y Chongoyape-Cajamarca representan S/.1.500 millones). Detrás se ubican Defensa, con S/.463 millones (del proyecto VRAE) y Agricultura, con S/.302 millones en riego y sanidad.

volucran una inversión estimada en S/.15.900 millones, que se espera elevar a S/.17.000 millones a fin de año. De ser así, se duplicaría la inversión pública aprobada por el SNIP, dado que en el 2006 fue S/.8.638 millones.

### DESCENTRALIZACIÓN

Lo mejor de todo, enfatizan en el MEF, es que a pesar de las críticas de los gobiernos regionales y municipios sobre la 'lentitud' para aprobar sus pedidos, la mayor parte de proyectos aprobados es de los gobiernos descentralizados. Se pasó de menos de S/.4.000 millones en el 2006 a más de S/.10.000 millones en lo que va de este año. Es más, del total de proyectos presentados por esas autoridades, un 90% ha sido declarado viable.

Tal logro no solo se dio por la mayor disposición de los alcaldes (se incorporaron 236 municipios al SNIP, por sus mayores ingresos por canon y son responsables de proyectos por más de S/.6.000 millones en inversión), sino también por la decisión del SNIP de abrir oficinas técnicas de asistencia en las regiones. Hoy existen 16 y se espera cerrar el 2008 con 24 regiones cubiertas. Además de las 18 personas que laboran en las oficinas, han sido destacados 24 técnicos del MEF para que faciliten la elaboración de expedientes y absolución de comentarios por parte del SNIP.

Con este tipo de medidas, los plazos de aprobación se han reducido. En el caso de los gobiernos locales y regionales, se ha pasado de tres meses a uno, mientras que para el Gobierno Central se redujo de cuatro a tres meses. En este último caso, tarda más pues son proyectos de mucha mayor envergadura. ■

NUEVOS PLAZOS Y REQUISITOS



CON APOYO. La presidenta de la Comisión de Energía y Minas, Cecilia Chacón, sustentó el proyecto de ley ante el pleno del Congreso.

# Congreso modifica ley de concesiones del sector eléctrico

## ■ La medida plantea mayores exigencias a empresas para obtener concesiones definitivas

El Congreso aprobó una propuesta del Poder Ejecutivo por la cual se modifica la Ley de Concesiones Eléctricas (Ley 25844), en especial en lo referido a las concesiones otorgadas para la construcción de proyectos hidroeléctricos o térmicos. Así, se modificaron alrededor de 20 artículos de la referida ley que apuntan al desarrollo eficiente de la generación eléctrica.

Las modificaciones se orientan a establecer plazos y requisitos más exigentes para que las empresas generadoras accedan a una concesión definitiva. Así, la ley aprobada ayer solicita que las empresas interesadas presenten un plan de construcción de las plantas generadoras y garanticen que estas van a ser desarrolladas, de lo contrario, solo tendrán acce-

so a una concesión temporal. Según la presidenta de la Comisión de Energía y Minas, Cecilia Chacón, quien sustentó el dictamen ante el pleno del Congreso, la modificación se justifica sobre todo porque entre los años 2002 y 2007 el Ministerio de Energía y Minas otorgó más de quince concesiones hidroeléctricas y se ha ejecutado menos del 15% de estos proyectos debido a que la ley de concesiones no establecía plazos.

### LEY DE DISTRIBUIDORAS

De otro lado, la Comisión de Energía y Minas presentó a consideración del pleno del Congreso un proyecto de ley por el cual se suspende la aplicación de causal de caducidad en las concesiones de distribución eléctrica.

La iniciativa permitirá a las distribuidoras mantener la concesión aún si no aseguran tener contratos de abastecimiento, que es una exigencia de la ley de concesiones vigente. ■

EFFECTO DEL TLC EN EXPORTACIONES

# Confeccionistas esperan repunte de envíos a mediados del 2008

## ■ Industria peruana espera proveer a los importadores de tamaño mediano

AZUCENA LEÓN TORRES

Los efectos de la ratificación del TLC en el Congreso estadounidense empezarán a percibirse en la industria de confecciones a partir del segundo semestre del 2008, período en el que, estiman nuestros industriales, las exportaciones retomarán las tasas de crecimiento de 25% que se registraron años atrás.

Según José Luis Peroni, presidente del Comité de Confeccionistas de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), los envíos al exterior se verán beneficiados por un repunte en las órdenes de compra (que cayeron ligeramente a inicios de año) y por nuevos clientes.

"Actualmente la mayoría de exportadores abastece a las gran-



MILLONARIAS. Las inversiones que prevé la industria alcanzarían los US\$400 millones el próximo año y se centrarán en tintorería y tejeduría.

des marcas, pero ahora también se espera atender a los 'retails' (importadores medianos), que tienen de 100 a 150 tiendas y que se constituyen en una nueva oportunidad de crecimiento", indicó.

Pero no es lo único. Adicionalmente, los industriales esperan la llegada de nuevos inversionistas,

sobre todo colombianos y venezolanos, que estarían interesados en establecer alianzas estratégicas con confeccionistas peruanos para aprovechar los beneficios del TLC. "El Perú es el primer país del área andina que concreta un TLC y eso lo convierte en una atractiva plataforma de exportación", sos-

### SEPA MÁS

■ José Luis Peroni manifestó que está pendiente la renovación del ATDPEA, pues ello contribuirá a evitar baches para los exportadores en tanto se implemente el TLC.

■ Afirmó que el sector privado trabaja en la capacitación del personal, para evitar el déficit de mano de obra.

■ También se prevé realizar nuevas inversiones para prevenir la falta de proveedores.

tuvo. Indicó también que las inversiones en la industria textil y de confecciones podrían superar (según un cálculo conservador) los US\$400 millones el próximo año, monto que se centraría en el área de tintorería y tejeduría, en los que se registran problemas en el sector. ■

MÁS COMPETENCIA PARA LICOR PERUANO

# Polémica por un pisco producido en Argentina

## ■ Según el especialista Johnny Schuller, urge resolver el tema de la denominación de origen

La noticia lo tomó por sorpresa, pero —sostiene— sirve para estar despabilado. Johnny Schuller, presente de la Cofradía de Catadores de Pisco de Perú y uno de los expertos en la espirituosa bebida nacional, no podía ocultar su desazón.

¿Qué lo tenía así? En la mañana de ayer, el diario chileno "El Mercurio" daba cuenta de que mientras peruanos y chilenos pelean por obtener mejor algunos aspectos que un extranjero occidental no llega a entender. En verdad, ¿para quién resulta más fácil entender que el regateo de precios es a veces mejor que el precio fijo? ¿Para un empresario nacional o para el que viene de fuera? ¿Quién sabe que la mayonesa para los peruanos debe ser suave y con limón, y no espesa y neutra? ¿Quién entiende que la mujer conservadora quiere comprar los cosméticos en su casa y

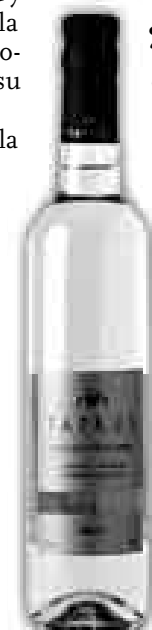
bién recogía las impresiones de los empresarios de su país: "Nos sorprende que el Perú, que tan vigorosamente reclama contra nosotros de que no usemos el nombre, no tenga el mismo vigor con un país como Argentina", comentó Roberto Salinas, gerente general de la empresa Capel.

### ¿Y AHORA?

"Esto es un ejemplo grave de que tenemos que resolver el tema (de la denominación de origen) con Chile de inmediato. En la medida que el pisco siga creciendo, otros van a querer aprovecharlo", señaló Schuller. Para el experto, la solución pasa por resolver el tema con Chile y tomar, rápidamente, la iniciativa con Argentina. ■

### OTRO FRENTE.

Una destilería argentina vende pisco en Europa.



## punto de vista

# El arbolito del TLC

Rolando Arellano  
Doctor en marketing\*



A lo largo de la historia peruana hemos tenido pensadores que consideraban que la cultura autóctona nacional era una desventaja para el crecimiento del país. Esta forma de ver las cosas fue compartida por casi toda la sociedad dirigente peruana, incluyendo por cierto a los grandes empresarios, tradicionalmente limeños y mestizos. Hoy que la firma del TLC con EE.UU. alegra a muchos y preocupa a otros —pues

trae nuevos mercados pero también traerá nuevos competidores para nuestras empresas—, es interesante pensar que quizá nuestras raíces indígenas son una ventaja para la industria nacional.

Por años los peruanos consumimos básicamente producto nacional, en gran parte porque los impuestos a la importación hacían inaccesibles los precios de lo extranjero. Mayoritariamente, los productos importados llegaron solamente a los reducidos grupos de altos ingresos, mientras que las mayorías consumían sobre todo productos hechos a su

“¿Cómo puede luchar la industria peruana contra esos productos importados que tendrán la ventaja de la alta calidad tecnológica?”

medida por la pequeña industria y el sector informal.

Con el TLC la capacidad competitiva de lo importado cambia,

pues los productos extranjeros podrán entrar más baratos y por lo tanto irán a competir en nuestros mercados, incluso en las zonas más populares, las que, de paso, están incrementando sus ingresos y podrán comprar productos de mayor precio y mejor calidad. En otras palabras, la industria nacional, formal e informal, ve amenazada su participación en su mercado nacional tradicional, que crece en capacidad adquisitiva.

¿Cómo puede luchar la industria peruana contra esos productos importados, que tendrán la ventaja de la alta calidad tecnológica, de su economía de escala mundial y de precios competitivos gracias al libre comercio? Sin duda, primero tratando de mejorar su calidad y buscando la eficiencia y ventajas

que le da la producción cercana al lugar de consumo. Pero por encima de eso, aprovechando la gran ventaja competitiva que le da el tener la misma cultura ancestral de sus consumidores; esa raíz indígena que tenemos todos los peruanos y que nos hace comprender mejor algunos aspectos que un extranjero occidental no llega a entender.

En verdad, ¿para quién resulta más fácil entender que el regateo de precios es a veces mejor que el precio fijo? ¿Para un empresario nacional o para el que viene de fuera? ¿Quién sabe que la mayonesa para los peruanos debe ser suave y con limón, y no espesa y neutra? ¿Quién entiende que la mujer conservadora quiere comprar los cosméticos en su casa y

no salir a buscarlos? Sin duda, en ese puntito de ahí, que solo nosotros sabemos ponerle a los productos que quieren los peruanos, podría estar una ventaja defensiva importante de nuestra industria, como lo dijéramos ya en esta columna ("TLC con Aji"), en octubre del 2004). Cholo soy, y me alegro, podría decir el empresario peruano hoy.

Para terminar, estimado lector, le propongo una prueba. Diga "aquel arbolito, donde estaba...". Si siguió cantando la pegajosa estrofa no queda duda, usted es culturalmente peruano. Felicitaciones, ya tiene una ventaja competitiva más. ■

\*ARELLANO MÁRKETING, INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA