

EL IMPACTO DEL TLC CON INDIA EN LOS PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y CONFECCIONES

Geografía: La República de la India situada al Sur de Asia

Población: Séptimo país más extenso y el segundo país más poblado del mundo con 1300 millones de habitantes

Demografía: 40.7% de la población se encuentra ente 25-54 años y un 28% entre 0 y 14 años

Capital: Nueva Delhi

Moneda: La Rupia

Idioma oficial: Hindi (50% de la población del país). El inglés es muy utilizado por la población de profesionales que han sido capaces de adaptar modelos de negociación occidentales a un ambiente de bajos costos laborales.

Ciudades más importantes: Bihar, Bengala, Manipur, Bombay (Capital financiera), Madras, Calcuta, Chennai y Mangalore.

Economía: Tras un año fiscal satisfactorio, en los próximos años se proyecta que la India será una de las economías más dinámicas del mundo. Cuarta potencia agrícola del mundo, que representa el 18% del PBI indio y emplea el 50% de la población activa, en actividades de cultivo de trigo, mijo, arroz, maíz, caña de azúcar, té, patata y algodón. El sector industrial emplea la quinta parte de la población activa. La producción textil tiene un importante rol dentro de este sector. El sector servicios es el más dinámico de la economía de la India, que ocupa al 29% de la población activa.

Indicadores económicos:

Indicadores Económicos	2011	2012	2013	2014	2015
Crecimiento real del PBI (%)	6,3	5,1	6,9	7,3	7,3
PBI per cápita (US\$)	1547	1477	1489	1608	1821
Tasa de inflación (%)	8,4	10,2	10,0	5,9	5,4
Tasa de desempleo (%)	-	-	8,8	7,3	7,1

Tipo de cambio:

1,00 USD	=	66,5095 INR
US Dollar		Rupia India
1.00 PEN	=	20,2719 INR
Sol Peruano		Rupia India

Fuente : XE.com Elaboración de Mercados - PROMPERU



BENEFICIOS DEL TLC CON INDIA PARA EL PERÚ:

El TLC con la India implicaría la reducción o eliminación del esquema arancelario, así como oportunidades para productos como el café, las uvas y la harina de pescado. Pero, frente a un mercado de 1.300 millones de habitantes, la India sería el segundo país más grande del mundo en este marco de acuerdos comerciales, por lo que supone una gran oportunidad para dinamizar las exportaciones nacionales hacia el continente asiático y la inversión.

Cabe recordar que la India se proyecta como una de las potencias emergentes más importantes a nivel mundial. Según cifras del Banco Mundial, entre 2011 y 2105, esta economía experimentó una tasa de crecimiento en promedio del 7.3% y se espera que este país crezca a tasas del 7.6% en los próximos años, producto del incremento del consumo privado y de la inversión en infraestructura pública.

CUESTIONAMIENTO DEL TLC CON INDIA

Según información de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), la India no compra productos no tradicionales que el Perú pretende exportar. Establecer un TLC entre India y el Perú abrirá el mercado nacional sin aranceles a productos que ya ingresan con precios muy por debajo del valor de los insumos con los que se producen, afectando la industria local, lo que constituye una evidente competencia desleal. Partidas como hilados y textiles, prendas de vestir y calzado, son exportados por la India por debajo de su precio original y producidas bajo políticas laborales cuestionadas internacionalmente. Estas deben ser consideradas como partidas altamente sensibles y no deben ser incluidas en la negociación. Dichos productos sensibles, que deberían ser considerados en el ámbito del acuerdo que se viene negociando con la India, perjudicaría gravemente a las empresas y a los trabajadores peruanos que producen bienes similares, pero bajo una legislación laboral rígida y con una mayor carga regulatoria. Se

pondría en riesgo 160 mil empleos directos en el emporio comercial de Gamarra y más de 360 mil empleos en todo el país.

De la India se importan productos manufacturados como motocicletas y productos farmacéuticos. Perú también importa bastante producto textil de la India, especialmente hilados. Estos representan una fuerte competencia para nuestros productos nacionales. Ante acusaciones de la competencia desleal, se impuso la medida antidumping a los hilados de la India. En el año 2013 Indecopi puso una medida contra los tejidos planos compuesto de fibra discontinua de poliéster mezclada con fibras de rayón viscosa. Los derechos antidumping sirven para proteger a la industria de hilado peruano, pero dado que los hilados son una materia prima para la industria de telas y confecciones, estas industrias peruanas se verán afectadas al encarecerse un insumo barato como el que viene de la India.

10 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS DE LA INDIA, 2013 (IMPORTACIONES PARA EL CONSUMO)

PRODUCTO	Millones de dólares CIF
Total	678.9
Vehiculos menores de 1,000cc	59.1
Productos laminados de hierro	45.6
Hilado de fibra de algodón = 85% en peso de 192.3	46.5
Motocicletas	45.0
Los demás vehiculos	31.3
Hilados de poliéster	30.0
Polipropileno en forma primaria	19.9
Hilado de fibra de algodón = 85% en peso de 232.5	19.2
Hilado de fibra de algodón = 85% en peso de 106.4	17.0
Los demás radiales utilizados en autobuses o camiones	15.7

Fuente: Aduanas del Perú

SE EVIDENCIAN QUE LA INDIA ES CONSUMIDOR DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA PARA SU PROGRAMA IMPULSADOR “MAKE IN INDIA” NO DE LOS PRODUCTORES NO TRADICIONALES QUE EL PERÚ PRETENDE COMERCIALIZAR Y EN EL QUE HAN PUESTO SUS EXPECTATIVAS LAS AUTORIDADES PERUANAS.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA TEXTIL

Está organizada en su gran mayoría en forma de clústeres. Una importante parte de los mismos se han formado naturalmente y la tendencia actual es la planificación de los mismos por motivos logísticos, para reducir sus costos y aumentar la eficiencia. Son más de 70 clústeres que producen un 85% del total del textil indio. Su demanda está basada en textiles con 41% en fibras naturales y 59% en fibras sintéticas. Dentro de los productos se encuentran mantas, colchas, textiles y prendas de lanas, calcería, producciones de seda, de yute y prendas básicas de algodón.

ASPECTOS IMPORTANTES DEL SECTOR TEXTIL

Fuera de los enormes cambios producidos y de su proceso actual, la industria textil india no se está desarrollando conforme a su potencial, ya que posee debilidades, tanto en el área de producción como en la infraestructura.

DEBILIDADES EN PRODUCCIÓN

En fabricación podemos destacar la falta de valor añadido, la baja productividad, el lento proceso hacia la modernización, la falta de tecnología, la falta de economías de escala y la gran dependencia del algodón. La tecnología en la línea de producción está muy por detrás de la de los países productores más desarrollados del sector como puede ser China, Turquía e inclusive Vietnam. Las empresas y fábricas son en su mayoría muy pequeñas y

no cuentan con medios para renovarse ni expandirse, lo cual implica la imposibilidad de alcanzar tasas de productividad más elevadas o cuanto menos aceptables.

Otros problemas detectados son la casi nula relación entre los diferentes escalones de la cadena de valor, la falta de investigación y desarrollo, y la falta de formación de trabajadores. La producción de la India está centrada en los productos de algodón. Esto reduce las posibilidades para hacerse con el liderazgo mundial de producción textil, que ahora tiene la China. La cesta de productos Made in India consiste en una serie de modelos básicos en algodón y una gran cantidad de exportaciones de productos semielaborados.

DEBILIDADES EN INFRAESTRUCTURA Y TRANSPORTE

Dentro de las consecuencias propiciadas por una infraestructura deficiente e ineficaz, la poca fiabilidad en los cumplimientos de entrega, los altos costos de transacción, las altas tasas de interés y la poca inversión directa extranjera a pesar de los esfuerzos por atraerla. Si bien es cierto que existen millones de kilómetros de carretera, vías de tren, puertos pequeños y medianos, aeropuertos internacionales y nacionales, este es un aspecto crítico de la India, ya que por estos puertos pasa el 90% del comercio internacional.

Debido al deficiente estado de la infraestructura hay que tener en cuenta que el tiempo de transporte de mercancías puede verse afectado por el pago de tasas e impuestos provinciales, que generan grandes atascos de camiones cargados con contenedores entre la salida y entrada a los diferentes estados. En cuanto a logística, la situación de sus almacenes y las condiciones de almacenaje son deficientes y se puede aprovisionar posibles pérdidas de mercancía, especialmente en la época de los monzones.

En cuanto al marketing, los mercados son muy limitados, con una gran demanda en mercados tradicionales y con un creciente número de competidores y con un débil posicionamiento de la Marca India.

PREVISIONES DE LA INDIA

India proyecta un crecimiento de sus exportaciones debido a la fuerte ventaja competitiva de en costes, a pe-

sar de las deficiencias enumeradas, ya que el sector se ha fortalecido debido a un crecimiento de subcontratación y deslocalización, que ha llevado a las grandes multinacionales del sector a proveerse en la India. África y América Latina serán mercados claves para la industria de la India del futuro.



Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros, principal promotor del acuerdo comercial.

LAS CONFECCIONES PERUANAS

Esta industria, que es una de las pocas que generan valor agregado en el Perú, está amenazada debido a la invasión de productos provenientes de países como la India, China, y otros que basan su competitividad en subsidios estatales a la producción de algodón y a la mano de obra, lo que en buena cuenta constituye el dumping, es decir, la deliberada práctica de introducir en un país productos con precios que rompen el mercado, haciendo que ningún producto nacional, por más productivo que sea, pueda igualarlos.

OPORTUNIDADES PARA EL PERÚ-SECTOR TEXTIL

Las tendencias de los consumidores indios se preocupan por las diferencias de calidad e insisten en productos de clase mundial. Sin embargo, aún están dispuestos a sacrificar su preocupación por la calidad en favor de un menor precio. Los consumidores suelen comprar marcas que conocen, por lo que es necesario invertir en publicidad para promocionar un producto. Ahora son más conscientes de



Uno de los principales cuestionamientos al TLC con la India es que en este país no se compran los productos con valor agregado que produce el Perú.

las marcas, lo que genera la demanda de algunos productos con los que antes no estaban familiarizados.

Por otro lado se debe indicar que el dinamismo de la economía ha dado lugar a un aumento en el poder adquisitivo, haciendo un incremento de la clase media, por lo que se debe buscar la adaptación de los productos en torno a las preferencias de esta nueva clase media de 350 millones de personas, para que se pueden interesar en nuestros productos.

CONCLUSIÓN:

Nuestros gobernantes afirmaron que la negociación de Perú con la India tomará en cuenta la propuesta de sectores gremiales empresariales y laborales del país, para encontrar un balance apropiado entre las partes.

Finalmente, con la finalidad de contrarrestar la mayor competencia en los principales mercados de destino, las empresas peruanas debemos continuar impulsando la comercialización de productos con marcas propias e impulsando la venta de artículos de alto valor agregado, como prendas de alpaca, e incursionando en nuevos nichos de mercados, con productos enfocados en determinados segmentos con tela de hilados, como es el drytex, mezclas de fibras sintéticas, mezclas de drytex con lana o alpaca o drytex con algodón, etc; colocando parte de la producción en el mercado local, aprovechando la expansión del segmento retail.