



INFLUENCIA DE LA CRISIS ASIÁTICA EN LA INDUSTRIA PERUANA

Mg. César Sandoval Incháustegui

RESUMEN

Este artículo corresponde al discurso pronunciado por el Ing. César Sandoval en la Inauguración de la Semana de la Ingeniería Industrial y Sistemas 1998 del Colegio de Ingenieros del Perú, destacando el impacto de la crisis asiática en la industria peruana.

ABSTRACT

This article corresponds to the speech of the Eng. César Sandoval in the Week of the Industrial Engineering and Systems 1998, emphasizing the impact of the Asian crisis in Peruvian the industry.

Cuando nos hemos puesto a pensar en este tema que se ha sugerido para la charla inaugural de este evento, ha sido necesario revisar mucha información para entender lo que está pasando en Asia, comprender sus alcances para interpretar el mundo globalizado e interrelacionado de hoy y poder entonces encontrar una correlación con la situación de la industria de nuestro país.

Pese a lo extenso del tema, debemos precisar brevemente el marco en que se ha planteado desarrollar esta conferencia, en este desatado foro que es el Colegio de Ingenieros del Perú.

I. ¿Cómo están los países asiáticos en la actualidad en cuanto a sus principales indicadores macroeconómicos?

Asia está atravesando una situación económica pavorosa. Los historiadores de la economía del mundo tienen mejores argumentos para analizar la crisis desde este aspecto. Nosotros, Ingenieros Industriales, debemos ver la situación de la región, desde una perspectiva que nos deje vislumbrar otros aspectos y nos permita extraer otras lecciones.

Solamente China y la India, tendrán un crecimiento positivo en su PBI el

presente año. Taiwan y las Filipinas estarán apenas sobrepasando el 0% de crecimiento del PBI.

Los estimados para Tailandia son del -11%, para Corea del Sur -8%; Indonesia sufrirá un catastrófico -20%. En este panorama debemos tratar de entender la globalización de la economía, que es parte del camino emprendido por nuestro gobierno al haber insertado al Perú en la corriente del Comercio y de la Economía Mundial.

II. ¿Qué es lo que salió mal o qué es lo que se hizo mal en Asia?

Ahora, a fines del año 98 las circunstancias y los elementos que han llevado a estos países a la situación de crisis que enfrentan, es relativamente bien conocida. Ahora todos comentan que durante los años del auge económico del llamado modelo asiático de crecimiento y desarrollo económico, había un lado oscuro en los valores de las sociedades asiáticas.

El lado oscuro de ese modelo de capitalismo que tanto se admiraba en Latinoamérica, tenía un elemento clave: el éxito de muchos empresarios asiáticos estaba no tanto en función a sus



habilidades o conocimientos, sino que estaba en función a sus contactos y vinculaciones con el poder político.

A este fenómeno ahora se le llama el "CAPITALISMO ENTRE AMIGOS", pues sucedía que siempre y cuando el solicitante de créditos tuviera buenos contactos con el gobierno, los bancos locales, no tenían ningún temor ni pudor en financiar inversiones dudosas.

Tarde o temprano se tenía que producir el ajuste de cuentas, de tal manera que a mediados de 1997 la fachada empezó a desplomarse. Las empresas coreanas empezaron a derrumbarse, las empresas financieras tailandesas fracasaban y en Indonesia la era Sukarto llegaba a su fin luego de grandes tumultos y rebeliones estudiantiles que obligaron a desenmascarar un régimen político dictatorial aliado del capital y de los grandes negociados.

A mediados de 1996 el flujo de capital que ingresaba a la región asiática, modelo de modelos para nuestros países emergentes, era del orden de los 100 mil millones de dólares, a mediados de 1997 en pleno estallido de la crisis, la fuga de capitales era del mismo orden, lo que provocó el desplome de los mercados, las economías de los países entraron en recesión y desde entonces la situación no ha podido ser superada.

III. ¿Y cómo entender la economía globalizada en este contexto de la crisis asiática?

Atravesamos una situación que se está dando en llamar de "epidemia económica", y cuando hay epidemias, todos los que están cerca o en relación con el paciente, pueden sufrir del contagio. Esta es una de las explicaciones que hoy en día se utiliza para explicar los problemas económicos del mundo.

¿Cómo se produce el contagio?. Nadie lo sabe exactamente, pero son

fenómenos que tienen una explicación en tres aspectos:

- La psicología del mercado.
- La mecánica del mercado.
- Las vicisitudes del comercio.

El primer aspecto nos explica, que cuando todo va bien en el mercado, los inversionistas y las instituciones financieras dejan de preocuparse de los riesgos y sólo se concentran en las ganancias potenciales. Cuando se produce algún problema con las ganancias esperadas, se vuelve a pensar en los riesgos y toda la esperanza y codicia que había despertado el mercado se desploma. Lo que sucede ahora es que por la llamada globalización de los mercados, los inversionistas de los grandes fondos y las entidades financieras, tienen más diversificado su portafolio de inversiones y por lo tanto no solamente tenían inversiones en Tailandia, sino que también tenían inversiones y colocaciones en Malasia, Indonesia y otros mercados emergentes de la región.

Esto llevó a que los inversionistas evaluaran por igual los riesgos de todos los países y escaparon atemorizados, provocando la fuga de los capitales que hemos referido antes, cuando a mediados del año 1997, casi 100 mil millones de dólares habían salido de la región asiática.

El segundo aspecto nos refiere la propia mecánica operativa que sigue la inversión que viaja de país en país, fondos de inversión que se colocan en países donde hay un atractivo rendimiento. Los capitales golondrinos se les llama en nuestra jerga económica y no son bienvenidos, pues suelen emigrar a las primeras señales de turbulencia en los mercados. Capitales que se colocan en proyectos de inversión de mediano y largo plazo, serán siempre bienvenidos y son los que se juegan por un país, generando desarrollo económico.



Los administradores de los fondos de inversión, ante una caída de los valores en un mercado, que naturalmente tienen que haber afectado su rendimiento, se ven en la necesidad de recaudar dinero en previsión que sus ahorristas (miles de pequeños inversionistas) requieran la devolución de su dinero.

Para cubrir la demanda de dinero de los inversionistas, los fondos se deshacen, se colocan, rematan, y venden las acciones de las empresas en países que aún no sufren los embates de las crisis, o que aún no hayan sido afectados o contagiados por la crisis.

Estas oleadas de ventas son las que explican, luego, el derrumbe de las bolsas latinoamericanas y de otras regiones, que aún no caen en la epidemia que sacude al mundo, pero que están en riesgo de contagiarse.

El tema de debate adicional es, si se puede realmente asumir que el valor de las acciones de empresas como la Telefónica, Credicorp, Cementos, etc., luego de las caídas de los precios de sus acciones en la Bolsa de Valores de Lima, reflejan el verdadero valor de las empresas. Esto queda como tema de otra discusión.

El tercer elemento se relaciona con el comercio mundial, globalizado e interconectado, a tal punto interrelacionado, que en este tercer aspecto, vamos a encontrar la base para entrar al tema central de esta conferencia, que desea explicar la crisis asiática y el impacto en la industria peruana.

Trataremos de entendernos mejor:

Las explicaciones de psicología del mercado y la presión de los inversionistas por sus fondos, no son la explicación completa para entender que la crisis originada en Tailandia, siga generando contagios en todo el mundo.

Lo que sucede es que en este mundo globalizado, a través de las fronteras se realiza el contagio, dadas las conexiones económicas que hay en el comercio.

Si un país devalúa su moneda (el won coreano -48%, el ringgit de Malasia -38%, etc.) se produce un repentino cambio en la estructura competitiva en sus socios comerciales, que se enfrentan a una gran desventaja: la pérdida de competitividad en sus exportaciones, a no ser que también entren a devaluar, y no se necesita ser socio comercial directo con el país que generó la devaluación, sino que basta que seamos exportadores de la misma o similar canasta de productos para que se haga necesario devaluar. Una devaluación ejerce presiones en los países vecinos para no perder participación en el mercado mundial.

Por esta razón en América Latina se sigue con tanta ansiedad el resultado del programa económico que, finalmente, logre establecer Brasil en relación a su economía y en acuerdo con el FMI. La octava economía del mundo es la que trazará o señalará la ruta hacia la cual se incline toda la Latinoamérica. La colosal magnitud del gigante brasileño hace que una eventual devaluación impulse una ola de devaluaciones en todos los países de la región para no perder competitividad y en ese contexto el Perú no podría seguir aislado.

Pero no solamente existe el contagio vía la mundialización del comercio. Lo que ha propagado los efectos de la crisis del Asia hasta en nuestros países, es la caída de la demanda asiática sobre los precios que ya estaban deprimidos, de las materias primas o productos básicos. En este caso si le toca el contagio al Perú, que verá disminuir en casi 15% las expectativas del total de exportaciones para el presente año 1998 respecto al año anterior, con un déficit de casi 3,200 millones de dólares, puesto que las importaciones crecerán a casi 8,800 millones de dólares.



Agravado todo esto con los efectos que aún se sienten del Fenómeno del Niño y de la necesidad de reconstruir la infraestructura de caminos, ciudades, alcantarillas y otras obras necesarias

Para terminar con esta visión de la crisis asiática y precisando más sobre la forma en que se produce el contagio, debemos entender que las devaluaciones brutales que han tenido los países asiáticos, pueden terminar beneficiando o perjudicando a los habitantes de los países del mundo y por lo tanto a las empresas de los países del mundo, en particular a las empresas de nuestro país.

Veamos sino, cómo un automóvil Daewoo que hace un año costaba 15,000 dólares, el DAEWOO MODELO CIELO, ahora se puede estar comercializando a 9,000 dólares y en este sentido, el beneficiado es el consumidor que puede comprar un auto coreano 4 puertas 1600cc a un precio que nunca se pudo imaginar.

Pero en el otro lado de la balanza está el empresario industrial peruano que no puede soportar el impacto que tiene la caída de los precios de los productos que se importan del Asia, productos como confecciones, calzado, que compiten con producción que tenemos localmente. ¿Cómo resistir las exportaciones coreanas de prendas de vestir, donde se ha producido una devaluación tan extraordinaria y cuando el pequeño empresario peruano, sigue soportando los mismos elementos distorsionadores o sobre costos que le restan competitividad?

Lo que propaga el contagio de la crisis asiática a nuestros países es el intercambio comercial globalizado, pues las devaluaciones que realicen dichos países, nos obligarán a comprar más barato y esto es como reducir los impuestos al consumidor o aumentar el sueldo al habitante del país que compra productos más baratos.

Pero por otro lado la caída de los precios afecta a los países que basan una gran parte de su estructura de exportaciones en productos de bajo valor agregado o que son productos comercializados en Bolsas Internacionales

Es el caso del Perú que espera una caída del 15% en sus exportaciones este año, que se espera alcancen unos 5,800 millones de dólares y solamente un 35% son manufactureras o productos con valor agregado, sin embargo estas manufacturas van a sentir la presión de los menores precios que obtienen otros países importadores por las exportaciones de los países asiáticos que han devaluado.

Y en este marasmo de hechos económicos, vuelven a surgir las voces de los políticos que claman un retorno a las políticas y prácticas proteccionistas, que añoran las políticas de los años 80, cuando en la economía peruana se experimentó casi todas las medidas proteccionistas imaginables, sino recordemos:

- Licencia previa para importar
- Depósito previo de divisas
- Carta de no-competencia
- Registro nacional de manufacturas
- Autorización sectorial para importar
- Tasa de cambio diferenciales
- Contratos de exportación / importación

Y una larga lista de medidas pararancelarias que se pusieron para frenar el comercio. Pero es precisamente la globalización que nos impide una vuelta atrás, a cerrar el mercado.

En realidad el Perú está soportando dos shocks a la vez, el interno que proviene del fenómeno del niño y el externo que proviene de la caída de los precios de sus exportaciones por efectos de la crisis asiática.



IV. ¿Es tan débil la situación del Perú para enfrentar la crisis asiática?

El siguiente es un extracto de una entrevista que en ESAN le hicieron al presidente de un banco:

LAS RESERVAS INTERNACIONALES

"Hasta la segunda semana de agosto del presente año las reservas internacionales del Perú alcanzaron los 10,100 millones de dólares, nivel nunca antes registrado por gobierno alguno, constituyéndose en una suerte de seguro ante eventuales crisis financieras o ante súbitos desprestigios de la moneda, a diferencia de otras economías que lucían ejemplares, como México hace tres años.

Países muchos más ricos que el Perú, como el tigre asiático Tailandia, fueron súbitamente impactados por la huida de los capitales golondrinos, y ahora son unos parias del mercado financiero. Se considera que un equivalente a tres meses de importaciones es el mínimo aceptable para que un país esté asegurado frente a probables crisis financieras, pero el Banco Central de Reserva del Perú atesora quince meses de reservas.

Se anota que otro punto a favor del Perú, es que las cuentas externas están formadas por inversión extranjera de mediano y largo plazo, de modo que sería más difícil que se produzca una corrida de depósitos, pues esa inversión ya está materializada en bienes de capital y equipos productivos.

El 40% de las RIN está formado por las ventas al sector privado de las empresas públicas, 30% corresponden a los depósitos de encaje del sistema bancario, 19% está representado por activos del Banco Central de Reserva, como Bonos del Tesoro de Estados Unidos y 3% en reservas de oro y plata físicos. El BCR sólo puede hacer uso inmediato de los dos últimos rubros, lo que asciende a 2,200 millones de dólares que es lo que se denomina la posición de cambio."

LA OPINIÓN DEL BANCO DE INVERSIÓN CREDIT SWISSE/FIRST BOSTON

"La orientación económica del Perú está segura. Los fundamentos para continuar el crecimiento económico y la estabilidad social están por un buen camino. La administración Fujimori ha implementado el más largo número de reformas en el más corto periodo de tiempo, comparado con cualquier otro país de América Latina.

Cinco años de crecimiento económico, un creciente ambiente de paz y considerable mejora en los servicios, son bien recibidos por la población. El gobierno puede continuar recibiendo ingresos del programa de privatización hacia el 2000, con los cuales se podría seguir financiando el relativamente largo déficit de la cuenta corriente y hacer gastos de índole social.

Como producto del rápido progreso en el frente económico, el Perú está en una fuerte posición para sostener un robusto crecimiento económico en los próximos años".

V. Cómo enfrentar la crisis mundial, en esta etapa de recesión con mercados globalizados, con amenazas que provienen de un tejido económico mundializado que es difícil de predecir.

¿Cuáles son los nuevos desafíos que hace aparecer la crisis asiática para la industria nacional?

DOS COMBINACIONES DEBEN DE ESTUDIARSE:

A. Nueva visión del Estado sobre el sector industrial.

El Estado puede jugar un rol clave a través de los mecanismos de control que maneja, sobre la liquidez, la presión que ejerce la SUNAT, el costo de los servicios. Hasta ahora no se ha producido el adelgazamiento del Estado, debe hacer el Estado su propio



ajuste o downsizing, que permita reducir sobre costos.

Analizar la conveniencia de reestructurar la deuda de las empresas que tengan proyectos de viabilidad técnico económica, sobre todo para aquellas empresas fuertemente relacionadas con las corrientes del comercio internacional. Lo que se propone es que seamos selectivos con las medidas que el Estado maneja en cuanto a la orientación de los programas de refluotamiento y reestructuración de deudas.

Dar señales claras para la reconversión de aquellas empresas que solamente podrán ser competitivas en un mercado interno más grande, lo que significa ampliar o persistir en las bases de la Integración Andina con el MERCOSUR. La política desde el rol del Estado debe ser, negociar acuerdos para lograr mercados más grandes, que sean el soporte de las estrategias de expansión internacional sobre la base sólida de un mercado externo que sirva de plataforma para los procesos de reestructuración.

Pero en un mercado interno sólido requiere una población con mejor nivel de vida, con renta per-cápita superior a los niveles actuales, significa incentivar el desarrollo de pequeñas y microempresas competitivas, de productos con valor agregado, etc., en este frente interno poco es lo que se ha hecho dentro del modelo del ajuste económico peruano. En América Latina y otros países del mundo hay modelos muy exitosos del rol del Estado en la promoción de un sector de las micro y pequeñas empresas, no de sobrevivencia, sino, micro y pequeñas empresas que produzcan acumulación de capital y capacidad de ahorro/inversión.

Revisemos las experiencias del Brasil con el Sebrae, estudiemos lo que han hecho en Chile con el Sercotec y la Corfo, aprendamos del rol del SME de los Estados Unidos. En todos ellos, la visión de micro y pequeña empresa, es fomentar el desarrollo empresarial y el surgimiento de una cultura del capitalismo popular.

B. Los industriales peruanos tienen que aprender aceleradamente el marketing.

A estudiar y aplicar Marketing para épocas de crisis y recesión, tienen que desarrollar las estrategias para no perder mercado. Los años 98 y 99 no serán los más apropiados para pretender expandir los mercados, sólo concentrarse en aquellos clientes que nos aseguren no perder participación.

El marketing en época de crisis nos señala a concentrarnos y enfocar nuestras estrategias en los mejores clientes, los que están en el umbral del 20% que genera el 80% de los ingresos o ventas, en una aplicación estricta del principio de Pareto, del cual deriva el ahora conocido ABM, Activity Based Management. Aplicar Marketing para crisis significa la concentración en segmentos reducidos, buscar asociaciones o alianzas para tercerizar procesos y mantener el nivel de costos fijos lo mínimo posible, hasta que la recesión y la crisis empiecen a ceder.

Esto es posible, pero requiere mentalidad nueva, actitud renovada para enfrentar la crisis. Es fundamentalmente tema de la cultura de la competitividad que todavía no se cultiva en la población peruana, ni siquiera se puede afirmar que ha encarnado en todo el empresario peruano.

No se puede pretender descargar el peso de la crisis en el lado débil y menos protegido, mediante el despido masivo de trabajadores. Se necesita dialogar y hacer flexible la relación empresa-trabajador. En Japón por ejemplo, la crisis asiática no genera desempleo porque allí los empresarios y trabajadores acuerdan trabajar más y reducir temporalmente los salarios. En otros lugares se han establecido seguros de desempleo como elemento que permita reducir el impacto de costo social de la crisis, asegurando mediante bonos de alimentación o seguros escolares el bienestar mínimo de los trabajadores.

No se puede permitir un retroceso en las reformas pero sí es factible aplicar políticas diferenciadoras. Los dirigentes



empresariales no pueden seguir con el mismo argumento de pedir que se apliquen derechos compensatorios, o esgrimir el dumping en toda importación que es competitiva por las razones que hemos explicado. No será cerrando el mercado al intercambio comercial que se superará la crisis, al contrario, la crisis tiene su impacto positivo en el ingreso de aquellos sectores de la población que pueden adquirir bienes que ingresan a menor precio producto de los movimientos del tipo de cambio.

Es el tiempo de apreciar la labor de organismos como INDECOPI para frenar y

castigar las prácticas desleales en el comercio, pero no volver al proteccionismo.

VI. ¿Cuál es el nuevo desafío que se puede plantear en estos años de crisis?

Mantener los nichos o segmentos de mercados, diferenciarse en los mercados, salir del mercado de precios bajos, ir hacia el valor agregado, aplicar los modelos de diferenciación y enfoque de mercados, para mantener operativas las empresas hasta que la turbulencia haya empezado a ceder.