

NEGOCIOS...

FALTAN AÚN CAMPAÑAS DE PREPARACIÓN PARA LA MICROEMPRESA Y PEQUEÑA EMPRESA

Código de consumo impactó industrias en forma gradual

■ Proceso más complicado llegará con etiquetado de transgénicos

MARCELA MENDOZA RIOFRÍO

El 2 de setiembre del año pasado se promulgó el código de consumo y sus creadores afirmaron que, a partir de su entrada en vigencia, un mes después, se iniciaría una nueva etapa en la relación consumidor-proveedor. Han pasado ya poco más de seis meses y hoy, que se celebra el Día del Consumidor, los expertos coinciden en afirmar que ya se han dado cambios graduales, pero que lo sustancial llegará más adelante, cuando pase un poco más de tiempo y se culmine la reglamentación.

“Considero que es muy pronto para afirmar que el código de consumo ha generado un cambio efectivo o perceptible en el mercado, sobre todo porque existen diversas



CONSUMIDORES. Tiendas e instituciones celebran hoy el Día del Consumidor.

regulaciones aún no reglamentadas, como el etiquetado de productos transgénicos, el arbitraje de consumo y el sistema de defensa colectiva del consumidor”, afirmó Alfonso Fernández Maldonado del

estudio Jorge Avendaño, Forsyth & Arbe Abogados.

Sin embargo, algunos sectores sí tuvieron cambios desde el primer momento. De acuerdo con Daniel Echaíz, del estudio Echaíz, son las empre-

sas de ‘retail’ las que han tenido mayor impacto en sus procesos de comercialización, al verse, por ejemplo, obligadas a difundir sus precios. Por otro lado, los bancos han iniciado campañas de educación del

cliente y modificado procesos. Sin embargo, en cuanto a las pymes, todavía no hay el mismo nivel de adecuación. “Elas no tienen tiempo para gestionar y averiguar qué exige el código. Esto tiene que venir en

forma paternalista del Estado. El Ministerio de la Producción o del Trabajo debería hacer seminarios y explicarles cómo implementarlo. Lamentablemente, la mayoría hoy no tiene ni idea”, afirmó Eduardo Hovle de Rivero, representante de las pymes en el Consejo Nacional de la Competitividad y ex presidente de Copei.

En la SNI también están preocupados por los costos que puede generar, para toda la industria alimentaria (desde cervezas hasta harinas), poner en las etiquetas si un alimento es o no transgénico. En una reciente audiencia pública explicaron que el costo no es cambiar de etiquetas, sino elaborar los análisis en laboratorio de cada producto o cambiar de proveedores y comprar, por ejemplo, maíz a un importador que garantice el origen del mismo. Al respecto, Eliana Lessem, del Estudio Muñoz, afirmó que si el reglamento no contempla la imposición de límites de detección (se etiquetará a partir del 3% de presencia de transgénicos), se incrementarán los costos. No obstante, según Crisólogo Cáceres, presidente de Aspec, el reglamento no debe establecer porcentajes, porque eso sería ir contra el código, sino solo establecer si tienen o no transgénicos. ■

ACCIONES

Indecopi

Diseñó campañas de difusión en colegios, centros comerciales y aerolíneas. Además, implementó los procesos sumarisimos (para atender reclamos en un mes), con lo que se logró revisar 640 casos en tres meses.

Privados

La Cámara de Comercio de Lima informó que ha realizado cinco charlas informativas (octubre-diciembre) y enviado separatas especiales a sus 8.500 asociados.

punto de vista

(*) Presidente del Pacto Mundial Perú

Fiebre verde

DIEGO DE LA TORRE
Empresario (*)



Un importante informe sobre las perspectivas de la economía verde ha sido presentado la semana pasada. El objeto de este informe, el primero sobre este tema en el Perú, es demostrar que es totalmente falsa la dicotomía entre economía verde y desarrollo. Por el contrario,

ser un país con una comunidad empresarial social y ecológicamente responsable generará importantes ventajas competitivas y nos consolidará cada vez más como un país serio, predecible y sintonizado con las megatendencias científicas, sociales y económicas del siglo XXI.

Asimismo, pretende ofrecer la primera hoja de ruta para aprovechar la “fiebre verde” en el contexto de

nuestra realidad geofísica y de nuestros inventarios industriales y tecnológicos. Es perfectamente posible alcanzar un alto nivel de desarrollo sin afectar el medio ambiente. Dinamarca tiene un ingreso per cápita similar a Estados Unidos, pero su consumo de energía y emisiones de CO₂ son aproximadamente la mitad gracias al desarrollo de energías limpias.

El 99% de la comunidad científica está de acuerdo en que el aumento de las emisiones de CO₂ de origen humano rompe el delicado equilibrio del ecosistema, lo

que producirá un aumento importante en la temperatura de la tierra y generará desequilibrios similares a los que produciría una fiebre de 41 o 42 grados en nuestro organismo.

Por eso el problema es real y todos los países debemos trabajar concertadamente para solucionarlo. Decir que no hay certeza del cambio climático es como cuando en el siglo XV había gente que negaba la redondez de la tierra. Por eso es fundamental reducir las emisiones de gases invernadero de origen humano y reinventar nuestros proce-

esos de producción de bienes y servicios.

Otro mundo está surgiendo, como me di cuenta abruptamente cuando casi me atropella una guapa danesa en bicicleta al estar parado en el medio de una ciclovía, sin saberlo, en una calle céntrica de Copenhague. Subamos pronto al tren de la modernidad verde para que las guapas danesas no nos miren como reliquias de la economía basada en energía fósil. Mi esposa y mi hija, que son más lindas que todas las danesas, me dicen que ser verde nos hace más interesantes. ■■

También nos hará los futuros Bill Gates, Larry Page, Sergei Brin o Richard Branson de la nueva economía. Este informe encargado por la Confiep con el apoyo de la embajada británica sistematiza las grandes oportunidades que una economía verde ofrece a los empresarios peruanos que tengan la visión y el coraje de inventar el futuro. Los exhorto a leerlo porque contiene varias ideas de aplicación inmediata. Recordemos que las recompensas en los negocios van a las personas que hacen algo con una idea, más aun, si esta cambian el mundo. ■■