



“Creo que van a construir la metodología ex post y así poder hacer que los números cuadren”

JURGEN SCHULDT, PROFESOR DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO.

de cambiar la metodología, pues no se anunció ni se han hecho públicas las fórmulas que dan los resultados. Secada hace evidente su poca confianza al sostener que no cree que haya cocina, “pero tampoco pienso que (el PBI, tal y como está) sea un buen indicador (del crecimiento)”.

Pero, ¿cómo se llega a sospechar que el PBI puede estar inflado? Como explicaba Schuldt, el PBI tiene dos partes: los sectores que son medidos por algunos ministerios u organismos sectoriales (las producciones agropecuaria, de electricidad, de minería e hidrocarburos, de manufactura y de agua), cuentan por el 30% del PBI y, todo lo demás (construcción, comercio, y los servicios financieros, gu-



ÓSCAR ROCA

CÁLCULO INDIRECTO. EL MINISTERIO DE VIVIENDA NO MIDE LA CONSTRUCCIÓN, LO HACE EL INEI.

bernamentales, de salud, de educación y el tramo de impuestos) “lo mide el INEI dentro de sus cuatro paredes”, explica Matuk.

“Lo que hay a partir del 2006 (ver gráfico), es un cambio metodológico para, a propósito, inflar la cifra del PBI (...). Los sectores que mide el INEI empiezan a crecer más que proporcionalmente respecto a los que sí se miden (...) y para poder hacerlo, ocultan cómo se hacía la medición antes y cómo está compuesta la fórmula ahora (...) esto es un equivalente a decir que en el Perú, a partir del 2006, hubo un cambio radical en la matriz tecnológica, pero no hay nada que lo demuestre”, afirma Matuk.

Desde el INEI, y como para apaciguar los ánimos,

Quispe ha anunciado una reunión para el próximo 21 de este mes, en la que habrá de presentar y explicar el nuevo modelo metodológico que utiliza para medir el PBI, y las fórmulas que lo sustentan.

Sin embargo, explica que las aparentes incongruencias señaladas por los críticos en las mediciones se deben, en primer lugar, a que el sector de servicios presenta una reacción rezagada respecto a los otros sectores (“el comercio no se detiene inmediatamente cuando se desacelera la manufactura o la industria porque quedan las existencias”) y que, en efecto, “antes no habían computadoras, que hacen el trabajo más eficiente”.

¿Le creemos o esperamos la reunión?

Workshop Internacional:
Marketing & Web 2.0

El poder de las comunidades: Estrategias y casos de éxito



Organiza:



21
abril

8:30 a.m. a 7:00 p.m.
Delfines Hotel & Casino

Conferencias magistrales

- * Masters of youniverse
- * Panorama Web 2.0 en Latinoamérica
- * Lovemarks, el futuro más allá de las marcas
- * “You Brand” Perspectivas digitales

Informes e inscripciones

Teléfono: (511) 7076600

Fax: (511) 7056611

E-mail: seminarios@universia.edu.pe

www.yolahago.pe

Expositores Internacionales



+ Antonella Broglio
Consultora Internacional, España



+ Felix Leander
Digital Strategist Latin America,
Burson-Marsteller, EEUU



+ Paolo Colonnello
Fundador y CEO de Bligoo.com, Chile



+ Andrés Azocar
Director de la Escuela de Periodismo
de la Universidad Diego Portales, Chile

Conozca el universo hecho por los consumidores que hoy revoluciona los mercados: Web 2.0. Tendencias mundiales y casos de éxito mediante el uso de herramientas Web 2.0 y cómo incorporarlas exitosamente en su estrategia de negocios. “Yo la hago.pe”, es el espíritu que lo invita a descubrir todo el potencial que encierra el mundo de la Web 2.0.

Además participe en el “Taller de creatividad: Entre la espada y la red” y en el debate de las mesas de expertos.

Con el respaldo de:



Con el auspicio de:

