



Se autoriza la difusión y reenvío de esta publicación electrónica en su totalidad o parcialmente, siempre que se cite la fuente, enlace con <http://www.comexperu.org.pe/semanario.asp>

Contenido

Del 23 al 29 de julio del 2007

	PALO Y ZANAHORIA	Editorial	2
	GAMARRA ANSIOSA <i>Gran expectativa en ventas por Fiestas Patrias.</i> ELIMINACIÓN DE BARRERAS BUROCRÁTICAS: ¿LETRA MUERTA? <i>Municipalidad de Lima propone proyecto que nuevamente impediría al INDECOPI eliminar barreras burocráticas municipales.</i>	Hechos de Importancia	3
	DÓNDE ESTAMOS Y A DÓNDE VAMOS <i>Analizando la actividad emprendedora de las MYPE.</i> AREQUIPA CONTRA AREQUIPA <i>En la ciudad de Arequipa el empleo creció en 12.6% en el primer trimestre del año, pero algunos insisten en retroceder lo avanzado...</i>	Actualidad	4
	BANCO DE LA NACIÓN: EL BANCO DE ¿TODOS? <i>Competencia desleal en el sector bancario causada por el Banco de la Nación.</i>	Economía	6
	EXPORTANDO DESCENTRALIZACIÓN. PARTE I: LA COSTA <i>Exportaciones por región... cada vez son más.</i>	Comercio Exterior	7

Links de interés

■ Cronograma de Eventos y Foros

■ Publicidad

■ Suscripciones

SEMANARIO COMEXPERU

Directora
Patricia Teullet Pipoli
Editora
Sofía Piqué Cebrecos
Promoción Comercial
Helga Scheuch Rabinovich

Equipo de Análisis

Alfredo Mastrokalos Viñas
Andrea Baracco Vargas
Emilio Barúa Zarria
Carlos Córdova Casado
Publicidad
Edda Arce de Chávez

Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez
Diseño Gráfico
Angela Vásquez Vivanco
Corrección
Angel García Tapia

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú
Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.
e-mail: semanario@comexperu.org.pe
Telf.: 422-5784 Fax: 422-5942

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



Palo y zanahoria

Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Ancash, Cajamarca, Amazonas, Loreto, San Martín, Ucayali, Huánuco, Pasco, Junín, Huancavelica, Ica, Ayacucho, Arequipa, Moquegua, Tacna, Cusco, Apurímac, Madre de Dios y Puno. Todos estos departamentos han registrado conflictos, la mayor parte de ellos con bloqueo de carreteras, y en prácticamente todos aparece el SUTEP como protagonista o al menos importante miembro del elenco de la ola de protestas.

Muchos argumentan que las protestas estarían explicadas por el descontento de una población que se siente marginada frente al gran crecimiento económico que registra el país y al poco avance en términos de reducción de la pobreza; y que esa sensación estaría agravada por el alarde que se hace de ese buen resultado y por los anuncios presidenciales respecto de las cifras de recursos disponibles.

Objetivamente, ¿qué es lo que encontramos? Un país en franco crecimiento y sobre la base del crecimiento de la demanda interna. Si bien los precios de algunos alimentos han aumentado, no se habla ni de inflación ni de deterioro de la capacidad adquisitiva. Los niveles de empleo están aumentando (más del 8% en lo que va del año) y las cifras de pobreza se han reducido, llegando al 44.5% en el 2006 y al 16.1% la pobreza extrema. Aunque nos disguste la palabra, debemos aceptar que "sí chorrea".

Las protestas lideradas por Perucámaras contra la eliminación de exoneraciones en la selva tienen intereses bastante obvios y, por supuesto, bastante más "comerciales" que las reivindicaciones sociales de los más pobres. Esas no engañan a nadie.

En cuanto al SUTEP, fuerza común en casi todas las protestas regionales, la oposición a una ley que permitirá que se mejore en algo la calidad de la enseñanza es simplemente inaceptable. Por eso es que es posible determinar allí motivaciones políticas antes que sociales.

¿Qué puede hacer el gobierno? Por lo pronto, acelerar la ejecución de obras públicas; integrar a las poblaciones mediante infraestructura y educación; hacer notar (en lo positivo) la presencia del Estado al servicio del ciudadano. Pero, junto a la zanahoria, el palo: sancionar a los responsables de los actos de violencia e insistir en el cumplimiento de la ley. Si no se logra esto, el ambiente de inestabilidad terminará comprometiendo las expectativas de desarrollo del país.

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU



 [regresar
página 1](#)



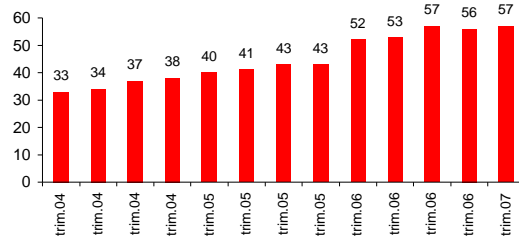
GAMARRA ANSIOSA

Día de la Madre, Día del Padre, Fiestas Patrias y Navidad constituyen, además de importantes fechas de celebración en el calendario, hitos en las ventas de los comerciantes de todo el país. Gamarra no es la excepción. Por esta razón, sus miles de vendedores vienen preparándose para saciar la creciente demanda de 28 de julio, producto no solo del estímulo recibido por las gratificaciones, sino también de la excelente coyuntura económica.

En los últimos cinco años, el PBI del Perú se incrementó a una tasa promedio anual del 5.75% y en el 2006 lo hizo a una del 8.03%. Esta mayor dinámica económica, que en un principio fue impulsada básicamente por el sector exportador, hoy en día encuentra en la demanda interna a otro gran catalizador. Según cifras del BCRP, el consumo privado aumentó un 7.4% durante el primer trimestre del 2007, gracias al mayor ingreso nacional disponible (+11.3%, también en el mismo periodo), al crecimiento del empleo (+8.9% en el Perú urbano en empresas de diez a más trabajadores), la expansión de los créditos de consumo (+38.3% en empresas bancarias, entre abril de 2006 y abril de 2007) y a la mayor confianza de los consumidores.

Si a todos estos factores les sumamos lo frío del invierno, que incentiva la compra de ropa abrigada, tenemos una temporada "redonda" para este emporio comercial. Según estimaciones de la Unión de Empresarios Textiles (UNETE), publicadas en el diario La República, se espera que en Fiestas Patrias las ventas de Gamarra asciendan a S/. 150 millones, esto es, un 114% más que en el 2006. Como vemos, el esfuerzo de estos verdaderos emprendedores viene rindiendo frutos y sin la necesidad, como algunos sin ninguna justificación pedían, de medidas de protección comercial que distorsionan los mercados y afectan a los consumidores. Para convertirse en productores eficientes como los de Gamarra no hay mejor incentivo que la sana competencia, ya sea local o extranjera. ¡Felices fiestas!

Índice de confianza del consumidor



Fuente: APOYO/BCRP.

ELIMINACIÓN DE BARRERAS BUROCRÁTICAS: ¿LETRA MUERTA?

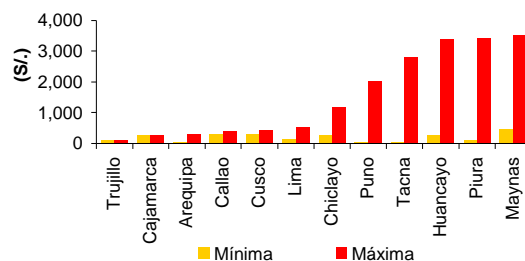
El 12 de julio, la Municipalidad Metropolitana de Lima (MML) presentó al Congreso de la República un proyecto de ley que busca modificar la Ley Orgánica de Municipalidades (Ley N° 27972). El problema con esta iniciativa es que impediría al Indecopi declarar inaplicables las barreras burocráticas que los municipios dictan mediante ordenanzas.

Ello sucedería al cambiarse los artículos 38° y 40° de dicha Ley, con lo cual se "protegería" a las ordenanzas municipales de cualquier disposición de otra entidad estatal (como el Indecopi). Es más, según el nuevo artículo 38°, si una autoridad se inmiscuye en los asuntos municipales, ello podrá ser declarado como delito de usurpación de funciones.

Cabe recordar que en abril pasado se publicó la Ley de eliminación de sobrecostos, trabas y restricciones a la inversión privada, que le devolvió al Indecopi la facultad para disponer la inaplicabilidad de barreras burocráticas impuestas por cualquier entidad de la administración pública. En lo concerniente a barreras por ordenanza municipal, el Indecopi había perdido dicha capacidad durante el gobierno de Paniagua. Pero, ni bien pasados tres meses, ya existe una iniciativa por la cual la perdería nuevamente. Por si fuera poco, considerando que la ley que se pretende modificar es una ley orgánica, esta última prevalecería sobre una ley que no lo es, como la Ley de eliminación de sobrecostos.

Gracias a la propuesta de la MML, el Indecopi no podría defender como es debido a los clientes del Estado de los abusos de sus entidades, esta vez, las municipalidades, que, según el ente defensor, fueron responsables del 82% de las barreras burocráticas identificadas durante el 2005. ¿Otra vez letra muerta?

Tasas de licencia de funcionamiento definitiva en municipalidades provinciales



Fuente: Informe del Índice de Acceso al Mercado - 2006 (Indecopi).



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar
página 1



Dónde estamos y a dónde vamos

Mucho se ha hablado sobre las dificultades que enfrentan las MYPE para lograr establecerse, formalizarse y llegar a ser medianas y grandes empresas. Recientemente, la revista *AméricaEconomía* presentó los resultados de *The Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), una iniciativa de Babson College y la London Business School. Dicho estudio mide la actividad emprendedora en más de 40 países. Entre los resultados obtenidos, destaca América Latina como la región más emprendedora del mundo, ya que para el año 2005, el 18% de su población inició algún tipo de negocio propio (desde un pequeño almacén hasta una empresa de biotecnología). Básicamente, Latinoamérica alcanzó un TEA¹ (índice de actividad emprendedora total) de 16.6%, influenciado mayormente por los resultados de Perú y Ecuador. En contraste, en el Asia solo el 1.7% de las personas abrió un negocio ese mismo año.

¿ANIMADOS A HACER NEGOCIO?

Sin embargo, la institucionalidad relacionada con la actividad empresarial no muestra un panorama muy alentador. Justamente, son los países latinoamericanos los que demandan más días para el inicio de un negocio de manera formal. No obstante, GEM indica que existen dos clases de emprendimientos: por oportunidad (al aprovechar la coyuntura del mercado) y por necesidad (como estrategia de supervivencia). Así, destaca que más del 30% de latinoamericanos emprende por necesidad (a diferencia de un 13% en EE.UU. y un 4% en Dinamarca). Para el caso específico de Perú, el GEM realizó un estudio para los años 2004-2005, con el apoyo del Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN. En él se exponen las verdades y mentiras de la actividad emprendedora. El estudio muestra que en nuestro país existen más de seis millones de emprendedores, medido a través de un índice TEA del 40.3% (en contraste con un 1.5% para el Japón, por ejemplo).

Sin embargo, el aparente ánimo por hacer empresa resulta secundario al considerar que el elevado índice se debe principalmente a: los niveles de desempleo y subempleo (en América Latina y el Caribe, el desempleo es mayor al 20% entre los jóvenes), y a la convicción de que el Estado no atendió las necesidades básicas de la población con mayores carencias. Según el informe, en el Perú uno de cada tres emprendimientos es impulsado por necesidad, es decir, un 33% no cuenta con otra opción laboral. A esto último debemos sumarle que son las mismas reglas del Estado y el laberinto que generan, las que estarían manteniendo la informalidad y el desorden (unidas a la necesidad), pues los costos de la formalización no incentivan el acceso de este pequeño sector empresarial.

¿SOMOS MYPE, SEAMOSLO SIEMPRE?

De lo anterior se revela que estos análisis deben ser considerados para formular las políticas MYPE, sin afectar al sector empresarial en general, principal generador de trabajo y desarrollo del país. A este estudio debemos añadir que el 88% (77% y 11% para la micro y pequeña empresa, respectivamente) del empleo (formal e informal) es otorgado por estas empresas. Sin embargo, persiste la reducida participación de la MYPE (42.1%) en el PBI debido a la baja productividad y capacidad de gestión de gran parte de ellas. Por ello, es imperativo analizar los factores que favorecen (como los servicios de desarrollo empresarial y promoción comercial) o que perjudican (como los créditos subsidiados, la complejidad de la legislación y de la formalización) el desempeño de los microempresarios, antes de realizar cambios sin haber evaluado exhaustivamente las leyes vigentes (ver *Semanario COMEXPERU* N° 427).

Además, es preciso resaltar la heterogeneidad del sector (una mezcla de empresas familiares, informales, con o sin acceso al crédito e inclusive manejadas por técnicos u otros profesionales). Esto indica que la implementación de cualquier política MYPE no deberá ser distorsionante y generadora de oportunismos. Lo importante es crear no solo una plataforma que acorte las distancias a la formalidad sino que al acceder a la misma, todas las empresas, sin distinción, sientan sus beneficios... lo que no parece suceder a la fecha. Finalmente, todo esto resulta esencial para promover el dinamismo en el sector empresarial en su conjunto. Así, los beneficios alcanzados por la inversión privada (empresas) continuarán y serán complementados con inversión pública eficiente. Después de todo, no se trata de que las MYPE sean MYPE por siempre.

¹ Cabe aclarar que el índice TEA guarda una relación inversamente proporcional con el PBI per cápita. De manera que el Índice TEA disminuye a medida que el PBI per cápita aumenta, hasta llegar a su punto más bajo cuando este último alcanza los US\$ 30 mil dólares. Es decir, existe una fuerte relación estadística entre la creación de nuevas empresas y el crecimiento económico.



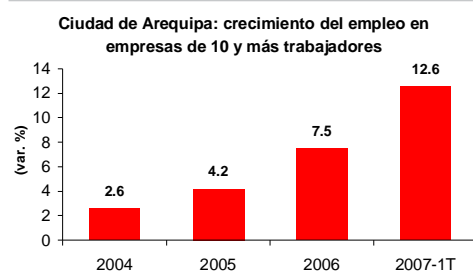


Arequipa contra Arequipa

Arequipa ha sido uno de los focos de desarrollo exportador de los últimos años. Con este, el empleo ha venido aumentando, pero a pesar de eso esta región suele ser también un foco de revueltas y caos, cuando eso solo hace retroceder a los arequipeños en el camino que ellos mismos han avanzado.

EXPORTACIONES AREQUIPEÑAS CRECIERON EN ¡133%! EN EL PRIMER SEMESTRE

Arequipa es la segunda región que aporta más al PBI nacional tras Lima, según su Plan Estratégico Regional Exportador (7.6% en el 2005). Su PBI habría crecido a un promedio anual de 5.6% entre el 2001 y el 2005, de acuerdo con estimados publicados por el PERX y ProInversión, y los principales sectores tras este desempeño han sido el de servicios, el manufacturero, el agrícola y la minería; la mayoría de ellos ligada al *boom* exportador. Asimismo, según lo publicado por ProInversión, en el 2005 los tres primeros fueron los sectores de más peso en el PBI arequipeño, con el 60%, el 20% y el 11% del total, respectivamente. Cabe señalar que en servicios (que concentra a la mayor parte de la PEA ocupada) figuran rubros como comercio, restaurantes y hoteles, todo contra lo cual atentan los paros. En cuanto al turismo, ProInversión indica que en el 2006 arribaron 844,530 turistas a Arequipa, solo un 4.7% más que en el 2005, de los cuales únicamente el 26% fue extranjero. Las paralizaciones ahuyentan principalmente a estos últimos, de mayor capacidad adquisitiva.



Fuente: BCRP, MTPE. Elaboración: COMEXPERU.

Pero volvamos al *boom* exportador. En el 2006, las exportaciones desde Arequipa ascendieron a US\$ 835 millones, monto que ha sido superado por lo exportado en el primer semestre del 2007 (US\$ 846 millones, ¡133%! más que en el mismo periodo del año pasado), gracias especialmente al impulso de los concentrados y minerales de cobre (US\$ 370 millones, mientras que en el primer semestre del 2006 no se registraron exportaciones). Ello nos remite al proyecto de sulfuros primarios de Cerro Verde, uno de los factores clave para que las ventas al exterior del Perú crezcan este año. El proyecto está incentivando además inversiones en el puerto de Matarani y, con él, el canon de Cerro Verde para Arequipa pasaría de un promedio anual de US\$ 2 millones entre 1996 y el 2005, a uno de US\$ 37.2 millones entre el 2006 y el 2015.

Arequipa también es una de las zonas clave para nuestras agroexportaciones. No solo destaca en la producción de p  prika, sino también en la de cebolla (según lo publicado por ProInversión, en el 2006, su producción en la región creció en 22% respecto del 2005, gracias a la mayor superficie cosechada). Asimismo brilla en confecciones, industria intensiva en mano de obra, con empresas como Incalpaca y Michell, que destacan por el uso de finas fibras autóctonas. Las exportaciones arequipeñas de textiles y confecciones crecieron un 11% en el primer semestre del 2007, respecto del mismo periodo del 2006. Adicionalmente, en Arequipa tenemos la producción de lácteos con el grupo Gloria y Laive, así como la de cementos con Yura; la industria cervecera (cuya producción en la región habría crecido en 29% en el 2006, con relación al 2005, según el INEI), la de harina de pescado, la de productos de acero con Aceros Arequipa, entre otros.

Y TAMBIÉN SOBRESALEN EN CALIDAD DE VIDA

Como vemos en el gráfico, esta dinámica se ha visto reflejada en el crecimiento del empleo. Según un informe de APOYO, el dinamismo laboral estaría generando un mayor nivel de consumo en el país en general, donde destacan, además de Lima, las regiones de Ica, Ancash, La Libertad, Arequipa y Lambayeque. Estas poseen los mejores indicadores de consumo. Precisamente, el consumo promedio de las ciudades de Arequipa, Trujillo y Chiclayo supera el promedio nacional. Por otro lado, Arequipa es uno de los departamentos con menor porcentaje de necesidades básicas insatisfechas -NBI- (40.2% de la población con más de una NBI, según el último Marco Macroeconómico Multianual, solo detrás de Lima, Tacna y el Callao). Adicionalmente, la pobreza ha pasado del 34.2% en el 2004 al 26.2% en el 2006, según el INEI, y en el índice de Desarrollo Humano Perú 2005 ocupa el cuarto lugar a nivel regional.

En consecuencia, a pesar de las protestas, Arequipa va por buen camino. Y podría ir mejor. Para seguir avanzando en la lucha contra la pobreza es mejor concentrarse, por ejemplo, en la buena parte de la red vial regional que falta asfaltar o en reemplazar a los profesores del SUTEP que son "maestros" en dejar a sus alumnos, metafórica y literalmente, en la calle.

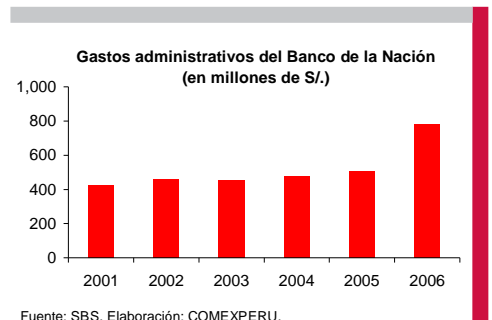


Banco de la Nación: el banco de ¿todos?

Al pretender actuar como un banco privado, el Banco de la Nación (BN) genera competencia desleal hacia el sector financiero. Veamos por qué.

COMPETENCIA DESLEAL: VARIAS RAZONES

Para empezar, dado que el BN es el administrador de los fondos estatales, sus recursos son básicamente del tesoro público. Es más, según su Memoria 2006, el 98% de los depósitos en cuentas de ahorro son justamente de este sector. Si a esta situación le sumamos la reciente aprobación de la Ley N° 29035, que establece que todas las transferencias por canon, sobrecanon y regalías mineras deben ser depositadas en el BN, tenemos por resultado una tremenda concentración del dinero del Estado. Según Reflexión Democrática, esta ley sería inconstitucional porque genera un monopolio "legal" sobre los fondos públicos. En consecuencia, el BN incurre sin esfuerzo en un costo de fondeo menor que el del sistema bancario. Además, desde el punto de vista de las entidades depositantes, habría que cuestionar si el BN es la opción más rentable para depositar el dinero de todos los peruanos.



Otro aspecto preocupante es que la supervisión del BN no se ciñe completamente a la Ley de Bancos y normas establecidas por la SBS, puesto que la ley es de carácter supletorio en relación al estatuto y ley de constitución del propio banco. Donde sí existe una cierta equidad con el sistema bancario es en la obligación del encaje del BCRP.

Adicionalmente, la mayoría de créditos del BN son destinados al sector público. En tal sentido, su riesgo crediticio es bajo, ya que, por ejemplo, en el caso de créditos de consumo (autorizados a partir del 2001), el pago de las obligaciones del deudor se realiza a través de un descuento automático por planilla. Consecuentemente, sumando estas ventajas, al competir con el sistema financiero, el BN desplaza opciones como las cajas rurales y municipales al colocarlas en una posición de desventaja. Esto es observable en las tasas de interés que cobran estas entidades en comparación con las tasas que cobra el BN, las cuales, por las razones expuestas, no reflejan el verdadero costo de mercado. Para préstamos de consumo (los únicos que el BN puede otorgar a personas naturales), la banca múltiple (BM) en promedio, según la SBS, cobra una tasa activa anual (al 20 de julio del 2007) del 37.83% en soles; mientras que el BN, según su página web, cobra una de alrededor del 15%. Asimismo, este último otorga créditos a los gobiernos regionales y locales a tasas de hasta el 9%, además de exonerarlos del ITF.

En el Perú la banca privada ha demostrado que puede funcionar adecuadamente. Miremos por ejemplo a los créditos a microempresas: entre el 2000 y el 2005 se incrementaron en más de 120%, especialmente en provincias, y el número de deudores de estos aumentó en más de 500,000, sobre todo para los montos más bajos. Es más, gracias a factores como el desarrollo de las cajas municipales, las tasas de interés a estos préstamos han venido cayendo en los últimos años. ¿Qué justifica entonces a un BN compitiendo con entidades como estas?

¿EFICIENCIA Y AUSTERIDAD?

Según la SBS, a mayo del 2007, el BN ha gastado cerca de S/. 291 millones en gastos administrativos, mientras que un banco privado, con similar cantidad de oficinas y personal, ha gastado un 19% menos en el mismo periodo, aun cuando dicho banco tiene rangos de sueldos más elevados y el BN está supuestamente limitado por el esquema de austeridad estatal. Inclusive, en el primer trimestre del año, el banco privado contaba con 287 trabajadores más que el BN; y el ratio de gastos administrativos contra ingresos financieros a mayo del 2007 fue del 44% para el privado, mientras que para el BN fue del 84%.

Aunque el BN no genere las pérdidas de su homólogo, el Agrobanco (ver Semanario COMEXPERU N° 429), esto no justifica la competencia desleal que genera. Este debe ceñirse a las funciones que le competen y no crear distorsiones que limitan el desarrollo del sistema bancario.

¿Buscas una computadora?

*computadoras *notebooks *servidores *pdas *software *servicio técnico

Av. Tomás Marsano 2601 Higuera
Central: 271-0630 Fax: 271-0631

PC Performance

< regresar
página 1



Exportando descentralización. Parte I: la Costa

El sector exportador constituye uno de los motores del crecimiento y desarrollo económico del país. Dentro de la dinámica exportadora, la descentralización aparece como un proceso natural (que debe ser potenciado adecuadamente por el Estado) que busca satisfacer la enorme demanda de los mercados internacionales. En el 2006, las exportaciones totales del Perú fueron de alrededor de US\$ 24 mil millones (37% más respecto del 2005) y de estas, aproximadamente el 75% se originaron fuera de Lima. Cabe resaltar que existen exportaciones indirectas que pueden sobreestimar o subestimar el aporte de cada región, pues suele ocurrir que bienes producidos en una determinada zona terminen siendo exportados por otra, por lo que la contabilidad no necesariamente es exacta. A continuación, veremos qué regiones costeras son las que más contribuyeron a este éxito exportador.

EXPORTACIONES A LO LARGO Y ANCHO DE LA COSTA

Al norte de nuestra capital se encuentra Ancash, la segunda región más exportadora en el 2006 gracias a su pujante sector minero, que tuvo envíos al exterior por un monto de US\$ 3,187 millones (87% del total exportado por la región y 22% del total minero exportado por el país). La segunda actividad ancashina más exportadora fue la pesca, con una participación del 12% en el total exportado por la región. Entre enero y junio del 2007, pese a que los volúmenes exportados cayeron (-10%), el valor de las exportaciones pesqueras creció en cerca del 16% en relación con el mismo periodo del año anterior, debido, principalmente, a los mayores precios de la harina de pescado (causados, en gran medida, por la propia escasez). Este aparente mayor dinamismo pesquero estaría reflejado en el mercado laboral, pues en la ciudad de Chimbote (su principal puerto), según cifras del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, hubo un crecimiento en el empleo del 0.8% en empresas de diez a más trabajadores en el 2006 y del 1.4% en el primer trimestre del 2007 respecto del mismo periodo del año anterior.

Por otro lado (digamos, al sur de Lima) se encuentra Ica, una de las regiones con exportaciones más diversificadas, ya que exporta minerales, confecciones textiles, productos pesqueros (harina y aceite de pescado, principalmente) y productos agrícolas de altísima calidad como espárragos (mayor exportador del Perú de espárragos frescos o refrigerados, con US\$ 78 millones en el 2006), uvas, cebollas, alcachofas, paltas, mandarinas, entre otros manjares. Asimismo, la ciudad de Ica es una de las que mayor crecimiento del empleo presentó el año pasado (+10.4%).

La octava región más exportadora en el 2006 fue Piura, con una participación del 5.1% del total nacional. El 73% de sus exportaciones fueron productos tradicionales, básicamente derivados del petróleo (56% aceites crudos) y harina de pescado sin desgrasar (13%). Entretanto, su principal exportación no tradicional fueron las demás jibias, globitos, calamares y potas congelados, con US\$ 67 millones, producto que ha presentado un crecimiento del 46% en su valor exportado y del 25% en su volumen en lo que va del 2007 (cifras a junio).

Por otra parte, pese a haber sido bastante "amigable", el Fenómeno del Niño versión verano 2007 sí tuvo un impacto negativo, fundamentalmente en el agro norteño. De esta forma, se puede apreciar que tanto el volumen como el valor de las exportaciones agrícolas piuranas disminuyeron entre enero y junio (con relación al mismo periodo del año anterior) en un 9% y un 8%, respectivamente. Sobresale la caída de los volúmenes de mango (-27%), su segundo producto no tradicional más importante, explicada por el alza de las temperaturas que afectó la floración y cuajado de esta fruta. A pesar de este revés, el empleo en empresas de diez a más trabajadores creció un 10.2% en la ciudad de Piura, durante el primer trimestre del 2007.

Sabemos que aún nos quedan muchas otras regiones por analizar, no obstante, en este pequeño artículo hemos tratado de esbozar cómo es que la cultura exportadora que hoy en día tiene nuestro país está ayudando a la descentralización y a generar empleos dignos. En la sección Actualidad de esta edición, encontrará un análisis más amplio de la región Arequipa y en el próximo Semanario nos enfocaremos en las regiones de la sierra.

Exportaciones regiones costeras (millones de US\$, enero-junio)

Región	2006	2007	Var. % 07/06
Lima	2,561.6	3,158.5	23.3
Ancash	1,542.9	1,758.1	14.0
Moquegua	1,023.5	1,019.6	-0.4
Callao	661.6	762.4	15.2
Piura	600.1	658.1	9.7
Ica	655.0	577.8	-11.8
Arequipa	362.9	845.5	133.0
La Libertad	418.8	654.7	56.3
Tacna	252.5	342.0	35.4
Lambayeque	59.5	55.4	-7.0
Tumbes	32.3	27.3	-15.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

C@RTICOMEX
Comercio Exterior

Obtenga en línea Información de Comercio Exterior y Riesgo

Promoción Especial para los Socios de COMEXPERU



regresar
página 1

CONTACTENOS AL 225-5010

<http://www.certicom.com.pe>