



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 abril del 2007

	<b>DISCUTIBLE PERO PROBABLEMENTE CIERTO</b>	<b>Editorial</b>	2
	<b>ACERCA DE TRABAS MUNICIPALES</b> <i>Normas municipales que desincentivan el desarrollo comercial.</i> <b>COMERCIO CON EL APEC CRECE EN 17%</b> <i>Caída del 24.55% de las exportaciones hacia EE.UU. fue más que compensada por ventas a países asiáticos.</i>	<b>Hechos de Importancia</b>	3
	<b>BUENOS VECINOS</b> <i>Despejando los "fantasmas" que rondan nuestra relación comercial con Chile.</i> <b>PONIÉNDOLE CORREA A LAS FUERZAS DEL MERCADO</b> <i>Disparatadas medidas populistas en Ecuador podrían afectar su desarrollo.</i>	<b>Actualidad</b>	4
	<b>LA IMPORTANCIA DE LA FACILITACIÓN DEL COMERCIO</b> <i>Según el Banco Mundial, el Perú sería uno de los más beneficiados por el APEC. En el 2008, nuestro país presidirá dicho foro.</i>	<b>Economía</b>	6
	<b>UVAS PERUANAS CONQUISTANDO EL MUNDO</b> <i>Exportación de uvas frescas creció en 35.03% en la campaña 2006/07, pero aranceles del gran mercado chino favorecen a Chile.</i>	<b>Comercio Exterior</b>	7

### Links de interés

- Asóciese a COMEXPERU
- Publicidad
- Cronograma de Eventos y Foros
- Suscripciones

#### SEMANARIO COMEXPERU

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

Equipo de Análisis  
Alfredo Mastrokalos Viñas  
Pedro Murillo Gil  
Carlos Rodríguez Arana  
Publicidad  
Edda Arce de Chávez

Suscripciones  
Giovanna Rojas Rodríguez  
Diseño Gráfico  
Pamela Velorio Navarro  
Corrección  
Angel García Tapia

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú  
Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.  
e-mail: [semanario@comexperu.org.pe](mailto:semanario@comexperu.org.pe)  
Telf.: 422-5784 Fax: 422-5942  
Reg. Dep. Legal 15011699-0268



## Discutible pero probablemente cierto

Reflexionemos un poco sobre estas dos afirmaciones tomadas de un artículo de Erich Weede<sup>1</sup>: (a) A mayor nivel de desarrollo económico, menor el nivel de las tasas de crecimiento de las siguientes dos décadas. (b) El nivel de inteligencia (IQ) de la población tiene fuerte incidencia sobre el crecimiento económico, pues determina la disponibilidad de capital humano.

La primera afirmación equivale a decir que el retraso relativo de ciertas economías puede constituir una ventaja para alcanzar mayores tasas de crecimiento futuras. Y la lógica es la siguiente: las economías menos desarrolladas están en capacidad de "tomar prestados" o copiar los avances tecnológicos de economías más desarrolladas y la imitación suele ser menos costosa, más fácil y más rápida que la innovación e investigación en las que las economías desarrolladas tienen que invertir permanentemente. Obviamente, el nivel de atraso debe ser relativo y lo suficientemente pequeño como para que haya la suficiente disponibilidad de capital humano para "aprovechar este atraso". Otro factor que explica la hipótesis es que las economías con menor grado de desarrollo tienen más facilidad para reasignar mano de obra agrícola relativamente menos productiva a actividades industriales más productivas. Finalmente, los países en desarrollo proporcionan oportunidades de inversión nuevas (por ejemplo en áreas como infraestructura), por tanto, con rendimientos mayores que esas mismas actividades en países más maduros.

Un punto que se resalta en esta paradoja es que para aprovechar las "ventajas" del menor desarrollo, se requiere de economías más desarrolladas.

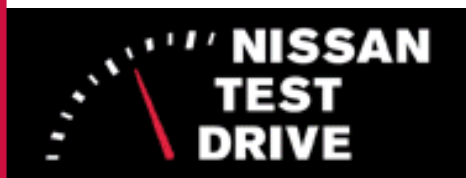
Respecto a la importancia del IQ de una población en su ritmo de crecimiento económico, la primera reacción puede ser negativa por cuanto es mucho más fácil incidir sobre el nivel de educación que sobre el coeficiente intelectual de una población, que está más bien genéticamente determinado. Sin embargo, el autor subraya que las mejoras en capacidad intelectual se logran a través de mejoras en la calidad de la alimentación (afirmación que explica intervenciones que son priorizadas por la mayoría de gobiernos) y que las nuevas generaciones suelen tener mayor coeficiente que las anteriores. De hecho, señala que cinco de cada seis individuos tiene mayor IQ que sus padres.

Si aceptamos la lógica en estos dos planteamientos, tenemos dos lecciones inmediatas para el Perú: la primera es que estamos en el mejor momento para aprovechar nuestro atraso relativo, con posibilidades de inversión rentables y atractivas, con mercados desarrollados y amplios, con tecnología que podemos adquirir. La segunda es que, junto con el esfuerzo para mejorar la educación tenemos que mejorar la calidad nutricional. Y eso se llama micronutrientes (no vaso de leche ni papas a los que todos los días comen papas). Más de la mitad de los niños menores de cinco años sufre anemia y la cuarta parte, desnutrición crónica. Educar es necesario, pero ni siquiera suficiente.

Solo un simpático dato final: según pruebas (creadas por occidentales) los pobladores del este asiático tienen mayor IQ que los europeos. ¿Eso explica algunas cosas...?

*Patricia Teullet*  
Gerente General  
COMEXPERU

<sup>1</sup> Weede, Erich: "Economic Freedom and Development: New Calculations and Interpretations", en Cato Journal, Vol. 26 N° 3.



◀ regresar  
página 1



### ACERCA DE TRABAS MUNICIPALES

A propósito del artículo del Semanario COMEXPERU N° 418 titulado "¡No más trabas!", un lector llamó nuestra atención sobre un buen ejemplo de lo ridículamente negativas que son algunas de las normas municipales para el desarrollo comercial de sus circunscripciones.

Resulta que en el distrito de San Isidro, en Lima, uno de los más ricos y prósperos de todo el Perú, a través del Decreto de Alcaldía N° 005-2007-ALC-MSI, se aprobó una serie de requisitos bastante discutibles para las edificaciones comerciales y de oficinas. Concretamente, el punto que llama la atención se encuentra en el artículo 22º, referente al estacionamiento para locales comerciales. En este se establece que para restaurantes, cafeterías y afines haya un estacionamiento por cada ¡3 m² del área de uso!

Así, por ejemplo, si se quiere abrir un pequeño restaurante de 90 m², se tendría que contar con un estacionamiento para ¡30 automóviles!, lo cual resulta excesivo, pues no todos los que van a comer lo hacen en auto y, además, por lo general, los grupos de personas se movilizan en un mismo vehículo (las familias son un caso). Asimismo, si se toman en cuenta las características de San Isidro (sobre todo en sus zonas comerciales, como la avenida Conquistadores o su centro financiero), queda claro que los espacios libres son escasos (si es que los hay), por lo que no solo no se puede esperar que esta norma sea viable, sino que se le puede considerar como un desincentivo al desarrollo comercial del distrito.

Recomendamos a los municipios en general que sean prudentes con las regulaciones que impongan y que siempre sopesen las consecuencias directas e indirectas de estas. De otro lado, al INDECOPI solo nos queda desearle mucha suerte, ya que se ve que va a tener mucho trabajo para acabar con las trabas municipales. Aquí tiene dónde empezar.

### COMERCIO CON EL APEC CRECE EN 17%

El comercio entre el Perú y los demás miembros del APEC se incrementó en 17.16% durante el primer trimestre del año con respecto al mismo periodo del 2006, superando los US\$ 5,242 millones. La balanza comercial con el bloque continúa en superávit (US\$ 917 millones), aunque menor en 21.62% respecto a enero - marzo del 2006.

El mayor intercambio comercial se debió al crecimiento tanto de las exportaciones como de las importaciones, las cuales crecieron en 9.09% y 30.96%, respectivamente. El crecimiento de estas últimas se explicó principalmente por el aumento de las importaciones de bienes intermedios (+34.75%), que representan el 43% del total, y de bienes de capital (+28.83%), que representan el 37%, signo positivo del incremento de la inversión privada en el país. La importación de bienes de consumo también aumentó (+26.61%).

Por su parte, las exportaciones mostraron un crecimiento modesto, que refleja la reducción del 24.55% de nuestras ventas a EE.UU. Esto se explica fundamentalmente por una contracción de las exportaciones de minerales (-41.29%) y, en menor medida, por la reducción de los envíos de textiles y confecciones (-4.12%) y productos agrícolas (-1.78%). Estos dos últimos rubros reflejarían principalmente la incertidumbre asociada a la ratificación del TLC. No obstante, esta fuerte caída fue más que compensada por el aumento de los envíos a los demás miembros del bloque, donde destacaron países como China, Japón, Corea del Sur y Australia. Si bien la participación de este último en nuestras exportaciones aún es reducida, registró un sorprendente aumento de casi 900% debido a las mayores ventas de minerales de zinc y sus concentrados.

China está cobrando una mayor importancia y presenta una gran oportunidad para el ingreso de nuestros productos tradicionales y no tradicionales. En el primer trimestre absorbió cerca del 23% del total de envíos al APEC, solo por debajo de EE.UU., que redujo su participación a 32.42%. Esta mayor relevancia de China no solo se explica por las mayores compras de minerales, pues los envíos de productos agrícolas y de textiles y confecciones se incrementaron en 85.93% y 18.45%, respectivamente. La oportunidad que ofrece este mercado de más de 1,300 millones de habitantes no debe ser desaprovechada. Ya se ha planteado la iniciativa para el inicio de negociaciones comerciales con China, pronto comenzaremos con Canadá, y también se espera negociar con Japón, países que se encuentran entre nuestros principales socios comerciales. Precisamente, el APEC nos da la oportunidad de concretar negociaciones como estas, que favorecen principalmente a nuestras exportaciones no tradicionales.



almacenes



logística



warrants



depsa files


[www.depsa.com.pe](http://www.depsa.com.pe)

regresar  
página 1



## Buenos vecinos

Las relaciones comerciales con Chile van bien. Y el beneficio es mutuo, como debe ser.

Desde que se firmó el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 38 con Chile, en 1998, el intercambio comercial con ese país ha aumentado de manera significativa. Así, en los últimos años este ha presentado un crecimiento anual superior al 30% y nuestra balanza comercial se ha mantenido positiva desde el 2004, llegando a los US\$ 565.83 millones en el 2006. A pesar de ello, quienes están en contra del libre comercio alegan que esto no es positivo, pues la mayor parte de nuestras exportaciones al vecino del sur son bienes primarios. Sin embargo, no toman en cuenta que nuestras exportaciones manufacturadas de textiles y químicos a Chile han crecido en los últimos tres años a un promedio anual del 17% y el 45%, respectivamente. Asimismo, la mayor parte de los bienes importados de Chile (más del 40%) han sido bienes intermedios para la industria.

En ese sentido, los que están en contra del comercio con Chile hablan de una relación asimétrica, pues afirman que la ventaja comparativa chilena está en los bienes manufacturados, mientras que la peruana está en los bienes primarios. Esto no es novedad, puesto que cada país tiende a especializarse en lo que es más eficiente, y Chile, al tener un mayor acceso a tecnología e información, una infraestructura adecuada, con insumos de menor costo gracias a sus acuerdos comerciales, y mejor calidad educativa que el Perú, tenderá a especializarse en aquello que requiera más de esos recursos, que son precisamente los productos con mayor valor agregado. No obstante, lo que olvidan mencionar es que las ventajas comparativas son dinámicas (cambian con el tiempo), y que si bien el Perú por ahora tiende a ser más eficiente en productos primarios (lo cual no tiene por qué ser negativo; si tenemos esa ventaja, no podemos dejar de aprovecharla), ello no significa que continuará así para siempre. El comercio permite generar los recursos necesarios que en el futuro permitirán trasladar la mano de obra hacia actividades que incorporen mayor valor agregado. En otras palabras, el comercio exterior, lejos de perpetuar la relación "asimétrica", hace que las diferencias disminuyan.

### NO SOLO EN COMERCIO

No obstante, las buenas relaciones con Chile no solo se basan en intercambios comerciales. Según la DIRECON, las inversiones chilenas en el Perú alcanzaron en diciembre del 2006 un *stock* de US\$ 5,203.6 millones, convirtiéndose así en uno de los mayores inversionistas en nuestro país (tercer destino preferido por los empresarios chilenos). Cabe precisar que la mayor parte de las inversiones chilenas ha sido destinada al sector energético, a la industria, a transportes y telecomunicaciones, y al comercio. Algunos de estos sectores son importantes generadores de empleo y en otros, como el energético, la inversión chilena ha contribuido a reducir nuestra brecha en infraestructura. A algunos les parece mal que los chilenos inviertan mucho más aquí de lo que nosotros en su país; lo curioso es que solo parecen afectarles las inversiones chilenas y no las españolas o mexicanas, con las que pasa lo mismo. Inversión en el Perú significa generar empleo en el Perú. ¿No es eso lo que queremos?

De otro lado, Chile no solo es uno de nuestros mejores socios comerciales y uno de los que más invierte en el Perú; también es uno de los que más aporta al turismo nacional. Según el MINCETUR, la mayor cantidad de turistas que arribó durante el 2006 fue de origen chileno, llegando a los 410,462 turistas, un 16.41% más que el año anterior.

Uno no elige a sus vecinos, pero lo mejor es siempre llevarse bien con todos y especialmente con aquellos que tienen intereses afines. Al ver la inestabilidad política en algunos países de la región, es preferible que nos asocien con países estables, democráticos y atractivos para la inversión extranjera, como Chile. Más aun, si este nos ha propuesto establecer una plataforma para comerciar con el Asia. Como quien dice, pasar de comerciar entre nosotros a comerciar con los otros.

**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>

[www.comexperu.org.pe](http://www.comexperu.org.pe)





## Poniéndole correa a las fuerzas del mercado

Tras defenestrar en el mes de marzo de manera antidemocrática a 57 congresistas de la oposición, Rafael Correa, presidente de Ecuador, logró el domingo 15 de abril que se apruebe por una amplia mayoría el referéndum para la formación de una Asamblea Constituyente que cambie la Constitución y le permita iniciar su "revolución". En términos relativos, se puede decir que el actual presidente recibió la economía en mejores condiciones que sus antecesores: la tasa de inflación se encontraba estable y cercana al 3% (recordemos que en el 2000 llegó a 96%), y los altos precios del petróleo han aumentado cuantiosamente los ingresos estatales (las exportaciones de petróleo de Ecuador, que representan el 61% del total exportado, ascendieron a US\$ 7,500 millones en el 2006) haciendo que se cuente con muchos más recursos para gastar.

Durante los primeros días de abril, Correa presentó su plan económico 2007-2010, en el cual, luego de un diagnóstico de la economía ecuatoriana, se revelaron una serie de propuestas que han sido calificadas de "equivocadas" e "intervencionistas" por algunos sectores. Según el diagnóstico, el problema de Ecuador es que desde el 2000 el Estado tiene limitado su accionar en la economía, pues renunció a la política monetaria y cambiaria al momento de la dolarización y, además, se impusieron restricciones al manejo de la política fiscal (el presidente se refiere específicamente a leyes como la Ley de Transparencia Fiscal).

Para el gobernante, esta situación sería la culpable del pobre desempeño económico del país, justificada solamente por la llamada "estabilidad" macroeconómica. En este punto, habría que explicarle que, por un lado, la dolarización de la economía se debió a la necesidad de estabilizar los precios, ya que la irresponsable política monetaria del gobierno de turno había ocasionado una altísima inflación y problemas cambiarios. De otro lado, el orden fiscal y la minimización de la intervención estatal propician una mejor asignación de recursos y fomenta la inversión nacional y extranjera.

### ECUADOR Y LA "NUEVA VISIÓN ECONÓMICA"

El plan deja claramente marcada la dirección económica que quiere seguir el gobierno ecuatoriano, muy similar a la de Venezuela y Bolivia. Son cinco los objetivos prioritarios: producción, empleo, integración, equidad y confianza. Dentro de los dos primeros, se enfatiza la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas y la inversión en sectores estratégicos y de alta generación de puestos de trabajo. Esta mayor intervención estatal se daría a través de subsidios que, además de erosionar el erario y haber probado ser improductivos, crean falsos incentivos que trasladan recursos (capital, mano de obra, etc.) de sectores competitivos a otros que no lo son.

En política comercial, Correa propone una mayor integración con los países latinoamericanos (¿se referirá a la Venezuela chavista y a la Bolivia de Evo Morales?) y mayor protección a la producción nacional que potencie la industria ecuatoriana. Esto último se puede traducir como una vuelta al proteccionismo de antaño, que solo favoreció a un puñado de empresarios (los que no dependían de insumos importados, por ejemplo) y que jamás trajo beneficios para la sociedad.

Un punto que llama bastante la atención por lo utópico es el planteamiento de una integración estratégica que ocasione ventajas y sinergias en el comercio internacional, en donde los socios comerciales "cooperen" en vez de "competir". Aquí habría de nuevo que explicarle al señor Correa que la competencia fomenta la creatividad de las empresas y de los países, los impulsa a ser más competitivos y eficientes, lo cual genera más trabajo y más riqueza. De otra parte, el gobierno ecuatoriano no quiere un TLC con EE.UU., pero sí beneficiarse del comercio con dicho país mediante la extensión del ATPDEA.

En cuanto a la política fiscal, quizá lo más chocante, además de la propuesta de expansión crediticia a través de la banca estatal y de aumentar el impuesto a la renta (actualmente es de 25% y se habla de subirlo a 40%), es el pago de la deuda pública. Para el presidente, parte de esta deuda es "ilegítima", por lo que debería ser anulada. Además, la deuda se reperfilará de acuerdo con las necesidades del país, ya que se priorizará la inversión social al pago de aquella.

Ojalá que estas medidas anacrónicas y probadamente destinadas al fracaso no aislen a Ecuador del sistema financiero internacional y del comercio mundial. Esperemos también que el presidente Correa recuerde que reprimir las libertades económicas e intervenir en los mercados solo genera ineficiencias y fomenta la mentalidad rentista.



### ¿Buscas una computadora?

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

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



regresar  
página 1



## La importancia de la facilitación del comercio

Cuando nos vamos deshaciendo de las típicas barreras artificiales al comercio, como los aranceles, cobran mayor importancia para promover nuestro comercio aspectos como la eficiencia portuaria y aduanera, las barreras paraarancelarias (como los requisitos "técnicos" que piden lo imposible), y el estar a "un clic" de distancia. Todo ello tiene que ver con la facilitación comercial. Para ilustrar su relevancia, revisamos un estudio publicado por el Banco Mundial que estima el efecto que mejoras en cuatro áreas de la facilitación tendrían sobre el comercio de bienes y el PBI per cápita de las economías del APEC.

### PBI PER CÁPITA PERUANO CRECERÍA EN ¡13%!

Los cuatro factores que analiza el estudio *"Trade Facilitation and Economic Development: Measuring the Impact"* (Wilson, Mann y Otsuki, 2003) son la eficiencia portuaria (marítima y aérea), la administración aduanera (costos y transparencia), el ambiente regulatorio (exagerados estándares para productos, ambientales o de seguridad inciden negativamente) y la conectividad (telecomunicaciones, acceso a Internet, por ejemplo). Los resultados son alentadores.

El estudio analiza los efectos de los avances que hagan los países del APEC que están por debajo del promedio de la región en cuanto a facilitación, o que mantienen barreras regulatorias por encima del promedio regional, considerando que las donaciones y esfuerzos del APEC deberían dirigirse precisamente a esto. La conclusión es que dicho progreso generaría un incremento de ¡US\$ 254 mil millones! en el comercio intra-APEC (es decir, un crecimiento de 21% para el comercio intrarregional de manufacturas). El factor más relevante de toda esta mejora es la eficiencia portuaria, responsable de casi el 50% de dicho aumento.

El segundo factor más relevante es el ambiente regulatorio. Por ejemplo, un avance parcial en la armonización de estándares; es decir, que los países apliquen los mismos estándares técnicos para ciertos productos (estándares internacionales), en lugar de normas nacionales diseñadas a la medida de productores locales que buscan mercados cautivos, puede lograr que el comercio entre los 21 países del APEC se incremente en ¡US\$ 88 mil millones! Pero ojo: esto también significa que si hubiera retrocesos en esta área (aunque estos fueran pocos), el comercio podría verse perjudicado significativamente.

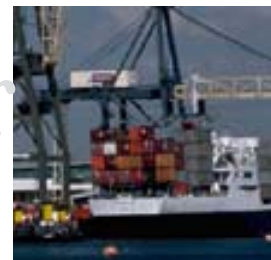
La conectividad también es una variable importante, aunque, según el estudio, no tanto como las anteriores (el aumento sería de US\$ 28 mil millones). No obstante, los autores indican que, dadas las amplias diferencias entre los países del APEC en este aspecto, su perfeccionamiento podría generar grandes oportunidades de crecimiento comercial. En ese sentido, cabe recordar que el APEC está promoviendo iniciativas para minimizar el papeleo (*Paperless Trading initiatives*) mediante el empleo de herramientas electrónicas. Una de ellas es la ventanilla única (cuyo proceso de implementación en nuestro país ya está en marcha), que también se relaciona con la administración aduanera. Por ello, el estudio señala que si se progresa con medidas como esa se estaría "matando a dos pájaros de un tiro", amplificándose el efecto positivo. Por lo tanto, si bien los puertos serían el factor más relevante de los cuatro, ello no significa que no se deba evaluar los otros. Cabe señalar que, en el área aduanera, el incremento del comercio llegaría a US\$ 22 mil millones.

Para el Perú, los beneficios estarían sobre todo en lo referente a los puertos (principalmente al transporte aéreo) y al ambiente regulatorio (según el estudio, en esas áreas presentamos los niveles más bajos del APEC). Esto se reflejaría en un crecimiento del PBI per cápita de nada menos que ¡13%!, ubicándonos entre los únicos tres miembros del APEC con incrementos de dos dígitos en este aspecto. El aumento promedio para cada economía del APEC sería de US\$ 550 (sobre la base de cifras del 2000).

### ESTAMOS EN CAMINO

Pero dado que el estudio data del 2003, cabe revisar cuánto hemos mejorado posteriormente. En el Reporte de Competitividad Global 2006 - 2007 del Foro Económico Mundial (versiones anteriores fueron empleadas por el estudio) el Perú se ubicó en el puesto 91 (de 125) del ranking de infraestructura (que incorpora puertos, aeropuertos, y aspectos de telecomunicaciones como líneas telefónicas), tras haber ocupado el puesto 97 (de 117) en el ranking de 2005 - 2006. Y en calidad del ambiente de negocios, hemos pasado del puesto 62 (de 75) en el ranking 2001 - 2002 al 75 (de 121) en el 2006 - 2007. Aún estamos rezagados, pero los grandes cambios están por venir, pues se espera que en el 2009 comience a operar el Muelle Sur. Además, ENAPU ya contará con grúas pórtico, hoy hay ocho proyectos privados de terminales marítimos, y en los próximos años se concesionarán puertos regionales como los de Paita e Ilo. Asimismo, el primer paquete de aeropuertos regionales fue concesionado el año pasado y la concesión del segundo se convocaría en junio próximo. Como señalamos, la ventanilla única también está en camino y, en el ambiente regulatorio, la reciente ley que le devuelve al Indecopi las facultades para eliminar trabas burocráticas (y cuestionar barreras paraarancelarias) puede ayudar.

◀ regresar  
página 1



## Uvas peruanas conquistando el mundo

El valor exportado de uvas frescas ocupó el octavo lugar en el ranking de productos provenientes de la agroexportación en el 2006, luego del café, los espárragos, la p  prika, las alcachofas, los mangos, la leche y las demás hortalizas conservadas. Durante la campaña 2006/07 (sin considerar los envíos registrados en el mes de marzo) la exportación de dicha fruta mantuvo la tendencia positiva de los últimos años, creciendo en 35.03% con respecto a toda la campaña anterior, alcanzando los US\$ 49.9 millones. El principal destino de nuestras exportaciones de uva fresca fue EE.UU. (30.39% del total). Otras plazas importantes fueron Reino Unido (13.16%), Hong Kong (12.97%) y Holanda (12.19%). Es importante resaltar la evolución de los envíos a EE.UU., los cuales crecieron en poco más del 275% entre las campañas 2003/04 y 2006/07, desplazando al Reino Unido como principal destino. Más sorprendente aún ha sido el crecimiento de los embarques de uvas frescas hacia Holanda que, en el mismo periodo, se incrementaron en 374% y hoy superan los US\$ 6 millones.

Este *boom* exportador se explica por los mayores rendimientos, la mejora en la calidad del producto y la ampliación de las áreas cultivadas, donde destaca la variedad *Red Globe* (alrededor del 75% del total de envíos pertenece a este tipo de uva, según la Asociación de Productores de Uva - Provid). La principal empresa exportadora fue la Sociedad Agrícola Drokasa S.A., que representó cerca de la quinta parte de los envíos en términos de cantidad y poco más de la cuarta parte en valor. También destacan empresas como Complejo Agroindustrial Beta y El Pedregal S.A. Esta última registró el mayor volumen de envíos (23.47%), pero el 13.47% del valor.

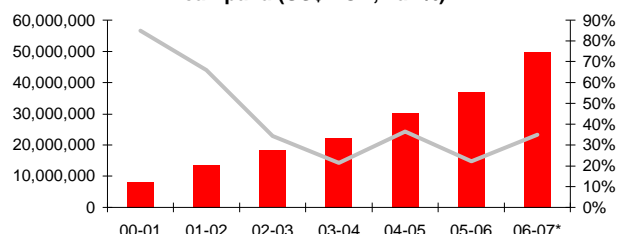
La campaña exportadora de uva fresca se sitúa entre los meses de octubre y marzo. Por ello tenemos una ventaja sobre los demás países exportadores del hemisferio como Chile, Sudáfrica y Brasil, donde esta recién comienza en diciembre. Nuestra campaña coincide además con fiestas importantes en las que se incrementa el consumo de uvas, como el Año Nuevo Chino, Navidad y Año Nuevo y el día de Acción de Gracias en EE.UU. (a fines de noviembre). En el caso de EE.UU., la ca  da de la producción de California en un 18.89% tuvo como consecuencia que se tenga una menor cantidad de cajas en *stock* para ser comercializadas internamente (al 15 de diciembre del 2006 el *stock* de cajas era menor en 90.2%). Esta situación fue aprovechada por los exportadores nacionales, por lo que registraron un aumento de los envíos a dicho país de cerca del 50% con relación a la campaña anterior.

### UVAS A CHINA

El ingreso de las uvas peruanas al mercado chino es reciente (desde el 2005) y presenta mucho potencial debido a que se obtiene un mejor precio por su calidad superior y a los factores de estacionalidad. En los primeros dos meses del año, los envíos de uvas a China fueron ligeramente superiores al mill  n de dólares, monto superior a lo exportado durante toda la campaña 2005/06 en 34.97%. No obstante, aún estamos muy lejos de países como Chile, que en el mismo periodo exportó a China cerca del doble de uvas frescas que nosotros y, si tomamos en cuenta sus exportaciones al resto del mundo, quedamos muy rezagados. Entre enero y febrero del 2007, sus envíos de esta fruta superaron los US\$ 280 millones, un 20.62% más que lo registrado en el mismo periodo del 2006, según el Servicio Nacional de Aduanas chileno.

Si bien se ha logrado el levantamiento de barreras sanitarias y hoy es posible exportar uva fresca a China, aún se debe pagar un arancel del 13%, mientras que otros competidores como Chile ya cuentan con un periodo de desgravación de 10 años, algunos miembros del ASEAN pagan un arancel del 5% y las uvas provenientes de Singapur y Tailandia no pagan arancel alguno. Esperemos que las negociaciones comerciales con China logren superar estos obstáculos para que nuestras uvas (y demás productos de exportación) puedan ingresar al atractivo mercado chino en iguales o mejores condiciones que las de nuestros competidores.

Evolución de la exportación de uvas frescas por campaña (US\$ FOB, var.%)



\*solo considera el periodo octubre 2006 - febrero 2007.  
Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



regresar  
página 1