



Contenido

Del 27 de noviembre al 03 de diciembre del 2006

	DESARROLLO: TAN CERCA, TAN LEJOS	Editorial	2
	MINORISTAS A GRAN ESCALA <i>India destaca en el ranking de A.T. Kearney sobre los mercados emergentes más atractivos para la venta al por menor.</i>	Hechos de Importancia	3
	RUSIA LISTA PARA INGRESAR A LA OMC <i>Rusia a un paso del club del comercio mundial.</i>	Bandeja Legal	4
	COMPRAS PÚBLICAS: FIN DE PRIVILEGIOS PARA MEDICAMENTOS NACIONALES <i>Ahora solo faltan... todos los demás.</i>	Actualidad	5
	DESPERTANDO AL MUNDO <i>Exportación de café marcaría un nuevo récord en el 2006.</i>	Economía	6
	ÁFRICA EN BUSCA DEL DESARROLLO <i>Con la "ayuda humanitaria" del comercio y la inversión.</i>	Comercio Exterior	7
	SEGUIMOS POR EL BUEN CAMINO... SEGUIMOS EXPORTANDO <i>Notable crecimiento exportador entre enero y octubre.</i>		

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
Marisa Podestá Torres-Llosa
Pedro Murillo Gil
Publicidad
Edda Arce de Chávez

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

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



Desarrollo: tan cerca, tan lejos

Me preguntan sobre Vietnam y respondo que es igualito que Iquitos, pero sin gallinazos porque deben habérselos comido. Me dicen que, como siempre, seguramente exagero. Insisto: es como estar en la avenida Abancay en hora punta, pero con solo el 10% de micros; el resto son motos en las que se transportan entre una y cuatro personas. Todos manejan tocando bocina ininterrumpidamente y por supuesto que las motocicletas invaden la vereda cuando sienten que el espacio en la pista se hace insuficiente.

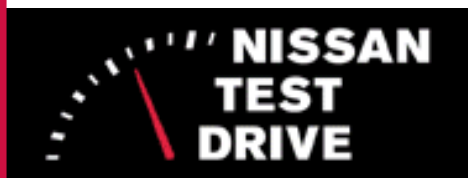
Como se celebraba la cumbre del APEC, era imprescindible reforzar la seguridad. Creativos finalmente (como obliga la necesidad), a todos los desempleados les dieron un palo (a algunos, hasta gorra) y los convirtieron en policías que dirigían (bastante eficientemente) el tránsito, mediante el sencillo método de darle de palazos a los ocupantes de las motos (y a alguno que otro visitante también).

A simple vista y sin profundizar en la apreciación, Vietnam nos hace sentir desarrollados. Hoy su PBI per cápita alcanza menos de US\$ 550 (en dólares del 2000); mientras que el Perú llega a US\$ 2,320. A pesar de haber logrado alcanzar tasas de crecimiento superiores al 7%, sigue siendo un país comunista, inseguro, con muchísimas reformas pendientes y mucho camino por recorrer.

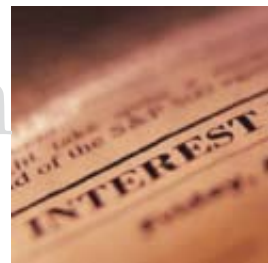
En contraste, tenemos un Perú en el cual ha habido una transferencia política en medio de un ambiente de estabilidad económica y excelentes perspectivas de crecimiento futuro. Vale decir, con todas las condiciones para aumentar sustancialmente el ingreso de la población, mejorar las condiciones de vida y consolidar la democracia. Paradójicamente, en lugar de ello, luego de las recientes elecciones regionales, hemos sido espectadores de actos de violencia en lugares donde los candidatos vencidos se niegan a reconocer el resultado electoral. Mal ejemplo el de México; mal desempeño el de las autoridades encargadas de garantizar la seguridad. ¿Temor a que les pase lo mismo que a Rospigliosi cuando se reprimió la violencia en el sur? Julio Cotler explicaría que cuando hay déficit institucional, el crecimiento económico conduce a conflictos.

El Perú tiene hoy una oportunidad excepcional para convertir su crecimiento en desarrollo. Ya sabemos lo que tenemos que hacer. ¿Seremos capaces? ¿O será "una más que dejamos escapar"?

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU



< regresar
página 1



MINORISTAS A GRAN ESCALA

En el último reporte de la consultora A.T. Kearney sobre los mercados emergentes más atractivos para la venta al por menor, destacan los países asiáticos, especialmente India, país que encabeza el ranking y precisamente uno de los pocos, según el Banco Mundial, que continúan prohibiendo o restringiendo la inversión extranjera en este prometedor sector. Felizmente, eso parece estar cambiando.

A principios de este año, el gobierno indio anunció que iba a permitir a firmas extranjeras contar con hasta el 51% de un negocio minorista que vende una sola marca. Así, según A.T. Kearney, marcas como Zara y Gap ya han anunciado que planean ingresar al mercado. No es un gran avance, porque no alcanza a minoristas que venden varias marcas (supermercados y similares), como Wal-Mart, pero es un paso adelante. Aún así, el mercado indio es tan atractivo que dicha cadena y otras están planeando estrategias para abrirse paso entre los obstáculos; por ejemplo, abriendo locales de venta mayorista o mediante alianzas con minoristas locales.

Según la consultora, se estima que el mercado minorista indio alcanza los US\$ 350 mil millones y se espera que crezca a tasas anuales de 13%. Además, existe una baja concentración: es común ver aún muchas bodegas. Por ejemplo, The Economist señala que el 97% de estas ventas se realizan en más de 15 millones de tiendas de menos de 46m². Ahí se encuentra la oportunidad que ven cadenas como Wal-Mart: un gran mercado dando sus primeros pasos hacia la modernización.

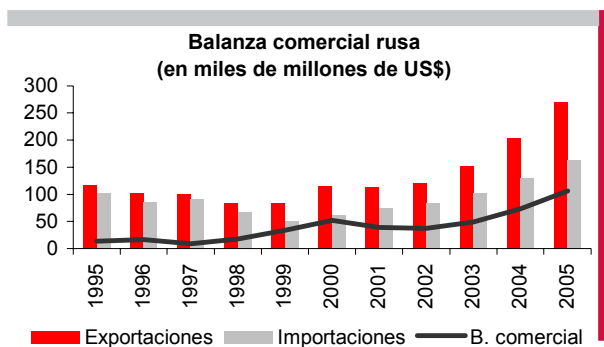
Este puede ser un importante factor en el desarrollo de la economía india (y de otras). Según el libro "The Power of Productivity", de William W. Lewis, de la consultora McKinsey, lo sería porque los minoristas son las únicas empresas de la cadena de bienes de consumo que están en directo y constante contacto con los consumidores; es decir, saben bien lo que ellos quieren. Y conforme van compitiendo, se vuelven más productivos e impulsan la productividad en toda la cadena. Por ejemplo, al crecer pueden dejar de lado a mayoristas ineficientes para abastecerse directamente de los productores, y mientras más compran, tienen mayor capacidad para estimular la consolidación de dichos productores y así bajar costos y elevar la productividad. Esto, señala Lewis, se puede dar, por ejemplo, entre los procesadores de alimentos y los agricultores y granjeros: los primeros apoyan a los segundos en la aplicación de técnicas más productivas. Precisamente, la inversión extranjera, con todo el *know how* que trae, ayudaría significativamente a acelerar estas mejoras en India y con el desarrollo del mercado minorista, será más fácil acceder a los millones de consumidores que habitan aquella nación. Eso ciertamente nos conviene.

RUSIA LISTA PARA INGRESAR A LA OMC

El domingo 19 de noviembre, en la cumbre del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés) realizado en Hanoi, Vietnam, Rusia logró un importantísimo avance en su lucha de más de doce años por entrar a la Organización Mundial del Comercio (OMC), luego de suscribir un acuerdo bilateral con EE.UU.

Tras largas y duras negociaciones, en donde los temas más difíciles a tratar fueron el agrícola (para variar), los derechos de propiedad intelectual y los relacionados con las inversiones en el sistema financiero ruso, la administración norteamericana dio el visto bueno al ingreso de Rusia a la OMC. No obstante, los analistas internacionales consideran que este gesto de nobleza norteamericano no será gratuito, ya que se cree que Washington tratará de utilizar el pacto para ganar el apoyo del Kremlin en temas de política internacional relacionados al Medio Oriente, en donde Irán juega un rol central. Actualmente, el país del vodka mantiene una relación privilegiada con Irán, pues está construyendo una central nuclear en aquel país.

Un obstáculo más que los rusos deberán sortear es la ratificación del acuerdo por parte del Congreso estadounidense, pues los demócratas ya han adelantado que esto no será fácil debido a los problemas en materia de derechos humanos y en el desarrollo de las libertades cívicas existentes en el antiguo país de los zares.



Fuente: Banco Mundial. Elaboración: COMEXPERU.



regresar
página 1



Compras públicas: fin de privilegios para medicamentos nacionales

La función del sistema de compras estatales es sencilla de entender: asegurar que el Estado adquiera el mejor producto posible al menor precio. Sin embargo, a veces, la tentación de utilizar los más de 14 mil millones de soles anuales que este mercado significa para perseguir objetivos diferentes no solo desvirtúa la concepción de un Estado austero, sino que termina perjudicando a la población objetivo del gasto social. Y pensar que este último, que ha sido blanco de críticas y férreo escrutinio en los últimos meses, se sacrifica en calidad y cobertura en nombre de la industria nacional.

NO VES QUE A MÍ TAMBIÉN ME HACE MAL

Sin duda la Ley N° 28242, que establece una bonificación del 20% a favor de los productos nacionales en los procedimientos de compras públicas, afecta directamente las vidas de miles de peruanos entre los que se debe incluir niños, ancianos y madres gestantes.

Al respecto, el congresista Lescano ha declarado a diversos medios que el Estado peruano desperdicia, con la bonificación del 20%, 86 millones de soles de los 750 millones que utiliza para la compra de medicamentos beneficiando a la industria nacional. Este contundente estimado no considera las pérdidas absorbidas por los usuarios cuando se compran productos que tienen puntajes técnicos menores por la aplicación del 20%.

La pregunta se cae de madura: ¿quién le va a decir a los enfermos del Perú que hemos optado por invertir el 11.4% (más las reducciones de calidad) de los recursos utilizados para comprar medicamentos en el fomento de la industria nacional?

Desde el Congreso se ha alzado la voz de protesta mediante la presentación de un proyecto de ley que exceptúa la compra de medicamentos del referido beneficio. La propuesta también generaría considerable ahorro para el erario nacional y proporcionaría mayor bienestar a la ciudadanía, permitiendo una mayor cobertura.

Si bien esta propuesta constituye el primer paso, es imperativo que con otros productos se siga el mismo camino. Reducir los costos de actuación del Estado no solo contribuirá a que servicios de educación, justicia y salud puedan ser brindados de mejor manera, sino que también se podrá conseguir mayores recursos para atender a zonas del país antes olvidadas. Así, se contribuye a que el Estado llegue a ser ese aparato eficiente y regulador necesario en las economías modernas. Es una verdadera pena que los sobre costos legales adicionados a las compras estatales de otros productos no se hayan eliminado en esta oportunidad, pues exactamente las mismas razones también convierten su eliminación en un imperativo moral.

¿VIENTOS DE CAMBIO?

Usualmente, el Congreso se ha caracterizado por resolver los problemas del consumidor creando más restricciones por ley. Si la sal hace daño, prohíbe el consumo de la sal; si es buena, obliga a su compra. En esta ocasión tiene que reconocerse que es una de las primeras veces en las que se ha optado por deshacerse de restricciones en beneficio del público en general. Garantizar que los bienes lleguen hasta el consumidor libres de restricciones legales ocasionará que este tenga una mayor capacidad de decisión, así como mejores precios.

Esperemos que este sea el principio de una seguidilla de proyectos de ley que, vía el levantamiento de restricciones legales, permita aumentar el bienestar de la ciudadanía.

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



Despertando al mundo

Las exportaciones peruanas de café acumulan a la fecha unos US\$ 386 millones aproximadamente y se espera alcanzar para fin de año cerca de US\$ 460 millones, lo que significaría un récord histórico para la industria cafetalera, uno de los motores del sector agroexportador.

Impulsadas por los altos precios internacionales que se encuentran por encima de los US\$ 2,000 por tonelada métrica y por la excelente cosecha en lo que va del año, las exportaciones de café están cercanas a superar la cifra récord de US\$ 396.9 millones obtenida en 1997, que se debió al alto precio mundial que superó los US\$ 4,000 por tonelada.

NUEVAS TENDENCIAS... AL NATURAL

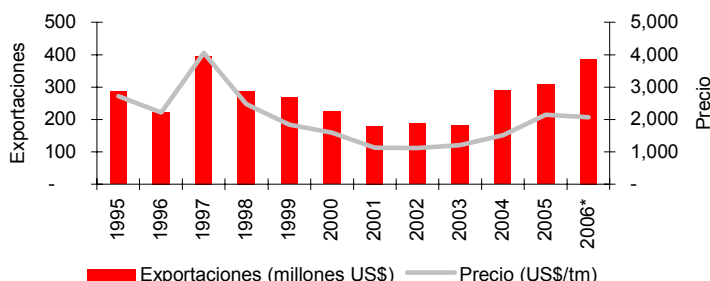
El Perú no solo es el tercer productor de café de Sudamérica, sino también el segundo a nivel mundial de café orgánico. Siguiendo con la tendencia actual de preferir y valorar más a los productos cien por ciento naturales, el café orgánico (que está libre de pesticidas y otros químicos en su cultivo y que se rige por un estricto control de calidad y normas internacionales) tiene un potencial de crecimiento sin límites. Los mercados más desarrollados y con los paladares más exigentes son los principales compradores de este apreciado tipo de café que, dicho sea de paso, se vende a precios más altos que el convencional. La producción de cafés especiales, entre los cuales figura el orgánico, el gourmet y el de "comercio justo", ha aumentado considerablemente en lo que va del 2006. El año pasado se exportó poco más de US\$ 9.5 millones de café orgánico y en lo que va del año se han concretado envíos por US\$ 7.5 millones.

Durante el 2006, se esperaba que la producción de café se incrementara en un 22%, pero en lo que va del año ya se ha superado el monto cosechado en el 2005 en más de 30%. Estos excelentes resultados se deben a una mayor área cultivada que supera las 300 mil hectáreas, a las mejoras tecnológicas que se vienen implementando y a que la producción en algunas regiones del país aumentó considerablemente gracias a un favorable clima. Tal es el caso de Junín, que en lo que va del año ha duplicado su producción.

LO NEGRO DEL CAFÉ

Sin embargo, no todo es color de rosa en esta creciente industria, ya que según Cesar Rivas, presidente de la Junta Nacional de Café, se estima que para el 2007 se generaría una reducción en la cosecha de entre el 20% y el 25%, pues el sobresaliente rendimiento de los cultivos de este año menguaría su capacidad productiva futura. En este sentido, los agricultores peruanos, a diferencia de los de otros países cafeteros, no cuentan con el financiamiento necesario para tratar la tierra adecuadamente y devolverle los nutrientes requeridos para su refortalecimiento, con lo que las buenas cosechas no pueden repetirse año tras año debido al desgaste de la tierra. Este hecho es preocupante porque la siembra de café no solo es una actividad rentable, sino que además sirve de cultivo alternativo a la coca, con lo que se combate al narcotráfico. Según cifras publicadas por el diario El Comercio, la rentabilidad de la producción de café orgánico oscila entre los US\$ 1,200 y US\$ 1,800 anuales por hectárea, mientras que la de la hoja de coca se encuentra en un rango de los US\$ 1,000 y US\$ 2,000, lo que hace de este producto una alternativa viable y sobretodo, a diferencia del cultivo ilícito de la hoja de coca, legal.

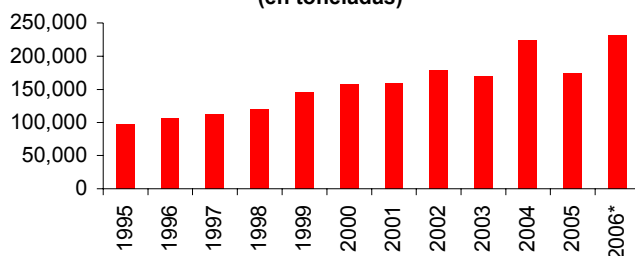
Precio y exportaciones de café



*De enero a octubre.

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Producción de café (en toneladas)



*De enero a setiembre.

Fuente: MINAG. Elaboración: COMEXPERU.



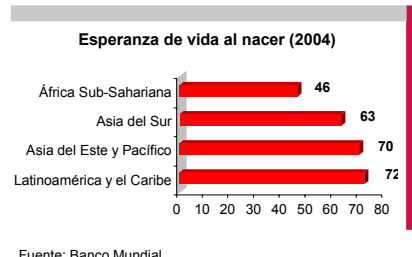
regresar
página 1



África en busca del desarrollo

El continente africano cuenta con una población de 900 mil millones de habitantes, distribuida en alrededor de 53 países diferentes. De acuerdo con el Banco Mundial, 34 de las 48 naciones con menor nivel de vida del planeta se encuentran en esta región. Asimismo, es el único continente del mundo donde el número de pobres ha aumentado al punto de duplicarse entre 1981 y el 2001, pasando de 164 millones a 314 millones. Si se excluye a Sudáfrica, el ingreso promedio personal anual es de solo US\$ 342, y en países como Burundi y Etiopía la renta per cápita no alcanza los US\$ 90. Por ello, uno de los grandes retos es lograr que los más de 300 millones que viven con menos de un dólar al día salgan de la pobreza.

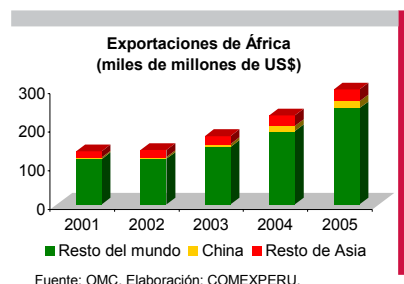
África padece también continuas guerras civiles y alta corrupción estatal, lo que dificulta aún más su camino hacia el desarrollo. Asimismo, de acuerdo con la ONU, dos tercios de las personas afectadas por el VIH viven en este continente, lo que ha llevado a que la esperanza de vida sea de menos de 40 años en 9 países, como es el caso de Zambia (32.7 años) y Zimbabwe (33.9 años). Estos problemas, sumados a la pobreza extrema y las inadecuadas condiciones de infraestructura y acceso a servicios públicos en la región, han contribuido a que casi 500,000 africanos abandonen anualmente su continente. De acuerdo con la ONU, 17 millones de africanos viven fuera de su lugar de origen.



AYUDA EXTERNA, IED Y COMERCIO

Entre 1980 y el 2004, la ayuda externa a África ascendió a US\$ 390 mil millones pero, a pesar de esta astronómica cifra, el ingreso per cápita cayó anualmente en un 0.2% en el mismo periodo. Estos números plantean inquietudes tanto acerca de la calidad de la ayuda como de si es necesario buscar otros caminos para que África logre desarrollarse.

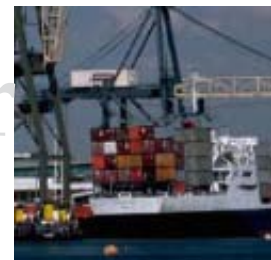
Por ejemplo, África podría avanzar hacia dicha meta con Inversión Extranjera Directa (IED). Según la ONU, en el 2005 este continente obtuvo la cifra récord de US\$ 31 mil millones en IED (un 78% más que en el año anterior). Asimismo, dada la política favorable hacia la IED en la región, los proyectos ya comprometidos y el interés mostrado en invertir por parte de India y China, se espera que en este año se produzca un aumento similar. Es más, el Banco Mundial ha reconocido los esfuerzos africanos en su último reporte "Doing Business", que ubica a la región como la tercera más reformadora en términos de medidas para mejorar el clima de negocios. Adicionalmente, se observa que las empresas asiáticas no solo están invirtiendo en la extracción de materias primas de la región, sino que también abarcan industrias con mayor valor agregado. Dado el amplio déficit en infraestructura portuaria, carreteras y servicios básicos registrado en la región, la IED constituye uno de los caminos más aconsejables para lograr cubrir esta brecha.



El bajo crecimiento puede relacionarse con el desempeño comercial. Entre 1970 y 2000, la participación de África en el comercio mundial pasó del 3.5% al 1.5%. Asimismo, durante aquellos años las exportaciones de bienes y servicios de África Sub-Sahariana solo crecieron a un promedio anual de 3%. No obstante, Asia presenta interesantes oportunidades para revertir esta tendencia. En los últimos años, las exportaciones de África hacia Asia se han triplicado y muestran una tendencia creciente. Asimismo, varios países africanos han logrado aumentos de más del 10% en sus exportaciones, diversificando su oferta exportable al incluir productos agrícolas no tradicionales y manufacturas. En cuanto al comercio de servicios, el turismo muestra también una tendencia creciente: la Organización Mundial de Turismo prevé un crecimiento de 10.6% para este año. Este desempeño coincide con el periodo más largo de crecimiento del PBI per cápita de África Sub-Sahariana desde 1961 (en los últimos 7 años no ha presentado tasas negativas, creciendo a un promedio anual de 2%).

CHINA COMO SOCIO ESTRATÉGICO

África ha encontrado en China a un importante socio comercial e inversor. De acuerdo con el Banco Mundial, la IED de China en la región alcanzó los US\$ 1,180 millones a mediados del 2006. Asimismo, entre el 2000 y el 2004 el comercio entre ambos pasó de cerca de US\$ 10 mil millones a US\$ 40 mil millones y se espera que esta cifra se duplique para el 2010. África ha sabido reconocer la importancia de China. Prueba de ello es que, de los 48 jefes de Estado africanos invitados a la Cumbre Chino-Africana realizada recientemente en Beijing, asistieron 41. Esperemos que las autoridades peruanas también se den cuenta de la relevancia de establecer buenas relaciones con el gigante asiático.

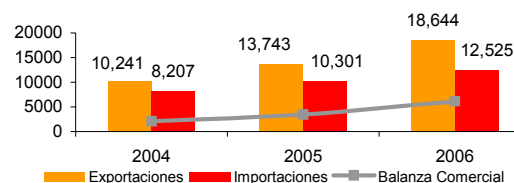


Seguimos por el buen camino... seguimos exportando

Como se ha hecho costumbre (una buena, felizmente) de años recientes, los excelentes resultados comerciales del Perú se han convertido en el motor de una economía que cada vez se vuelve más dinámica y aprovecha los beneficios del libre comercio. Analizando el periodo enero-octubre del presente año, podemos ver que las exportaciones han alcanzado la impresionante cifra de US\$ 18,644.26 millones, creciendo un 35.66% respecto al mismo periodo del año pasado y superando el monto obtenido en todo el 2005, que fue de US\$ 17,272.34 millones. Por su parte, las importaciones se incrementaron a una tasa del 21.59% y llegaron a los US\$ 12,525.26 millones, con lo que la balanza comercial arrojó un superávit de US\$ 6,119.00 millones, mostrando un aumento del 77.75%.

Dentro de las exportaciones primarias, las mineras (oro, cobre y zinc, principalmente), aprovechando los altos precios de los metales, se han incrementado en un 50.18%, en contraste con el mismo periodo de estudio en el 2005. Igualmente, se debe destacar a las exportaciones pesqueras, en especial las de aceite de pescado, que aumentaron en un 19.36%. Otro de los productos que presentó un incremento exorbitante, impulsado por la subida en los precios internacionales, fue el petróleo crudo, que creció a una tasa del 233.39% en relación al mismo lapso analizado en el 2005. Por su parte, las exportaciones agrícolas, impulsadas a punta de café, crecieron en un 60.59%. En las exportaciones manufacturadas, la industria textil-confecciones, que sigue demostrando que no necesita protección de ningún tipo para surgir, es la más importante con ventas al exterior de US\$ 1,190.28 millones entre enero y octubre del 2006. Es también digno de mencionar el impresionante aumento del 82.51% en las exportaciones de productos siderometalúrgicos.

**Evolución de la balanza comercial peruana
enero - octubre 2006 (millones de US\$)**



Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

**Exportaciones de las principales empresas
enero-octubre 2006 (millones de US\$ FOB)**

Sector	Monto	Var. % 06/05
Minero	11,334.24	50.18
Antamina	2,210.36	66.93
Southern Perú	2,148.09	25.31
Yanacocha	1,366.69	21.17
Pesquero	1,523.82	8.46
Grupo Sipesa	133.20	(4.92)
Austral Group	127.40	43.35
Pesquera Hayduk	105.76	0.99
Textil	1,190.28	13.61
Topy Top	81.93	16.01
Devanlay Perú	73.49	10.91
Textimax	69.91	(1.00)
Agrícola	1,357.52	29.23
Perales Huancaruna	90.67	35.72
Camposol	76.36	36.20
Sociedad Agrícola Virú	50.35	56.39

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

¿A QUIÉNES VENDEMOS Y A QUIÉNES COMPRAMOS?

El principal destino de las exportaciones peruanas sigue siendo EE.UU., con una concentración del 23.91% del total. En segundo lugar tenemos a China con un 9.22% (tomen nota los que creen que no debemos negociar un TLC con el gigante asiático), que se afianza como un socio comercial de mucha importancia. En cuanto a los mercados sudamericanos, Chile destaca en el quinto lugar del ranking, comprándonos el 6.33% de nuestras exportaciones, mientras que Brasil, algo más alejado, se encuentra en el séptimo lugar con un 3.36%. A remarcar son el crecimiento respecto al 2005 de las exportaciones a Corea del Sur, Suiza y Japón que han aumentado en un 179.78%, 138.93% y 90.65%, respectivamente. Por el lado de las importaciones, su principal origen es EE.UU., con el 18.54% del total, seguido por Brasil, con el 8.20%, y China con un 8.07%. Asimismo, dos de nuestros socios de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), Ecuador y Colombia, aparecen en el cuarto y quinto lugar con 7.35% y 6.25%, respectivamente.

IMPORTACIONES PRODUCTIVAS: UNA SEÑAL DE QUE LA ECONOMÍA ESTÁ CRECIENDO

La composición de las importaciones corrobora el buen momento por el que pasa la economía peruana, pues el 55% y el 28% de estas lo conforman bienes intermedios y de capital respectivamente, que son empleados por las diversas industrias del país. Entre los bienes de capital destaca el impresionante crecimiento de los utilizados en la construcción (45.42%) y los equipos de transporte (40%). De otro lado, los bienes intermedios que más se incrementaron en relación al mismo periodo de análisis del 2005 fueron los combustibles (20.68%) y los productos utilizados en la industria (19.61%). Finalmente, los bienes de consumo aumentaron en un 12.34%, siendo la mayoría de estos productos no duraderos. Esta mayor demanda por bienes finales también es un buen indicio de mejoras en la economía nacional, ya que significa que las personas cuentan con más recursos para gastar y vivir mejor.

12 meses
Antivirus
NUEVA GAMA RETAIL 2007

12 meses
Antivirus + Firewall

12 meses
Internet Security

12 meses
Antivirus PYMES

COMPLETA PROTECCIÓN con un BAJO CONSUMO DE RECURSOS del sistema

PROMOCIÓN KIT PYMES

¡Cómpralo AQUÍ!

ASEGURA LA INFORMACIÓN DE TU HOGAR Y EMPRESA A UN MENOR COSTO

Mayoristas:

Deltron Computer Warehouse Mega Solutions S.A.C. Intcomex Superinter

Tiendas por departamentos:

RIPLEY DISKIT

regresar
página 1