



Contenido

Del 27 de agosto al 02 de setiembre del 2012

	PROMOVIENDO EL FORTALECIMIENTO DE LAS PYME	Editorial	2
	UNA INFRAESTRUCTURA COMPATIBLE CON SU TAMAÑO <i>Anuncio de nuevas inversiones en infraestructura en Brasil.</i> EL MIEMBRO NÚMERO 156 DE LA OMC <i>¿Qué tan conveniente será la entrada de Rusia al sistema multilateral del comercio?</i>	Hechos de Importancia	3
	TEXTILES Y VÍAS: CAMINOS DE PROGRESO <i>La inversión en infraestructura y la mayor facilitación para los negocios tendrán mayores impactos en el sector.</i> REPENSANDO LA MINERÍA EN EL PERÚ PARA LA SIGUIENTE DÉCADA (PARTE 2) <i>Por Nathan Nadramija.</i>	Actualidad	4
	TELECOMUNICACIONES: UNA NECESIDAD PARA EL DESARROLLO <i>Según cifras preliminares de OSIPTEL, en marzo del presente año existieron 3.6 millones de líneas telefónicas fijas en el Perú.</i>	Economía	7
	PRODUCTOS DESTACADOS <i>En el primer semestre del presente año, los envíos de paltas y espárragos cocidos crecieron un 18% y un 44%, respectivamente.</i>	Comercio Exterior	8

SEMANARIO COMEXPERU

Director

Eduardo Ferreyros Küppers

Co-editores

Rafael Zacnich Nonalaya

Ricardo Paredes Castro

Promoción Comercial

Helga Scheuch Rabinovich

Equipo de Análisis

Jorge Acosta Calderón

Franklin Thompson Loyola

David Ospino Ibarra

Walter Carrillo Díaz

Corrección

Angel García Tapia

Diagramación

Carlos Castillo Santisteban

Publicidad

Edda Arce de Chávez

Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú

Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.

e-mail: semanario@comexperu.org.pe

Tel.: 625 7700 Fax: 625 7701

Reg. Dep. Legal 15011699-0268

MURANO
La evolución de las SUV Crossover.





Promoviendo el fortalecimiento de las PYME

El jueves 23 de agosto, en hotel Westin Libertador Lima, COMEXPERU organizó la Quinta Cumbre PYME del APEC 2012. Asistieron más de 1,200 participantes, a los que se sumaron más de 700 personas que siguieron el evento por videoconferencia desde nueve ciudades del país, ansiosas por conocer las experiencias de aquellos que vienen alcanzando el éxito, así como las herramientas claves para ello, y así hacer crecer sus negocios.

Los micro, pequeños y medianos empresarios que asistieron a la Cumbre se llevaron consigo el mensaje de una ministra que apuesta y se compromete con las PYME, con una serie de iniciativas para elevar su competitividad, y que aconsejó no estar solicitando protecciones para que sus negocios prosperen, sino confiar en sus propias capacidades y aprovechar la apertura comercial.

Por otro lado, tuvimos expositores que trataron temas como el conocimiento y las oportunidades que ofrece la tecnología en sus negocios; la experiencia de un grupo de empresarios que apostaron por sus negocios no solo con dinero, sino con la confianza en sí mismos; la idea de que la formalización es un factor clave para la continuidad de la empresa familiar, pues sus beneficios superan largamente a los costos; y el aliento de creer y trabajar en sus potencialidades y recursos, y trabajar sobre ellas de manera que generen valor en sus negocios. Culminó la cumbre con la brillante conferencia de Miguel Ángel Cornejo, experto internacional en liderazgo, motivación y cultura del éxito.

Con la Quinta Cumbre de PYME del APEC 2012, COMEXPERU reafirma su compromiso con el impulso a los procesos de formalización e internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas, de manera que accedan a los beneficios del comercio y la globalización. Así, buscamos contribuir a la mejora de la competitividad de este importante sector de la economía peruana.

Seguiremos en ese camino.

Eduardo Ferreyros
Gerente General
COMEXPERU



* Fuente: HSBC "El Mundo en el 2050"

En el futuro no quedarán mercados por emerger

En el 2050, 19 de las 30 mayores economías del mundo serán de países que actualmente se consideran "emergentes".*

En HSBC lo ayudamos a lograr nuevas conexiones en Perú y en el mundo para Comercio Exterior.

HSBC 
Banca Comercial

 regresar
página 1



UNA INFRAESTRUCTURA COMPATIBLE CON SU TAMAÑO

Recientemente, Brasil anunció inversiones por 133,000 millones de reales (aproximadamente US\$ 66,500 millones) en proyectos de infraestructura de carreteras y vías ferroviarias. Durante el 2010, luego de los primeros impactos de la crisis internacional, el país sudamericano creció un 7.5% (en 2009, su PBI había caído un 0.3%); pero esta situación cambió llamativamente el año pasado, cuando solo logró una tasa del 2.7%. Durante la última década, Brasil, que desde el 2011 es la sexta economía del mundo, había conseguido crecer en promedio un 4%, lo que muestra que actualmente se presenta una desaceleración y que, según proyecciones de su Banco Central, llevaría a que se muestre menos del 2% de aumento de la producción nacional al finalizar el año.

Es así que, con el proyecto titulado “Programa de Inversiones en Logística: Autopistas y Ferrovías” se buscaría impulsar la economía en el corto plazo. De igual manera, la presidenta de ese país, Dilma Rousseff, anunció que la iniciativa lograría que se tenga una infraestructura compatible con el tamaño de la economía y que el país sudamericano sea “más rico, más sólido, más moderno y más competitivo”. Carreteras y vías ferroviarias inadecuadas llevan a que se incrementen las cotizaciones de los factores productivos como la mano de obra y, en consecuencia, suba el precio de los bienes. Esto se manifiesta en pérdida de competitividad frente a otros mercados que ofrecen productos a menor costo.

En general, se destinarán alrededor de US\$ 21,000 millones en inversiones a la mejora de carreteras y US\$ 45,500 millones a las vías ferroviarias, de los cuales el 55% se destinarían en los próximos cinco años. Según el Gobierno de Brasil, el proyecto consiste en la cooperación del sector privado y del público, donde el primero de estos contribuiría con su eficiencia, mientras que el segundo proveería lo mejor en planificación y gestión estatal. Es así que el sector público realizara ofertas públicas de concesiones para aumentar al doble la capacidad de transporte de las autopistas más importantes del país y crear 10,000 kilómetros de carreteras ferroviarias. Adicionalmente, el Estado otorgaría créditos subsidiarios a aquellas empresas que quieran aventurarse en dichas inversiones. Estas acciones, sin lugar a dudas, atraerán capitales extranjeros de largo plazo, lo que mejorará la infraestructura del país sudamericano, que también necesita prepararse para ser sede del Mundial de fútbol en el 2014 y de los Juegos Olímpicos en el 2016.

Por su parte, el Perú también ha realizado anuncios de importantes inversiones a través de concesiones y asociaciones público-privadas (aunque las de puertos están supeditadas al fortalecimiento de ENAPU). Como vemos, a nivel regional se entiende con mayor claridad que la infraestructura es la base fundamental para cualquier lucha contra la pobreza. Esperemos que los esfuerzos por dinamizar la inversión pública y privada en infraestructura en el Perú se agilicen, para que nuestro crecimiento se mantenga dinámico en este período de incertidumbre internacional.

EL MIEMBRO NÚMERO 156 DE LA OMC

Después de dieciocho años de negociaciones, el pasado 22 de agosto, la Federación Rusa logró adherirse a la Organización Mundial del Comercio, convirtiéndose así en el miembro número 156 del sistema multilateral. Dicho país había sido la economía más grande fuera del organismo, con un PBI de US\$ 1.9 billones, que lo sitúa en la novena posición del ranking mundial, y que posee una tasa de crecimiento del 4.3% durante los últimos dos años.

El largo periodo de tiempo que le tomó a Rusia conseguir su inclusión en la OMC se debió, básicamente, a razones de índole político. Durante las últimas dos décadas, han sido varias las naciones que se oponían a que el país europeo ingresara a la OMC; pero, recientemente, Georgia había quedado como el único país que no aceptaba firmar ningún tratado comercial con Rusia debido a un antiguo problema territorial. Esta situación cambió a finales de 2011, cuando ambos limaron asperezas, con la ayuda de Suiza como intermediario. Posteriormente, en julio de este año, por presión de Vladimir Putin, la Duma de Estado (cámara baja del Parlamento ruso) accedió a ratificar los requerimientos que exigía la OMC a los nuevos miembros, con lo que el proceso de adhesión concluyó satisfactoriamente.

La entrada de Rusia a la OMC representa una serie de beneficios para el sistema multilateral en su conjunto. En primer lugar, podemos mencionar que las exportaciones de bienes y servicios rusas están entre las diez más grandes del mundo, con alrededor de US\$ 576,000 millones, por lo que se estaría negociando con uno de los países más dinámicos en temas comerciales. En segundo lugar, los exportadores rusos tendrán menos restricciones para vender al exterior sus productos, varios de los cuales (sobre todo, los agrícolas) son bastante competitivos, y la reducción de aranceles permitiría, a su vez, la entrada de bienes de menor precio y mayor calidad. En tercer lugar, se incrementaría la transparencia institucional dentro de la misma Rusia, debido a que los agentes económicos no solo estarían controlados por el Gobierno ruso, sino también por otros Estados, lo que permitiría que sea más sencillo y seguro invertir en esa nación europea.

No obstante, su adhesión también implica una serie de retos para el resto de los miembros de la OMC. En Rusia, el mercado agrícola está básicamente controlado por productores minoristas, por lo que se cree que no se daría una verdadera reducción de precios en el país con la entrada de competidores, sino que de esa manera se seguiría protegiendo a los nacionales. Esto se muestra más crítico después de los comentarios del primer ministro ruso en los cuales afirma que no se descuidarán los intereses nacionales del país, pese a que ahora se esté dentro de la OMC. Es por ello que, si bien técnicamente Rusia forma ahora parte del sistema multilateral del comercio, muchos analistas dudan mucho de su verdadero compromiso con el grupo.



Acercamos culturas, acercamos negocios

Oficina de Representación Brasil – Sao Paulo

Entérate más AQUÍ



regresar
página 1



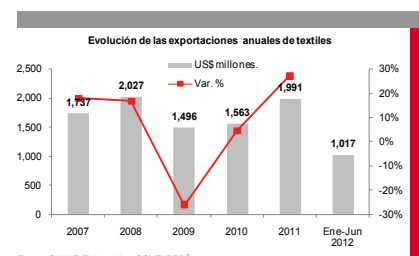
Textiles y vías: caminos de progreso

Diversos estudios económicos remarcan el papel clave que ha tenido la industria textil en el desarrollo inicial de varias economías a lo largo de la historia. Uno de estos estudios, a cargo del *Overseas Development Institute* (ODI), sugiere que la industria textil-confecciones es un elemento trascendental en las estrategias de crecimiento de países en desarrollo, ya que en el corto plazo provee de ingreso, trabajo y divisas (como lo ha demostrado el Perú -ver Semanario N° 670- en los últimos años); y en el largo plazo otorga un crecimiento económico sostenido para aquellos países con políticas apropiadas e instituciones sólidas, de modo que estas ayuden a multiplicar el efecto de la dinámica de la industria textil.

El fenómeno anteriormente descrito se ha visto en países como Reino Unido y EE.UU., que durante la primera revolución industrial, en la segunda mitad del siglo XVIII, construyeron rápidamente una cadena industrial altamente tecnificada y luego emigraron a otros mercados en los que había un mayor gasto en capital y tecnología altamente sofisticada, debido al alto valor agregado reflejado en sus productos: líderes tecnológicos. Del mismo modo, China y otros países asiáticos, en la década del noventa, se sumaron al sector manufacturero global y la industria textil en especial, convirtiéndose en agentes muy competitivos. Asimismo, observamos que en los últimos años estas economías están migrando de la industria textil hacia sectores en los que se invierte más en investigación y desarrollo.

¿HEMOS LLEGADO AL FIN DEL CAMINO?

Como ya hemos mencionado, la industria textil en el Perú es muy competitiva y es un factor dinámico del mercado interno. Asimismo, ha demostrado un buen desempeño en las exportaciones. Según datos de la SUNAT, este sector ha crecido a una tasa promedio anual del 3.2% entre el 2007 y el 2011, hasta sumar un valor de US\$ 1,991 en el 2011, lo que representó un 19,5% de las exportaciones de productos manufacturados. Pese a que en el 2009 las exportaciones se redujeron un 26.2%, este año se ha llegado a exportar US\$ 1,017 millones entre enero y junio, lo que significa un aumento del 12.3% con respecto al mismo periodo del año anterior.



Entonces, dada la coyuntura de crecimiento económico que presenta el Perú, a pesar de la incertidumbre que mantiene en guardia a las potencias económicas, puede resultar tentador pensar que estamos en vías hacia la industrialización y que el mercado de textiles y confecciones se movilizará eventualmente hacia otra economía emergente de la región. ¿Pero realmente es este el caso? Las cifras macroeconómicas nos demuestran que todavía hay bastante espacio para el crecimiento de este sector.

En el 2011, la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG) reveló que existen grandes brechas de remuneración entre regiones. Lima Metropolitana, con S/. 15,250; Moquegua, con S/. 15,118; y Arequipa, con S/. 13,385, presentaron ingresos anuales promedio que superan en más del triple a Apurímac (S/. 4,627), Huancavelica (S/. 5,133) y Puno (S/. 5,317). En otras palabras, la economía mantiene bolsones importantes de pobreza en algunas regiones del centro del país y zonas limítrofes (Amazonas, Cajamarca, Puno, Loreto, etc.). Dado que este sector absorbe mano de obra de tecnificación relativamente baja, las barreras de entrada tecnológicas no son relevantes o son inexistentes, y la movilidad en el sector es muy alta. De ello podemos concluir que aun hay espacios para un crecimiento importante del sector textil en el Perú.

EL CAMINO QUE NOS FALTA RECORRER

Según observamos, la industria textil tiene campo para crecer en zonas del Perú en las que los salarios son aún bajos y la mano de obra poco calificada, es decir, zonas que aún no se insertan al dinamismo del crecimiento exportador. No obstante, ello no será posible si no se asegura la inversión en infraestructura y el fortalecimiento de las instituciones que lo permita (como regulación laboral más flexible, eliminación de sobre costos para abrir negocios, entre otros).

Sobre el primer punto, entendemos que el Gobierno intenta trabajar con mayor celeridad en las bases de la infraestructura vial, de energía, telecomunicaciones, portuaria y aeroportuaria, las cuales son vitales para que los agentes económicos (especialmente de estas zonas) puedan insertarse a la cadena productiva exportadora sin incurrir en grandes costos y de manera competitiva.

Estamos seguros de que la inversión en infraestructura y la mayor facilitación para los negocios tendrán mayores impactos y de más largo plazo que los programas asistencialistas o de reducción de la pobreza que se planteen, sin desmerecer a estos.

Otro aspecto importante en la agenda de impulso y aprovechamiento de la industria textil es desarrollar el comercio en las zonas limítrofes introduciendo nuestros productos en los países vecinos. Este es el caso de Ucayali, que en el marco de la construcción de la carretera Transoceánica puede generar y expandir el mercado de productos textiles a precios competitivos. Asimismo, Tacna y Loreto pueden entablar relaciones con economías como Chile y Ecuador, que son afales al comercio internacional. Como se observa, ¡queda mucho por hacer!



almacenes



logística



warrants



depsa files



Repensando la minería en el Perú para la siguiente década (Parte 2)

Por Nathan Nadramija
Socio fundador de Metis Gaia

La semana pasada presentamos algunas propuestas para que el Gobierno central contribuya a la articulación y fortalecimiento de distintos actores públicos y de la sociedad civil local y regional. Entre las principales recomendaciones están la reforma del SNIP; el esfuerzo continuo por mejorar la calidad del gasto corriente; el tener un mayor liderazgo en los sectores de producción, comercio exterior y agricultura para desarrollar actividades económicas prósperas a lo largo del territorio nacional; el hacer ajustes a la evaluación socioeconómica de los EIAs, el desarrollar una política coherente de gestión del agua, entre otras.

A continuación presentamos algunas propuestas para que las empresas contribuyan al desarrollo regional y local reenfocando sus políticas de responsabilidad social y su interacción con los actores públicos y privados de su ámbito de influencia, de modo que los grandes proyectos mineros puedan impactar positivamente en el desarrollo del Perú.

PROPUESTAS PARA LAS EMPRESAS:

- Huelga decir que los estudios ambientales deben ser hechos con rigurosidad. Más aún, la evaluación de la selección de alternativas de ingeniería debe ser realizada no solo considerando criterios financieros, sino también criterios sociales y ambientales que busquen la sostenibilidad del desarrollo local y regional en el largo plazo.
- Las empresas deben buscar activamente el desarrollo sostenible de las localidades y la región donde se ubican. Es un error tener políticas tibias de responsabilidad social.
- Por ello, las empresas deben promover permanentemente el fortalecimiento de las capacidades de formulación y ejecución de las instituciones locales y regionales, así como de diversos actores de la sociedad civil. A pesar de que los proyectos mineros pueden durar varias décadas, son las instituciones locales y regionales las que podrán promover el desarrollo económico y social de las regiones en el largo plazo y así, dar viabilidad social a los proyectos mineros. Ninguna empresa puede vivir de espaldas a estos actores. Por ello, las empresas mineras requieren un análisis de los actores políticos, sociales y sus capacidades institucionales, con el fin de interactuar con ellos e involucrarlos en las diversas acciones de mitigación, responsabilidad social y monitoreo que deben complementar los planes de desarrollo locales y regionales liderados por las instituciones públicas.
- Se debe promover los espacios de coordinación con actores públicos, otras empresas privadas y los miembros de la sociedad civil. La institucionalización y fortalecimiento de estas instancias es uno de los caminos más prometedores para generar desarrollo en la zona y crear un entorno estable para sus operaciones. Esto debe acompañarse con políticas empresariales claras y flexibilidad para ser parte del proceso de diálogo con todos los actores locales y regionales.
- Resistir las presiones puntuales de personas que tratan de beneficiarse al margen de un plan o marco de responsabilidad social y mitigación de impactos consensuado e institucionalizado en el que hayan participado actores públicos y de la sociedad civil. Para la sostenibilidad es preferible transitar el camino del fortalecimiento institucional y la intervención más integral que ser capturados por actores puntuales que no pueden asegurar estabilidad. Por ejemplo, algunos proyectos mineros enfrentan dificultades porque han sido capturados por grupos de pobladores o comunidades que amenazan con bloqueos o protestas en caso no se acceda a sus requerimientos. En estos casos, se observa que la empresa no logró un involucramiento integral y permanente de otros actores, principalmente aquellos con públicos que tienen un enfoque de desarrollo.



¿Buscas soluciones para crecer en tus negocios controlando riesgos?

Agregamos valor a la información desarrollando las mejores soluciones para acciones de marketing, adquisición de clientes, administración de cartera y gestión de cobranzas.

Infocorp, más que información soluciones

Teléfono: 415 0300
info@infocorp.com.pe
www.equifax.com.pe

EQUIFAX
PERÚ

regresar
página 1



- Las empresas deben fortalecer su organización y tener un enfoque claro de gestión social y política desde las primeras instancias del proyecto. Por ejemplo, se deben repensar las estrategias de compra de tierras, de gestión de permisos y de relaciones comunitarias para que todas estas apunten a creación de instancias formales y busquen la participación de otros actores. Los miembros de estos equipos de relaciones comunitarias deben tener los protocolos y la capacitación que les permitan construir el entorno adecuado para sus operaciones, así como tener la flexibilidad para responder a las contingencias de corto plazo que deben ser resueltas en espacios institucionalizados de coordinación con participación pública, privada y de la sociedad civil en un mediano plazo.

REFLEXIÓN FINAL

La crisis experimentada en el sector minero por los conflictos sociales es una oportunidad para que se repiense la forma de hacer minería y de gestionar grandes proyectos en zonas en las que la presencia del Estado actualmente es muy débil. Se debe tener un balance entre la flexibilidad para gestionar las contingencias y una estrategia clara de mediano y largo plazo que apueste por fortalecer las instituciones (Gobiernos regionales, municipalidades, universidades, gremios de productores, consejos vecinales, colegios profesionales, entre otros). Asimismo, se deben crear y fortalecer los canales para que fluyan las demandas y acciones que los distintos actores deben ejecutar. Así, se dinamizará el desarrollo y se logrará una mejora efectiva en el bienestar de toda la población local y regional, y simultáneamente se tendrá una actividad privada sostenible.



EN LA REALIZACIÓN DE EVENTOS...
SIEMPRE, UNA EXPERIENCIA ÚNICA

SUMMIT
EVENTS & VENUES

DELFINES
HOTEL & CASINO

< regresar
página 1



Telecomunicaciones: una necesidad para el desarrollo

En los últimos días han surgido diversas opiniones en torno a la renovación del contrato de concesión del servicio de telefonía móvil de la empresa Telefónica del Perú. Asimismo, el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) informó que las tarifas de algunos planes de telefonía fija bajarían a partir del mes de setiembre.

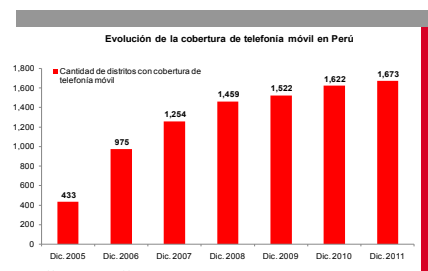
Dada esta coyuntura, en las siguientes líneas analizaremos algunos aspectos relacionados con las telecomunicaciones en el Perú.

MAYOR CONECTIVIDAD TELEFÓNICA: EVOLUCIÓN DE LA TELEFONÍA

Luego de la privatización de las empresas Compañía Peruana de Teléfonos y ENTEL, en 1994, el impacto del ingreso de la empresa Telefónica se reflejó en una mayor inversión y expansión del sector. Según cifras de OSIPTEL, las conexiones de teléfonos fijos se incrementaron de 874,436 en 1994 a 2 millones en 1998, lo que significó una tasa de crecimiento promedio anual del 23%. Luego de esta vertiginosa expansión, el crecimiento se moderó y para el 2007 los teléfonos fijos superaron las 3 millones de líneas. Finalmente, para marzo del presente año, OSIPTEL registra alrededor de 3.6 millones de líneas telefónicas fijas en todo el Perú.

Pese a la expansión en la telefonía fija, es la telefonía móvil la que ha presentado los avances más significativos. Según datos del Banco Mundial, en el año 2001, por cada 100 personas existían aproximadamente 7 suscripciones de telefonía celular; para el 2011, la cifra se incrementó a 100 suscripciones por cada 100 habitantes. Por otro lado, en lo que respecta a cobertura nacional, la cantidad de distritos viene incrementándose al punto que, de los 433 distritos cubiertos en diciembre del 2005 (24% del total nivel nacional), a fines del 2011 se cubrieron 1,673 distritos (91%).

Luego de observar el desempeño de la telefonía móvil y fija, se podría pensar en un desplazamiento de los teléfonos públicos. Sin embargo, la realidad ha sido diferente: en los últimos cinco años la cantidad de teléfonos públicos se ha incrementado a una tasa promedio anual del 5%, con lo que, para el 2011, habrían alcanzado las 199,806 unidades. Cabe mencionar que Lima y Callao concentran la mayor cantidad, con 98,659 teléfonos públicos, lo que representa un 49% del total nacional; los sigue, de lejos, el departamento de Arequipa con un 5.5% del total de teléfonos públicos.



¿INTERNET PARA TODOS?

Después de apreciar el panorama de la telefonía, vale la pena analizar cómo se viene desarrollando la cobertura de internet en nuestro país. Según el informe "Las tecnologías de información y comunicación en los hogares", del INEI, en el primer trimestre del presente año tan solo un 17.3% de los hogares peruanos contaba con servicios de internet. Asimismo, existe una gran brecha en cuanto al acceso dado que, según las cifras del informe, un 31% de los hogares en Lima Metropolitana cuenta con internet, mientras que en las demás zonas urbanas solo lo tiene el 17%. Otro dato resaltante es que apenas el 1% de los hogares en zonas rurales cuenta con internet.

UNA MIRADA AL MERCADO

En lo que respecta al desenvolvimiento del mercado de telecomunicaciones, encontramos que la empresa Telefónica del Perú posee un amplio dominio. Según data de OSIPTEL, en cuanto a teléfonos fijos, en el 2011, el 71% de las líneas instaladas pertenecía a Telefónica del Perú; luego se encuentra Telefónica Móviles, con el 12%; Telmex Perú, con el 9%; y las demás empresas, el restante 8%. La telefonía móvil, por su parte, tiene como líder a Telefónica Móviles, con el 62% de las líneas; después encontramos a América Móvil (cuya marca comercial es Claro), con el 34% del mercado. Por último se encuentra la empresa Nextel, con un participación del 4%.

Como se ha podido apreciar, las telecomunicaciones en Perú vienen desarrollándose de manera significativa desde la privatización de empresas estatales y la apertura a la competencia. Del mismo modo, resalta el notable crecimiento de la telefonía móvil. No obstante, tal como se apreció en el caso de internet, todavía quedan aspectos por mejorar en cuanto al acceso a la conectividad, calidad de servicio y amplitud del ancho de banda, si nos comparamos solo con países de la región.

En la medida que nuestro país se encuentre correctamente interconectado, los negocios serán más eficientes y competitivos, y las zonas más alejadas podrán integrarse al mercado y gozar de sus beneficios. Asimismo, para que esta conectividad interna se logre, todavía son necesarias grandes inversiones en el sector de telecomunicaciones; pese a ello, tal como se podrá apreciar en el próximo Semanario de COMEXPERU, existen diversas trabas para una mayor inversión en el sector.





¿Buscas una computadora?

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

Av. Tomás Marsano 2601 Higuera Central: 271-0630 Fax: 271-0631
info@pcperformance.com.pe www.pcperformance.com.pe



regresar
página 1



Productos destacados

Pese a que las exportaciones tradicionales peruanas vienen disminuyendo a causa de la inestabilidad económica que viven la Eurozona y los EE.UU., las exportaciones manufacturadas aún se mantienen pujantes. Un claro ejemplo de esto se observa en el sector agropecuario, que registró un crecimiento del 11% en el primer semestre del año, con respecto al mismo periodo del 2011. Es por ello que analizaremos el resultado de las exportaciones de dos productos del sector: paltas frescas o secas y espárragos cocidos en agua o vapor, congelados.

PALTA DE EXPORTACIÓN

En los últimos años, la palta ha venido posicionándose como uno de nuestros principales productos de exportación del sector agropecuario. Un dato que da fe de ello es que, según el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA), el Perú se ha convertido en el quinto país exportador de paltas en el mundo.

En los últimos seis años, las exportaciones de paltas frescas o secas crecieron a una tasa promedio anual de 33%, y se llegó a exportar un monto de US\$ 161 millones en el 2011. Cabe resaltar que en el primer semestre del 2012 los envíos peruanos ascendieron a US\$ 85 millones, un 18% más que lo exportado en el mismo periodo del año anterior.

En el periodo enero-junio del 2012, el principal destino de nuestras exportaciones de paltas fue Países Bajos, al cual se hizo envíos por un monto de US\$ 38 millones, un 44% del total de nuestros envíos de palta al exterior. En segundo lugar se encuentra España, con un valor exportado de US\$ 19 millones (23% del total), y en tercer lugar se ubica EE.UU., con un importe de US\$ 17 millones (20% del total). Cabe resaltar este último destino porque en el mismo periodo del año pasado solo se enviaron US\$ 0.3 millones, lo que refleja un incremento realmente significativo.

En el primer semestre del presente año, las principales empresas exportadoras de paltas frescas o secas fueron Camposol S.A., con un monto de US\$ 12 millones y un crecimiento de 3% respecto al mismo periodo del año anterior; Agroindustrias Solcace S.A.C., con US\$ 12 millones exportados (+4%); y Consorcio de Productores de Fruta S.A., con US\$ 8 millones (+79%).

ESPÁRRAGOS COCIDOS

Existe una alta demanda de espárragos peruanos por los comensales extranjeros, debido a su gran calidad, en cualquiera de sus tres presentaciones: frescos o refrigerados; cocidos en agua o vapor, congelados; y preparados o conservados sin congelar. A continuación, nos referiremos a la segunda.

Las exportaciones de espárragos cocidos en agua o vapor, congelados, han mostrado un gran dinamismo en los últimos años, si bien se observa una ligera caída en el año 2009 producto de la crisis en EE.UU., principal destino de nuestros envíos. Entre los años 2006 y 2011 las exportaciones de espárragos registraron una tasa de crecimiento promedio anual del 12%, hasta exportar US\$ 48 millones. Si observamos de cerca el primer semestre del año 2012, se puede apreciar que las exportaciones peruanas de este producto mostraron un crecimiento del 44% respecto al mismo periodo del 2011, por un monto de US\$ 23 millones.

Entre los principales destinos de nuestros envíos en el primer semestre del 2012 se encuentran EE.UU., con un monto de US\$ 10 millones (44% del total de envíos al exterior), seguido de Japón, con un monto de US\$ 5 millones (23% del total). Cabe mencionar también a España, que representa un 12% del total de espárragos cocidos enviados, con un monto de US\$ 3 millones.

En el periodo de enero a junio del 2012, las principales empresas exportadoras de espárragos cocidos fueron IQF del Perú S.A.C., con un monto de US\$ 11 millones, el cual se incrementó en un 17% con respecto al mismo periodo del 2011; Agrícola la Joya S.A.C., con un monto de US\$ 3 millones (+154%); y Danper Trujillo S.A.C., con US\$ 2 millones, (+398%).

