



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 10 al 16 de diciembre del 2007

	EN REALIDAD, NO SERÍA TAN MALVADO	Editorial	2
	¿CRECIMIENTO SOSTENIDO? <i>Argentina y Venezuela crecen, pero a diferencia del Perú sin "fundamentos".</i> ¿VENDEREMOS EVOCHOMPAS A ESTADOS UNIDOS? <i>Con el horizonte más claro por la ratificación del TLC, el Perú puede atraer oportunidades comerciales desaprovechadas por sus vecinos andinos.</i>	Hechos de Importancia	3
	TLC PERÚ - ESTADOS UNIDOS: COMIENZA LA CUENTA REGRESIVA <i>Mientras tanto, un recuento del camino del TLC.</i> ENTRADA A LA MADERA: CALIDADES Y DISEÑOS <i>Exportaciones de muebles de madera han crecido un 93% en los últimos seis años.</i>	Actualidad	4
	CUANDO EE.UU. ESTORNUDA, ¿EL MUNDO SE RESFRÍA? <i>Evidente recesión en EE.UU. podría afectar la economía mundial.</i>	Economía	6
	FOTOGRAFÍA AGROEXPORTADORA <i>Los logros obtenidos hasta el momento, datos y aspectos importantes del sector.</i>	Comercio Exterior	7

Links de interés

- Cronograma de Eventos y Foros
- Publicidad
- Suscripciones

SEMANARIO COMEXPERU

Directora

Patricia Teullet Pipoli

Co-editores

Sofía Piqué Cebrecos

Ricardo Paredes Castro

Promoción Comercial

Helga Scheuch Rabinovich

Equipo de Análisis

Alfredo Mastrokalos Viñas

Andrea Baracco Vargas

Oscar Pomar Hermosa

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

Tel.: 422-5784 Fax: 422-5942

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



En realidad, no sería tan malvado

En su última edición de noviembre, la revista América Economía puso en su portada al ministro Carranza, junto con un titular que decía: “Los mejores nombres de las Finanzas Públicas de América Latina”. La revista contiene un artículo referido al ministro, titulado “El duro”, y en él se destaca el descontento que ocasiona en otras instancias de gobierno la permanente negativa del ministro a gastar más o a flexibilizar las normas que permitirían un mayor gasto.

Sin embargo, el ministro tiene claro que su prioridad es mejorar la calidad del gasto y ya este año el presupuesto aprobado introduce modificaciones en esa dirección. Y, a diferencia de la improvisación que estamos acostumbrados a encontrar en el gobierno, la cabeza del Ministerio de Economía tenía una agenda de largo plazo desde el principio, con plena identificación de los instrumentos que había que emplear (estabilidad macroeconómica, imperio de la ley, calidad del gasto público y administración de deuda) para llegar a metas intermedias de crecimiento económico, grado de inversión, indicadores sociales, competitividad y desdolarización; y luego a las metas finales, que se miden en función del bienestar, indicadores de salud, consumo y pobreza.

Revisando la presentación de los planes que hiciera en setiembre del 2006, Carranza puede decir que no ha perdido el paso y, así como trabajó en la reducción del peso de la deuda o la obtención del grado de inversión, hoy sabe que para lograr impacto en el nivel de bienestar (metas finales), necesita mejorar la legislación laboral.

En sus propias palabras, “porque es un problema social” y se refiere a la exclusión de millones de trabajadores del derecho a una pensión o a la atención en salud. Sabe que el sueño de un mundo justo en el que todos tengan estabilidad, vacaciones y gratificaciones choca con la pesadilla de quienes nunca podrán acceder a un empleo formal.

Así pues, Carranza no solo ha generado, como dice América Economía, la confianza que necesitaba el Presidente en su flanco más débil, el económico. A pesar de su humor cáustico y, contra lo que opina la gran mayoría, parecería que hasta tiene corazón.

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU



◀ regresar
página 1



¿CRECIMIENTO SOSTENIDO?

Se puede decir que los últimos tres años han sido un “periodo dorado” para la mayoría de economías latinoamericanas, dentro de las cuales Argentina, Perú y Venezuela destacan con un crecimiento promedio anual mayor al 6%. Pero, ¿todos los casos están sustentados por sólidos fundamentos macroeconómicos?

Para el Perú, la respuesta es un rotundo y contundente sí. Nuestra economía lleva 77 meses consecutivos de crecimiento; inflación baja y controlada, promediando entre el 2002 y el estimado del 2007 un 2.3%; superávit en la cuenta corriente (2.8% del PBI en el 2006 y 1.3% proyectado por el BCRP para el 2007); entre otros factores. De esta forma, si no hay mayores sobresaltos y se continúa con una política económica sensata que, además, busque la inclusión de todos los peruanos e impulse una educación de calidad acompañada de una adecuada nutrición, el Perú podrá alcanzar el ansiado desarrollo económico.

Por el contrario, Argentina y Venezuela crecen, de momento, impulsadas básicamente por los altos precios de las materias primas que producen; sin embargo, el desorden macroeconómico ocasionado por su política estatal intervencionista pone en jaque su desempeño futuro (ver Semanarios COMEXPERU N° 410 y N° 447). Estos desequilibrios han generado presiones inflacionarias considerables en relación con la región, pese al descarado intento de ambos gobiernos por “taparlas” con controles de precios, sacando componentes de la canasta básica para calcular el IPC o, simplemente, con estadísticas muy, pero muy, dudosas. Así, por ejemplo, fue “anecdótico” que, tras conocer los primeros estimados del FMI que proyectaban que la inflación venezolana del 2007 sería del 22.4%, el director del Banco Central de Venezuela (BCV) dijera que estaban totalmente errados. Difícil de creer considerando que la inflación supera ampliamente en la actualidad la meta del BCV y muchos analistas consideran que la verdadera es aún mucho mayor, pues ha sido potenciada por los controles en el tipo de cambio que han generado un “mercado paralelo”.

En estas circunstancias, con Argentina con nueva presidenta (esposa del responsable de este desequilibrio) y Venezuela con un Chávez queriendo reafirmar su poder luego de su derrota del domingo 2, será interesante observar cómo ambos países manejan su política macroeconómica el próximo año. Dicho sea de paso, ¿cómo se renegociarán salarios, con inflación “trucha” o verdadera?

¿VENDEREMOS EVOCHOMPAS A ESTADOS UNIDOS?

Ahora que nuestro TLC ya entró en la recta final, aventajando al de Colombia y dejando atrás a Bolivia y Ecuador -con la incertidumbre sobre si serán incluidos en una potencial próxima renovación del ATPDEA (para dar tiempo a la implementación de nuestro TLC y el colombiano)-, es posible que el Perú atraiga clientes e inversiones de dichos países. Veamos algunas de las oportunidades que podrían abrirse por ello.

Por ejemplo, en el 2006, EE.UU. importó de Bolivia US\$ 7.4 millones en *pullovers* de algodón para hombres o niños, pero entre enero y setiembre del 2007 sus compras cayeron un 33% respecto del mismo periodo del año anterior. Un caso dramático es el de los *tank tops* de punto de algodón para mujeres, que en el 2006 alcanzaron los US\$ 812.5 mil, pero que entre enero y setiembre han caído en casi ¡100%! a apenas US\$ 671. Para el mismo producto y periodo, las compras a Colombia cayeron un 75% y a Perú, un 50%, pero mientras al primero le compraron US\$ 311 mil, a nosotros nos compraron US\$ 12 millones. Un producto importante para Bolivia en el que el Perú también compite son las joyas de oro o platino (EE.UU. le compró a ese país US\$ 47.9 millones en el 2006; al nuestro, US\$ 20.2 millones). En puertas de madera, sus marcos y umbrales también destaca Bolivia (US\$ 18.3 millones en el 2006) y aunque nuestras ventas aún son incipientes, también tenemos potencial (crecieron un 97% entre enero y setiembre, llegando a US\$ 392 mil). Además, está el atún ecuatoriano (EE.UU. le compró US\$ 52.4 millones de atún preparado o conservado empacado al vacío en el 2006, pero a setiembre sus importaciones cayeron un 2%). El Perú no le vendió esta partida a EE.UU., pero podría desarrollarse su producción. También están los arreglos de flores colombianos.

Como lo señalamos, esto podría ir más allá del simple reemplazo de proveedores. Puede constituir una oportunidad para la instalación de más empresas, con el traslado de inversiones que harían de las zonas cercanas a nuestras fronteras nuevos polos de desarrollo (no solo en hidrocarburos, como se mencionó que ocurriría con Bolivia, sino también en sectores como el de confecciones o la agroindustria). En los debates del Congreso americano no fueron pocos los representantes y senadores que, como Charles Grassley, mencionaron lo contradictorio que les resultan las posturas políticas de Ecuador y Bolivia en contra de EE.UU. y pro Chávez y, simultáneamente, su deseo de renovar el ATPDEA... debe ser que “el tratado de comercio de los pueblos” no “se come”.



almacenes



logística



warrants



depsa files


www.depsa.com.pe

regresar
página 1



TLC Perú - Estados Unidos: comienza la cuenta regresiva

Esta vez recordamos brevemente todas las peripecias que el tan ansiado tratado ha recorrido.

EL PLAN B DE LOS MONOS

A inicios del nuevo milenio, cuando no pocos en el Perú aún creían que la liberalización unilateral con aranceles planos era “para los monos”, los promotores de la libertad económica, entre los que destaca Roberto Abusada, plantearon al gobierno de Alejandro Toledo una alternativa que, si bien no es tan eficiente (ver *Semanario COMEXPERU* N° 312), es políticamente más viable que esta y más veloz que las negociaciones multilaterales: la negociación de tratados bilaterales de libre comercio, comenzando por un TLC con nuestro principal socio comercial, Estados Unidos. Ello tenía sentido considerando que la materialización de un Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) se veía cada vez más lejana. Después de todo, poner de acuerdo a 34 países no es tarea fácil, menos cuando comenzaban a surgir disputas por el liderazgo entre los gigantes de la región y, peor aún, cuando entraban en escena personajes como Hugo Chávez.

El gobierno de Toledo se comprometió con la alternativa y en el 2002, cuando se aprobó el ATPDEA, el Perú le expresó a Estados Unidos su intención de negociar un TLC. Tras intensas gestiones, y cuando parecía que quedábamos fuera con Colombia ganándonos la partida, se logró que en noviembre del 2003, EE.UU. anunciara que la propuesta procedía. Seis meses después empezaron las negociaciones. El proceso interno no fue nada fácil. Por aquellos días, no solo sectores de la sociedad civil evidentemente des-(y mal) informados, sino incluso algunos gremios empresariales se oponían fervientemente al acuerdo (argüían que no existían oportunidades reales de beneficiarse del acceso al mercado norteamericano y que el TLC solo significaría la apertura de nuestro deprimido mercado a las importaciones de EE.UU.). Recordamos los intensos debates en el marco del Consejo Empresarial de Negociaciones Internacionales entre los que apoyábamos y los que discrepaban del TLC. No fue sencillo conciliar posiciones y no faltaron los “pobretólogos” intentando retrasar el proceso, pero el apoyo con el que hoy cuenta el TLC nos muestra lo mucho que hemos avanzado y aprendido desde entonces.

COMEXPERU lo apoyó desde que era tan solo una idea (basta mencionar uno de los primeros -sino el primero- *foros* que se hizo sobre el tema en el Perú, en febrero del 2004, con Rodrigo Botero, ex ministro de Hacienda de Colombia, y Jaime Serra Puche, ex ministro de Comercio y Fomento Industrial de México), habiendo mantenido una línea consistente con sus principios: promover el desarrollo del comercio exterior, defender el libre mercado y alentar la inversión privada, como base para el desarrollo del país. Tras 19 meses, 14 rondas y varias ediciones de este *Semanario* defendiendo e impulsando el proceso (con más de 150 artículos), en diciembre del 2005 concluyó la negociación y el 12 de abril del año siguiente fue firmado por ambos países. Luego venía la ratificación. No la veíamos tan difícil cuando a las 2:35 de la mañana del 28 de junio del 2006, tras una maratónica sesión sin interrupciones, el Pleno de nuestro Congreso lo ratificó con 79 votos a favor, 14 en contra y 6 abstenciones. Con lo que no contábamos era con que iba a demorar tanto en el Parlamento estadounidense.

LA RECTA FINAL

A estas alturas, la opinión de los gremios empresariales era unánimemente favorable al TLC y todos hacían votos para su pronta ratificación. Sin embargo, luego de casi año y medio de intensas gestiones ante Washington D.C., visitas de congresistas americanos, viajes de ministros peruanos y *lobbies* al más alto nivel, el 8 de noviembre la Cámara de Representantes lo ratificó con 285 votos a favor y 132 en contra, y el pasado 4 de diciembre lo hizo el Senado con 77 y 18, respectivamente. Esta fue una inusitada victoria para un acuerdo comercial, sobre todo considerando que, con los republicanos al mando, el TLC con Chile logró 66 vs. 31 y el CAFTA-DR, 54 vs. 45. COMEXPERU felicita a los gobiernos que han hecho posible este gran proyecto; se enorgullece por haber puesto su “granito de arena” para apoyarlo desde su concepción y observa con bastante optimismo cómo la opinión general de los empresarios y la gran mayoría de la opinión pública es favorable a los TLC y cómo los objetivos de lograr una mayor “integración al mundo”, “libre mercado” y “competitividad” son ahora parte de la agenda nacional prioritaria.

PERO AHÍ NO TERMINA...

Lo único que falta para que el TLC entre en vigencia es la fase de implementación, que duraría 8 meses. Se tiene entendido que son 226 acciones y destaca el INDECOPI con el 27% de estas. Dicha entidad, el MTC, el OSIPTEL, el MEF, la CAN y el MINCETUR abarcan el 72%. Confiamos en que todos apoyaremos el proceso. Como vemos, ha sido un intenso camino, que con mayor razón valdrá la pena si nos impulsa a acelerar la agenda interna... así podremos “sacarle el jugo” a esta buena alternativa.



Grupo Interbank ahora en China

Que tus productos lleguen más fácil y rápido a China.
Nueva Oficina Comercial en Shanghai.
www.ifhperu.com



regresar
página 1



Entrada a la madera: calidades y diseños

El tema del aprovechamiento de nuestros recursos forestales ha sido uno de los mencionados en el artículo “El perro del hortelano” del presidente de la República. El Perú es el segundo país en Sudamérica y el séptimo en el mundo en extensión de superficies de bosques naturales, los cuales representan el 60% de nuestro territorio. A pesar de ello, la disyuntiva entre la conservación y el uso de estos recursos naturales (y las hectáreas ociosas que podrían utilizarse para madera) está dejando de lado grandes oportunidades. Las exportaciones de muebles de madera se han duplicado en los últimos seis años (de US\$ 8 millones en el 2000 a US\$ 16 millones en el 2006); sin embargo, esta cifra resulta bastante desalentadora en relación con las exportaciones mundiales de muebles de madera (US\$ 46 mil millones en el 2006), a pesar del gran potencial de los insumos y el trabajo artesanal peruanos.

MÁS ALLÁ DEL BOSQUE

Los muebles o enseres móviles son utilizados comúnmente para actividades cotidianas o decorativas en casas, oficinas o cualquier tipo de locales. De acuerdo con el Perfil de Mercado sobre muebles de madera del MINCETUR, existen dos tipos de fabricantes peruanos: el moderno y el tradicional. En términos generales, el sector nacional de muebles de madera está conformado principalmente por una industria de tradición familiar, orientada al

Perú: exportaciones de muebles de madera 2000-2006 (en miles de US\$)		
Descripción	2000	2006
Asientos con relleno y armazón de madera	22	821
Los demás asientos con armazón de madera	795	1,370
Muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas	155	844
Muebles de madera del tipo de los utilizados en las cocinas	50	246
Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios	1,549	3,541
Los demás muebles de madera	5,101	8,996
Total	7,670	15,819

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

estilo artesanal. Las empresas tradicionales son micro o pequeñas del tipo familiar y cuentan con una producción destinada básicamente al mercado local. Según la composición de las exportaciones MYPE por sector, solo el 9% de las exportaciones no tradicionales pertenecieron al sector maderas y papeles para el año 2005. Por el contrario, los fabricantes modernos se dirigen normalmente a un mercado de exportación, con productos de diseños exclusivos y de alta calidad a nivel internacional.

Entre los principales tipos de muebles exportados para el año 2006, se encuentran los muebles de madera para dormitorios, cocinas y oficinas. De estos, el 82% se destinaron a EE.UU. y, en segundo lugar, un 12% a Italia. Entre las principales empresas exportadoras tenemos a Exportimo, Canziani, la Asociación de Artesanos Don Bosco, entre otras. En el mundo, China es el principal exportador de muebles de madera con US\$ 8,783 millones en el 2006 para muebles de madera (tipo de cocina, dormitorios y oficinas, y asientos con armazón de madera. Otros países exportadores son Italia (US\$ 6,021 millones) y Polonia (US\$ 2,660) millones.

MADERA DESIGN

En el caso de Canziani, Franco Canziani, gerente general, comenta que un 70% de la producción está destinado al mercado americano. Actualmente, se cuenta además con un 25% de producción para ventas corporativas locales y un 5% para residencias. Igualmente, indica que el mobiliario tiene una larga cadena de valor que se basa fundamentalmente en la selección de la madera y el secado de la misma. En la exportación, los modelos son muy diversos y dependen fundamentalmente de los requerimientos de los clientes, mientras que para el mercado local se ofrecen modelos diseñados por la misma empresa. Por otra parte, indica que uno de los grandes problemas del sector es la insuficiente integración de la cadena, desde las limitaciones que existen para contactar buenos proveedores de madera, accesorios, etc., hasta el alto costo del transporte para el traslado de materia prima desde la Amazonía.

Parte de la exportación de muebles de madera responde a casos de clientes para los que fabricar una pieza en el Perú resulta mucho más rentable por la calidad de la materia prima, el buen trabajo y habilidad de la mano de obra y de los diseñadores, afirma Renzo Cordano, diseñador de interiores. Uno de los aspectos a considerar es la importancia de las condiciones climáticas a las que estará sometida la pieza, para no dañar la madera (por lo que aquellos casos en los que se envía bienes a Chile, Miami o Centroamérica, requieren de técnicas especiales para fortalecer y secar la madera). Entre los estilos más comunes, el que mayor auge va adquiriendo es el clásico-moderno, en caoba o cedro, los materiales tradicionales, además de otros como la mohená y la cariniana. Una de las grandes ventajas del país en este aspecto es el talento de ebanistas, escultores y diseñadores que con sus acabados construyen el potencial del sector de mobiliario en madera.

CERTICOMEX
Comercio Exterior

Obtenga en línea Información de Comercio Exterior y Riesgo

Promoción Especial para los Socios de COMEXPERU



CONTACTENOS AL 225-5010

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

regresar
página 1



Cuando EE.UU. estornuda, ¿el mundo se resfría?

No es un secreto que a la economía estadounidense no le va bien. Pese a que los últimos resultados macroeconómicos han sido mejores de lo esperado (hubo un crecimiento del 2.8% en el tercer trimestre del 2007), para la mayoría de analistas económicos la entrada en recesión de la economía más grande del mundo es un hecho, por lo que ahora las dos preguntas por plantearse son: ¿qué tan fuerte será la recesión? y ¿cuál será su impacto en la economía mundial?

CRÓNICA DE UNA RECESIÓN ANUNCIADA

Los problemas de la economía norteamericana son diversos y actualmente se ven reflejados en la debilidad de su moneda. Durante años, EE.UU. ha estado financiando su excesivo gasto con dinero del extranjero; tanto es así, que su déficit en cuenta corriente promedio de los últimos cinco años es de casi el 6% del PBI, y para el cierre del 2007 el Fondo Monetario Internacional (FMI) proyecta que será del 6.9%.

A este tremendo desbalance se suma la preocupante crisis de deuda generada por los créditos *subprime* del mercado de hipotecas (ver Semanario COMEXPERU N° 436) que, al parecer, es solo la "punta del iceberg", pues se espera que a mediados del 2008 empeore por el mayor vencimiento de créditos. Y es que el problema de esta crisis y lo que la diferencia de otras, radica en que, al ser de deuda, ha generado desconfianza en la cadena de préstamos originando una contracción crediticia (*credit crunch*) que puede (o más bien ya lo está haciendo) afectar el consumo y la inversión, y frenar el crecimiento económico. Ante esta situación, la Reserva Federal (FED) tuvo que iniciar nuevamente una política monetaria expansiva que ayude a restaurar la salud del mercado crediticio. Pero, ¿hasta cuándo la podrá mantener?

Bajar la tasa de interés significa debilitar aún más al dólar frente a otras monedas, lo que de por sí ya preocupa a bancos centrales e inversionistas de todo el mundo, que lo utilizan como reserva de valor. Según *The Economist*, alrededor del 65% de las reservas de los bancos centrales está en dólares y solo China y Japón, los dos países que más han acumulado, tienen US\$ 1.4 billones y US\$ 1 billón respectivamente. Si los bancos centrales deciden deshacerse de sus dólares sería una catástrofe internacional, con un impacto en la economía mundial inimaginable. Cabe resaltar que el primero en hacerlo será el que menos pierda (a causa de la depreciación), pero también el que origine una crisis y se gane, muy probablemente, un pleito con el Tío Sam.

De otra parte, tampoco podemos olvidarnos de las presiones inflacionarias provocadas por el alza del precio del petróleo (¡que a su vez tiene que ver con la pérdida de valor del dólar!). Con esto, habría que subir nuevamente los tipos de interés (¡quizá incluso en medio de una recesión!)... duros días los que se le vienen a Ben Bernanke, nuevo presidente de la FED.

¿COMPENSACIÓN "EMERGENTE"?

La economía norteamericana no solo es la más grande del mundo (representa la tercera parte del PBI mundial), sino que también constituye el mercado más importante para las exportaciones de muchos países. Por esta razón (entre otras), una recesión con, además, un dólar depreciado relativamente, implicaría una reducción de las importaciones del país (que actualmente ya se está dando a causa del segundo factor) y, por ende, afectaría el crecimiento de otras naciones. Si se piensa que la Unión Europea o Japón podrían aliviar la coyuntura, probablemente sea una equivocación. El encarecido euro (frente al dólar) es una limitante para el crecimiento de la poco dinámica economía europea; entretanto, Japón todavía no sale del todo de su propia recesión o más bien depresión por el tiempo que ha durado.

No obstante, y a diferencia de épocas anteriores, hoy en día las economías emergentes, principalmente China e India, han cobrado una mayor importancia y podrían, si no hacer un contrapeso al menor consumo estadounidense, al menos suavizarlo. Es claro que su consumo, principalmente de productos con mayor valor agregado, dista lejos del norteamericano (en China esta variable equivale al 37% del PBI; en EE.UU. es el 71%), pero su gran demanda por materias primas implicaría mantener sus precios altos (incluyendo el del petróleo, lo cual es negativo para EE.UU.) por lo que países como el Perú no se verían tan afectados de momento. Solo el tiempo nos dirá qué pasará.

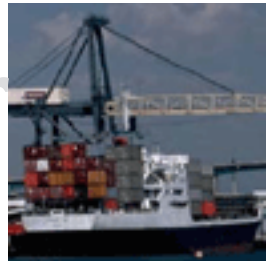


EN LA REALIZACIÓN DE EVENTOS...
SIEMPRE, UNA EXPERIENCIA ÚNICA

SUMMIT

DELFINES
HOTEL & CASINO

regresar
página 1



Fotografía agroexportadora

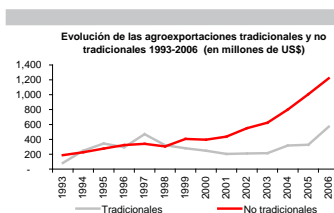
Luego de la aprobación final del TLC con EE.UU., está en nuestras manos aprovechar las oportunidades que este nos presenta. En el caso del agro, actualmente existen imágenes de gran contraste: la industrializada agroexportación y el trabajo en el campo de miles de agricultores, muchos aún sumergidos en la pobreza. Se ha hablado mucho del *boom* agroexportador y los evidentes resultados positivos sobre el crecimiento, el empleo, las industrias conexas y el desarrollo de las regiones involucradas. A continuación examinaremos uno de los sectores más importantes como carta de presentación ante el comercio mundial.

¿EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS?

De acuerdo con el INEI, en el 2006, la participación del agro en el PBI fue del 8.3%, un 31.6% de la población nacional vivía de la actividad agropecuaria y un 31.2% de la PEA nacional se ocupaba en dicha actividad. Hablamos entonces de una de las actividades que emplea a mayor cantidad de personas y que incorpora gran diversidad de nuestros recursos naturales (zonas, climas y productos de la costa, sierra y selva del país). De ahí que sea uno de los sectores más prósperos, sostenibles y con mayor potencial.

En el 2006, las exportaciones agrícolas alcanzaron los US\$ 1,789 millones, un 60% y un 34% más que lo exportado en los años 2004 y 2005, respectivamente, y casi siete veces lo exportado en 1993. Actualmente, existe una gran diversidad de empresas que cuentan tanto con sus propias tierras como con estrategias de articulación o compra de productos a agricultores, ya sea de manera directa o indirecta a través de *brokers*. Para el mismo 2006, las principales empresas de acuerdo con los primeros cinco productos fueron: en el caso del café, Perales Huancaruna y Compañía Internacional del Café; en el de los espárragos frescos y conservados, Sociedad Agrícola Drokasa y Sociedad Agrícola Virú; en los frutos como la páprika y el pimiento piquillo, Corporación Miski y Efada Export; en las alcachofas, Sociedad Agrícola Virú; y en los mangos, Sunshine Export, entre otros.

Refiriéndonos específicamente a los productos, el café sigue siendo el producto líder, con US\$ 515 millones exportados en el año 2006 (68% más que el año 2005). Le siguen los espárragos frescos y preparados, con US\$ 187 millones y US\$ 104 millones (un 17% y un 27% de crecimiento respecto al año anterior, respectivamente). Las alcachofas son uno de los productos que se ha consolidado en el *ranking*, pues crecieron un 101% entre el 2004 y 2005, y en el 2006 alcanzaron los US\$ 66 millones. Otros productos que mostraron alentadores niveles de crecimiento en el 2006 fueron las uvas frescas (50%), el banano (51%), los mangos (54%), las paltas (66%), la tara (129%), el jugo de maracuyá (171%) y el frijol castilla (239%). Por otro lado, entre los principales países de destino en el 2006 se encuentra EE.UU. (32%), seguido de algunos países del bloque europeo: Alemania (11%), España (9%), Holanda (7%) y Bélgica (5%), entre otros.



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

PORQUE AHORA ES CUANDO

Entre las oportunidades con las que contamos, la tendencia mundial del consumo de alimentos y cuidado de la salud señala el potencial y creciente aceptación de productos naturales y orgánicos (ver *Semanario COMEXPERU* N° 406). En el caso peruano, existen más de 33 mil productores, 273,754 hectáreas dedicadas a los cultivos orgánicos, alcanzando este tipo de exportaciones un total de US\$ 100 millones en el año 2006. Algunos de estos atractivos productos son el café, el banano y el cacao.

Según José Chlimper¹, presidente del Directorio de AGROKASA, nuestro país cuenta con un potencial inmenso que, sumado a la apertura y seguridad para la inversión que nos brindarán los acuerdos comerciales, consolidará los beneficios que hoy observamos en el sector, y con ello se generará una nueva ola de inversiones. Es importante reconocer que en la agroexportación lo que se exporta es industria, y como tal la cadena incluye actividades relacionadas, como los embalajes y empaques, maquinaria de procesamiento, equipos de frío y uniformes de personal. Asimismo, para alcanzar la integración de la sierra y la selva en este *boom* exportador, no debemos pretender que en la sierra se haga lo mismo que se hace en la costa, es decir, que se cultiven los mismos productos. Sin embargo, cabe destacar la importancia de que no solo este sector cuente con mejor infraestructura, sino la necesidad de una normatividad para el tema del uso del agua, de la propiedad de la tierra y acciones que provean y faciliten el acceso de innovación y tecnología en el agro. Gran agenda pendiente.

* En entrevista realizada para Negocios Internacionales, publicación mensual de COMEXPERU, edición especial noviembre-diciembre de 2007, publicada esta semana.

12 meses
incluye
10 licencias

PROMOCIÓN KIT PYMES

La suite Panda EnterpriSecure Antivirus para PYMES, incluye:

- Instalación, capacitación y entrenamiento
- Soporte técnico GRATUITO
- Protección para redes de hasta 8 estaciones y 2 servidores

NOS ANTICIPAMOS A LOS RIESGOS, PARA QUE SU EMPRESA CREZCA SIN PREOCUPACIONES

Mayor Información

Answer Consulting Group - Panda Software Perú
Calle Lord Cochrane 521 - Miraflores - Lima 18
Central : (511) 421-2623 / 221-0453 / 221-0159
Telefax: (511) 221-6001
email: pymes@answer-it.com.pe
www.pandasoftware.es

regresar
página 1