



Contenido

Del 25 de setiembre al 01 de octubre del 2006

	SIN LA RAZÓN Y POR LA FUERZA	Editorial	2
	LA PAPA PERUANA PODRÁ INGRESAR AL MERCADO BRASILEÑO <i>Se superaron barreras fitosanitarias para el ingreso de 12 productos peruanos.</i>	Hechos de Importancia	3
	DIEZ AÑOS Y SIGUEN CON LA PRÓRROGA <i>Del Congreso, las azucareras y la "garantía" del no pago.</i>	Bandeja Legal	4
	LIBRE DESAFILIACIÓN: UNA NUEVA PROPUESTA <i>Y parece que esta vez va en serio.</i>	Actualidad	5
	EXPORTACIONES PRESENTARON UN CRECIMIENTO DE 33.9% <i>Continúa el dinamismo en el sector pesquero no tradicional.</i>	Economía	6
	MÉXICO BAJO LA LUPA <i>Acerca del dinamismo comercial entre el Perú y el país azteca.</i>	Comercio Exterior	7
	CONCIENCIA FITOSANITARIA <i>Para el éxito de la Sierra Exportadora.</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

Elizabeth Herrera Geldres

Marisa Podestá Torres-Llosa

Publicidad

Edda Arce de Chávez

Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

Diseño Gráfico

Pamela Velorio Navarro

Corrección

Angel García Tapia

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



Sin la razón y por la fuerza

Hace unas semanas, dos gremios empezaron nuevamente la discusión respecto a las salvaguardias, un impuesto que encarece los bienes importados para que algunos empresarios nacionales puedan elevar sus precios y lograr vender sus propios productos. Una vez más, el producto elegido son las confecciones y, una vez más también, el país castigado sería China y el consumidor castigado, el más pobre (que es el que consume productos chinos baratos).

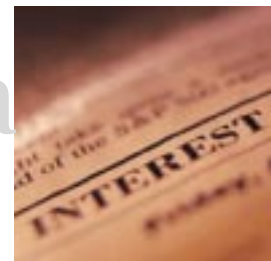
Obviamente, frente a tantos perjudicados, alguien tiene que ganar. Ganan los productores de confecciones que venden más caro a los peruanos y, por supuesto, ganan los vendedores de insumos para las confecciones que ya consiguieron poner derechos antidumping (mismo efecto de las salvaguardias) a algunas de las telas importadas de China y Brasil. El negocio es redondo: se hace que sea más caro el producto final (confecciones) para poder vender más caros los productos intermedios.

Pero para imponer salvaguardias legítima y legalmente se necesita argumentos: demostrar con claridad que hay daño a la industria nacional debido, única y exclusivamente, a un aumento de las importaciones. En el Perú eso nunca se pudo demostrar. Por ello, la última vez bastaron las encuestas manipuladas y los gritos desaforados de Mufarech y Waisman. ¿Será igualmente fácil esta vez?

También en esta ocasión, la SNI pide salvaguardias. También en esta ocasión se sirve, para darle tonalidad "social", de los confeccionistas de Gamarra, a quienes primero utiliza y luego traiciona cuando eleva el precio de las telas y accesorios. También en esta ocasión los acompaña el señor Manzur, que amenaza con una marcha a Palacio para presionar por las salvaguardias. Saben que, ante la falta de argumentos, buenas son las marchas, las amenazas y los insultos. Es que... algunos estilos nunca cambian.

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU





LA PAPA PERUANA PODRÁ INGRESAR AL MERCADO BRASILEÑO

Brasil es el noveno socio comercial del Perú y representa un mercado potencial interesante para los productos no tradicionales. Tenemos 2,800 kilómetros de frontera con Brasil, y con el desarrollo de infraestructura adecuada se podrá potenciar aún más la integración. Tomando como referencia el periodo enero-agosto 2006, las exportaciones de bienes manufacturados a Brasil aumentaron en 85% y las del sector agropecuario pasaron de US\$ 6.8 millones a US\$ 9.1 millones, en comparación al mismo periodo del año anterior.

El SENASA, en coordinación con el Ministerio de Agricultura del Perú y el Ministerio de Agricultura Pecuaria y Abastecimientos de Brasil, ha logrado que doce vegetales peruanos puedan ingresar al mercado brasileño al constatar que cumplen con las condiciones fitosanitarias requeridas.

Es importante el ingreso de la papa peruana, porque en las poblaciones brasileñas cercanas a la frontera esta tiene un alto costo. Junín y Huánuco son los principales productores de papa en el Perú y se encuentran relativamente cerca de la frontera, pudiendo aprovechar para exportarla a través de Ucayali. Brasil importó papa en sus distintas presentaciones en el 2005 por US\$ 13.67 millones, principalmente de Argentina y Países Bajos. La papa -de gran importancia social y económica para el país- será aún más relevante en el marco del proyecto Sierra Exportadora.

También están autorizando el ingreso de uva, palta, orégano seco, pera, maca, betarraga, zanahoria, repollo, frejol en grano, semilla de melón y semilla de sandía. Muchos de estos productos tienen altos índices de consumo en el mercado brasileño y la importación de los mismos ha seguido una tendencia creciente.

El SENASA también está buscando incorporar otros productos al mercado internacional, como kiwicha y palta a México, papa y cítricos a Chile, palta a EE.UU., uva a Corea y mango a Japón. Dentro de ese esfuerzo, dicha institución iniciará en los próximos días la certificación fitosanitaria del primer embarque de piña fresca piurana a los EE.UU.

DIEZ AÑOS Y SIGUEN CON LA PRÓRROGA

La semana pasada, el Pleno del Congreso de la República aprobó una ley que busca prorrogar -nuevamente de forma "improrrogable"-, hasta el 31 de diciembre del 2008, el régimen de protección patrimonial que beneficia a la industria azucarera... justo a tiempo, pues dicho régimen vence este 30 de setiembre.

Gracias a ello continúa la imposibilidad de cobrar deudas a las azucareras. Esta es una de las bondades de la Ley de la Actividad Empresarial de la Industria Azucarera (Ley N° 28027), promulgada en el 2003, para las empresas agrarias azucareras en las que el Estado tenía participación accionaria. Pero no es cosa de tres años. Ya el Decreto Legislativo N° 802 (de ¡1996!) daba medidas de "saneamiento" para rescatar a estas empresas.

Diez años es tiempo considerable para que, de existir posibilidades de viabilidad, se hubiesen llevado a cabo los ajustes necesarios. Pero la constante prórroga es justamente un desincentivo para realizar mejoras. También es una pésima señal para cualquier inversionista. Si hay empresas que siguen presentando resultados negativos tras diez años, ¿por qué seguir prorrogando el plazo? Eso probablemente signifique que no son rentables, pero ¿por qué tienen que pagar los acreedores por eso? Si los congresistas están esperando atraer inversión a las azucareras o a cualquier otro sector, desprotegiendo a los acreedores (en este caso, el propio Estado, empresas proveedoras, trabajadores, etc.) van a conseguir todo lo contrario.

Las azucareras ya gozan de bastantes dádivas a costa de sus acreedores, de los consumidores (recordemos la franja de precios, que puede llevar el arancel del azúcar hasta 68%) y del Estado. En lugar de prorrogarse también (al 2008) el plazo para realizar la transferencia de acciones estatales, el Estado ha debido acelerar la venta o, si es evidente la inviabilidad, dejar de darles respiración artificial.



- warrants
- almacenes
- logística
- depsta files



< regresar
página 1



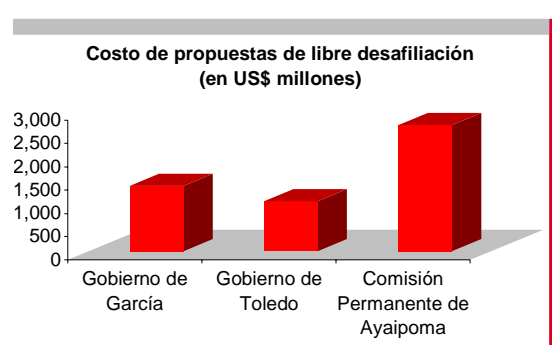
Libre desafiliación: una nueva propuesta

La libre desafiliación ha sido uno de los temas más recurrentes en el Congreso de la República a lo largo de los últimos siete años. A pesar de haberse otorgado por ley dos plazos de dos años para la regularización de quienes se afiliaron a una AFP cuando habrían percibido una pensión mayor en el Sistema Nacional de Pensiones (SNP), todavía continúan exigiendo un trato excepcional. En las próximas semanas, las comisiones de Economía y Seguridad Social aprobarán sus fórmulas de libre desafiliación teniendo como base la propuesta realizada por el Ejecutivo.

Quizás el aspecto más importante de una propuesta de libre desafiliación es definir quiénes se pueden desafiliar. La propuesta del Ejecutivo plantea que quienes quieran desafiliarse de las AFP deberán probar, con documentación preparada por las propias AFP, que sus pensiones serían superiores en el SNP. Así se busca el mayor bienestar para el pensionista y se evitan problemas similares a los que motivaron la discusión acerca de la libre desafiliación y que mantienen a las AFP en suspenso desde hace ya varios años.

EL COSTO DE LA LIBERTAD

Mientras más personas puedan desafiliarse de una AFP, mayores gastos deberán ser asumidos por el Estado, lo que reduce la capacidad de priorización del gasto público. ¿Quién no querría poder otorgar pensiones elevadas para la población de mayor edad? Sin embargo, estos deseos deben pasar por el tamiz de la realidad. Considerando que en el 2005 el Estado tuvo que asumir el 74% del pago de pensiones de la ONP, se debe analizar el costo de cada propuesta de desafiliación (ver cuadro), pues será asumida por los contribuyentes en desmedro de otros gastos prioritarios que podrían efectuarse en el país.



Fuente: MEF. Elaboración: COMEXPERU.

El proyecto de ley requiere que los trabajadores cumplan con los requisitos para recibir una pensión para que puedan desafiliarse. Ello quiere decir que la desafiliación se realizará al momento de la jubilación, lo cual trae diferentes beneficios. En primer lugar, permite que los trabajadores se queden con mayor parte de sus ingresos, pues la tasa de aportación al SNP es mayor que la del Sistema Privado de Pensiones (SPP). En segundo lugar, los aportes que se hagan a la AFP tendrán un rendimiento correspondiente al trabajador que últimamente podría determinar una mayor pensión en el SPP. De otro lado, permite al Estado programar su presupuesto conforme sus proyecciones de desafiliación por año, la propuesta de hacerla inmediata no lo hace.

En cuanto a la población que viene percibiendo una pensión por debajo de la mínima, la propuesta otorga pensiones complementarias. Asimismo, el proyecto de ley también otorga una pensión adicional a favor de los pensionistas que hayan realizado labores de riesgo.

LIBERTAD PARA DESAFILIARSE

Uno de los argumentos más recurrentes a favor de la libre desafiliación inmediata e indiscriminada es que obligar a los trabajadores a contratar con una AFP vulnera su derecho de libertad contractual, pues no se les da la opción de optar por algo más. Quienes sostienen esto parecen olvidar que la libertad también trae obligaciones y responsabilidades. La libertad de la que hablan será financiada por los contribuyentes de manera obligatoria.

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



Exportaciones presentaron un crecimiento de 33.9%

Entre enero y agosto, las exportaciones alcanzaron casi US\$ 14,420 millones, reportando un crecimiento de 33.9% con respecto al mismo periodo del 2005. Asimismo, las importaciones suman US\$ 9,788 millones y son las importaciones de bienes de capital las que han crecido más durante el 2006, pasando de US\$ 2,068 millones a US\$ 2,765 millones. Con ello hemos logrado obtener un superávit en balanza comercial de US\$ 4,630 millones, 73.7% superior al que obtuvimos entre enero y agosto del año pasado. En lo que respecta al mes de agosto, las exportaciones han crecido en 24.8%, mientras que las importaciones lo hicieron en 16%. Así, este año hemos obtenido en agosto un superávit 52.6% mayor al que obtuvimos en el mismo mes del 2005.

ANALIZANDO LOS SECTORES

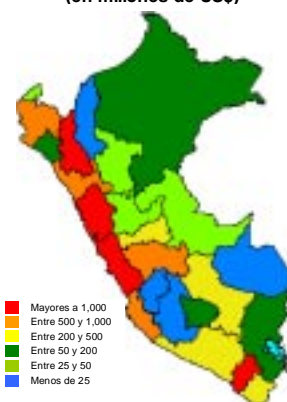
Del total del crecimiento exportador en los primeros ocho meses de este año, el sector primario representa el 85.25% y el sector manufacturero, el 14.75%. A pesar de la caída de las exportaciones en el sector pesquero (-5.28%), el sector primario logró un crecimiento de 38.74%. Por el lado de las manufacturas, es importante mencionar la continua expansión de sectores como el siderometalúrgico y textil cuyas exportaciones han aumentado en US\$ 197.98 millones y US\$ 116.59 millones, respectivamente. Mientras que el único sector que registró una caída fue el metalmecánico, cuyas exportaciones descendieron 23% en comparación al mismo periodo del año anterior.

¿A DÓNDE VAN Y DE DÓNDE VIENEN?

En el periodo analizado, el principal destino de nuestras exportaciones fue Estados Unidos, que participó con el 24.12% de las mismas. Lo siguen China (9.98%), Suiza (7.16%) y Canadá (7.11%). Es importante mencionar que la presencia del Perú en estos mercados ha aumentado 7%, 16%, 145% y 63%, respectivamente, en relación al mismo periodo del 2005.

En el mapa adjunto se pueden observar las profundas diferencias, en cuanto a exportaciones, que existen entre los departamentos del país. Actualmente, Lima, Áncash, Moquegua y Cajamarca concentran el 58.34% de nuestras exportaciones, mientras que Huancavelica, Ayacucho, Madre de Dios y Amazonas solo representan el 0.28% de las mismas. Estas diferencias entre regiones se deben, en gran medida, a los recursos naturales (principalmente mineros o pesqueros) que tienen algunas regiones, pero también al grado de desarrollo de las mismas. Con iniciativas como el programa Sierra Exportadora, se está intentando potenciar el desarrollo de las regiones del interior del país; sin embargo, aún queda mucho por hacer.

Exportaciones por departamento (en millones de US\$)

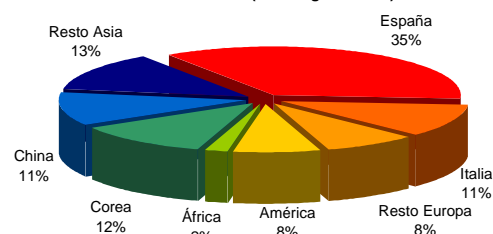


Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

DINAMISMO EN ACUICULTURA

La partida arancelaria que ha mostrado mayor dinamismo, llegando a ocupar el puesto 25 dentro de las exportaciones por mayor valor FOB, es jibias, globitos, calamares y potas vivas, frescas o congeladas. Las exportaciones de este producto llegan a 60 países y han pasado de US\$ 606,000 entre enero y agosto del 2005 a US\$ 62.55 millones este año. Piura provee el 71.9% del total de esta partida, Lima lo sigue con 16%, Tumbes con 5.7% y Áncash, Arequipa, Cuzco, Tacna y Moquegua contribuyen, en su conjunto, con el 6.4%.

Exportaciones de jibias, globitos, calamares y potas Por destino (enero-agosto 2006)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Panda ha conseguido el mayor ratio de eliminación de spyware

¡Aprovecha la promoción Retail y PYME 's!

DE VENTA EN: Tiendas de cómputo autorizadas a nivel nacional.

Mayoristas:

Tiendas por departamentos:

[regresar página 1](#)



México bajo la lupa

México es un mercado constituido por 106 millones de habitantes y su PBI alcanzó los US\$ 768 mil millones en el 2005. Posee una política comercial agresiva, ya que sus tratados comerciales constituyen un instrumento fundamental para la promoción de sus exportaciones y modernización del país. Por ello, actualmente México tiene tratados de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, Colombia y Venezuela, Costa Rica, Bolivia, Nicaragua, Chile, La Unión Europea, Israel, La Asociación Europea de Libre Comercio (Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza), El Salvador, Guatemala, Honduras, Uruguay y Japón.

Con el Perú, México viene negociando la ampliación del Acuerdo de Complementación Económica N° 8 -suscrito en 1995-, donde se incluyen preferencias arancelarias para algunas partidas. En el último proceso de ampliación, celebrado a fines de junio, se lograron avances en temas como salvaguardias y prácticas de comercio, controversias, asuntos internacionales y normas técnicas. Sin embargo, quedó pendiente cerrar ciertos aspectos en el tema de acceso a mercados, reglas de origen, servicios e inversiones.

EL DINAMISMO

El intercambio comercial entre México y Perú aumentó de US\$ 389 millones en el 2000 a US\$ 697 millones en el 2005. Nuestras exportaciones a México pasaron de US\$ 150 millones en el 2000 a US\$ 332 millones en el 2005, destacando las exportaciones no tradicionales. Por otro lado, el Perú importó básicamente artefactos, preparaciones capilares como champús, medicamentos, tractores y vehículos, alcanzando los US\$ 365 millones en el 2005. Si bien nuestra balanza comercial es aún negativa, la tendencia bilateral en el aumento de nuestras exportaciones es mayor que la de nuestras importaciones.

En el sector no tradicional resaltan las exportaciones de harina de flor de marigold, maderas, triplay, páprika, hilados y tejidos de lana o pelo fino (alpaca, vicuña y llama) y bisuterías. Según Inteligencia de Mercados de Prompex, durante 2005 se exportaron al mercado mexicano 651 partidas no tradicionales, 109 más que las registradas en el 2004. Respecto al número de empresas (648), 112 se concentraron en el sector textil, 85 en el sector agropecuario y 79 fueron madereras.

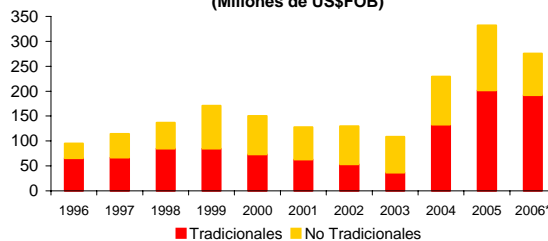
OPORTUNIDADES

Prompex ha identificado productos con potencial que aún no se explotan. En el sector maderero determinaron productos con valor agregado como puertas, pisos y muebles para armar. En el sector alimentos: palmito, espárrago y productos hidrobiológicos en conserva, aceites y semillas de palma, alimentos varios envasados o enlatados, café, leche pulverizada, flores frescas y cortadas y puros o tabacos. En el sector textil y confecciones destacaron las oportunidades de exportación de fibras de alpaca y prendas de vicuña -las cuales no representan competencia directa para productos mexicanos-, ropa infantil, ropa interior y de baño para dama de una y dos piezas, ropa casual, bolsos, billeteras y demás. Finalmente, en el sector servicios: programas de software, servicios de ingeniería, servicios de mantenimiento en infraestructura y servicios de salud.

Los productos fueron seleccionados como prioritarios para Perú por la tendencia en las importaciones de México y por la oferta peruana para satisfacer dicha demanda. Estos productos potenciales confirman lo imprescindible de identificar y difundir las oportunidades de negocio existentes a los empresarios, para así aprovechar los nichos que nos brindan los acuerdos comerciales internacionales.

En conclusión, en México existen oportunidades reales de negocio que debemos aprovechar. Es un país del cual podemos aprender en cuanto a política comercial, en el que existen posibilidades de inversión mutua (las inversiones mexicanas en el Perú ascienden a US\$ 3,000 millones y Kola Real es un ejemplo de éxito en México) y sería un socio comercial estratégico en el ambicioso plan de proyección comercial del Pacífico Sur (Chile y Perú) hacia los mercados asiáticos, al formar parte del APEC. A comienzos de mes, el presidente de la República, Alan García, expresó su deseo de emprender negociaciones para un futuro TLC con México. Observando la tendencia, un TLC representa una gran oportunidad para hacer más significativas nuestras exportaciones hacia ese país.

Exportaciones peruanas a México por sectores
(Millones de US\$ FOB)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.
*Enero-Agosto

Exportaciones no tradicionales a México
(millones US\$ FOB)

Sector	2004	2005	Var% 04/05
Maderas y papeles	44	59	25.53
Agropecuario	15	28	47.91
Textil	11	16	30.13
Químico	12	11	-10.00
Varios (inc. joyería)	3	6	45.69
Metalmecánicos	5	4	-4.71
Pieles y cueros	3	2	-16.26
Siderometalúrgicos	2	2	-15.73
Minería no metálica	1	1	21.04

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



Conciencia fitosanitaria

Un aspecto clave para el crecimiento de nuestras agroexportaciones son los temas fitosanitarios. Si no cumplimos a cabalidad con los requisitos que exigen los mercados internacionales, las puertas a las grandes oportunidades permanecerán cerradas a nuestros productos agrícolas.

Potenciar nuestra capacidad para cumplirlos es fundamental para que nuestras agroexportaciones diversifiquen mercados. Considerando lo intensivas que estas son en mano de obra y que en los últimos años han sido un motor de desarrollo descentralizado, resultaría contraproducente que, mientras se lanza por todo lo alto el programa Sierra Exportadora, el SENASA (entidad encargada de los aspectos fitosanitarios) esté sujeto a la política de austeridad del Gobierno, pues los gastos relacionados con lograr el acceso a nuevos mercados son más una inversión que un simple desembolso.

A continuación, nos enfocamos en algunos retos que enfrenta el Perú para poder lidiar efectivamente con este tema.

SI QUEREMOS DIVERSIFICAR MERCADOS...

La falta de asociaciones de productores puede ser una limitación importante, dado que aquellas expresan en una sola y más fuerte voz el deseo de diversos productores de vender a nuevos mercados. A través de ellas, se logra acordar posiciones para apoyar a la entidad encargada de la negociación de requisitos con otros países. Así como en el caso de los cítricos ProCitrus impulsó, junto con el SENASA, el acceso de aquellos a Estados Unidos, son necesarias organizaciones similares para otros productos como sandía, melón, tomate, tuna, zapallo, higo, entre otros. Hay interés por parte de algunos exportadores, pero esos intereses tienen que agruparse para facilitar el proceso. Sin embargo, también hay algunos que no saben lo relevante que es el cumplimiento de aquellos requisitos.

Y no es algo sencillo. Dicho cumplimiento involucra varias tareas (que imponen un peso considerable sobre el SENASA), como la aprobación de lugares de producción, de centros de empaque, la certificación de envíos, colocar y mantener trampas de mosca de la fruta, vigilar las poblaciones de las plagas en cuestión, realizar tratamientos fitosanitarios, supervisar el embarque, el precintado de contenedores, registrar en software la información de los envíos, etc. Muchas veces el SENASA no puede darse abasto porque necesita contratar, por ejemplo, a más inspectores de campo de manera permanente (por la responsabilidad que entrañan estas labores), pero no puede por limitaciones legales y financieras.

Por otro lado, el proceso para ingresar a nuevos destinos demanda varios esfuerzos: realizar estudios de Análisis del Riesgo de Plagas (ARP), visitas tanto de los representantes extranjeros al Perú como de los peruanos al destino en cuestión, investigaciones, traducciones bibliográficas y obtener información bibliográfica, entre otros. No obstante, el presupuesto institucional del SENASA no incluye dichas tareas, por lo que los aportes de las asociaciones interesadas suelen cubrirlas. Pero cuando eso no se da, el proceso puede llegar a interrumpirse.

NECESITAMOS RECURSOS PARA COMBATIR A LA MOSCA Y COMPAÑÍA

Además, se tiene que considerar la lentitud propia del proceso debido a las exigencias de los países de destino: las inspecciones fitosanitarias a los productos exportados durante los primeros años de apertura del mercado pueden ser muy estrictas, o puede ser muy difícil cumplir con los requisitos apenas se dé el acceso (realización de ensayos requeridos). Es más, a veces la autoridad fitosanitaria del destino tarda en responder sobre el ARP o se demora la publicación de la norma legal que detalla el requisito. Igualmente, el organismo responsable del ARP tiene que acreditarse, lo cual también es un costo, y, por otra parte, el ARP se realiza producto por producto, por lo que podría tomar hasta más de tres años lograr su acceso. No podemos controlar factores externos como estos, pero sí se puede mejorar lo concerniente a las labores del SENASA.

Asimismo, esto resalta la importancia de los tratados de libre comercio, que suelen incluir un capítulo sobre medidas fitosanitarias. Ello compromete a los países firmantes a trabajar y cooperar en dichos temas, lo cual puede facilitar los procesos.

¿Queremos una sierra exportadora? Si es así, tengamos conciencia fitosanitaria.

