



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 17 al 23 de diciembre del 2007

	¿MAL SI TERMINA EN OCHO?	Editorial	2
	LARGA LISTA PARA PAPA NOEL <i>Grandes expectativas en torno al consumo en esta Navidad.</i> EXPORTACIONES DE PRENDAS DE FIBRA DE CAMÉLIDOS <i>Se viene el invierno en el mundo desarrollado y nosotros los podemos abrigar...</i>	Hechos de Importancia	3
	NEGOCIOS CON ASIA A TRAVÉS DE SINGAPUR <i>¿Qué significa hub? Es sinónimo de Singapur.</i> CONVENCIONES Y EL PERÚ <i>Enhorabuena: Municipalidad de Miraflores propone convertir el cuartel San Martín en centro de convenciones.</i>	Actualidad	4
	CONSERVAS, CONGELADOS Y MÁS <i>En el periodo enero-octubre las exportaciones no tradicionales pesqueras crecieron un 18%.</i>	Economía	6
	LA AGENDA COMERCIAL 2008: LAS OPORTUNIDADES QUE SE VIENEN... <i>Un año nuevo de tratados comerciales.</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

Reciba el fin de año
en Europa
con las tarifas promocionales de KLM

US\$1,062
S/.3,293

KLM
Clase económica.
Ida y vuelta. TC: 3.10

Para volar hasta el 31 de Diciembre 2007. Aplican restricciones. Llame al 213-0200 o consulte a su agente de viajes.



¿Mal si termina en ocho?

He escuchado decir en más de una oportunidad que los años terminados en 8 suelen ser problemáticos: en 1998 sufrimos los efectos de la crisis financiera internacional y del Fenómeno del Niño; en 1988 se desató la hiperinflación que se venía incubando hacía unos años (ese año llegamos a 667%); 1978 fue otro año de crisis, esta vez del sector externo; en 1968, a los problemas económicos se sumó el golpe militar... ¿Motivo suficiente para ser pesimistas?

De ninguna manera. Recordemos que el 2008 es el año del APEC. Eso nos coloca en onda asiática y nos remite entonces al calendario chino: a diferencia de lo ocurrido en los años anteriormente citados (1968 fue el año del mono, 1978 del caballo, 1988 del dragón y 1998 el año del tigre), este año terminado en 8 coincide con el año de la rata.

Y, ¡miren lo que encontré al respecto!:

“El año de la rata es un año de la abundancia, trayendo oportunidad y buenas perspectivas. Será marcado por la especulación y las fluctuaciones en los precios de las materias primas y del mercado de acciones; la economía mundial en general crecerá.

En el negocio será el mejor, su fortuna puede ser hecha con facilidad y acumulará ganancias. Sin embargo, esta es también la época de hacer planes a largo plazo de la inversión, pues la bonanza que el año de la rata trae servirá para considerar que con los años malos también pueden las empresas seguir. Las comenzadas en este tiempo serán acertadas si uno se prepara bien. Pero no tome las decisiones o los riesgos innecesarios: el año de la rata todavía es gobernado por el frío del invierno y de la oscuridad de la noche. Los que especulan indistintamente y se extienden demasiado verán un final triste.”

Con esta proyección, prudente pero alentadora, solo me faltaba una prueba final para ratificar la hipótesis de un magnífico 2008: verificar el año 1948, año que también termina en ocho y que coincide con el año de la rata.

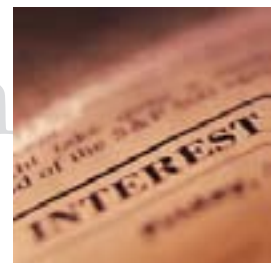
Y esto es lo que encontré: 1948 fue el año del golpe militar de Odría; pero en lo económico, crecieron el PBI y la productividad.

Como somos “supersticiosos selectivos”, ¡nos espera un fabuloso 2008!

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU



regresar
página 1



LARGA LISTA PARA PAPA NOEL

El Perú viene creciendo a grandes pasos (7.6% para el 2007 según el Reporte de Inflación de septiembre del BCRP), lo que ha llevado, entre otras cosas, a incrementar el poder adquisitivo de la población. Así, el consumo privado entre enero-septiembre del 2007 ha aumentado un 9% respecto a similar período del 2006 y un 18% en comparación con el 2005. Del mismo modo, la demanda interna ha tenido un aumento del 13% y el ingreso nacional disponible uno del 11%. El índice de empleo urbano (empresas de 10 a más trabajadores) también ha crecido casi un 9% entre enero-agosto de este año comparado con el mismo período del 2006. Si a esto le añadimos el *boom* de los créditos de consumo (Asbanc proyecta un incremento del 30% para esta Navidad), todo haría indicar que esta campaña navideña está dispuesta a romper todos los récords de ventas.

Por ejemplo, tenemos que la Unión Nacional de Empresarios Textiles (UNETE) ha estimado que el emporio comercial de Gamarra alcanzará ventas por S/. 900 millones durante esta campaña, un 50% más que en la del 2006 y cerca de un 88% más que la del 2005... ¿alguna duda de que la intención de ciertos empresarios de cerrar el mercado a punta de salvaguardias u otro mecanismo de protección comercial era totalmente injustificada? Por otra parte, la Asociación Peruana de Avicultura ha proyectado un consumo de 24 mil toneladas de pavo para la Navidad, un 12% más que en el año anterior. Para los productos electrónicos como los televisores y los reproductores MP4 se proyecta un crecimiento del 20%, mientras que en el caso de los centros comerciales y de entretenimiento estos esperan incrementar sus ventas un 17%.

Para algunos analistas, el consumo crecería un 20% en relación con el mismo periodo del 2006. Según un estudio de la consultora Global Research Marketing, el 55% de las personas piensan gastar más dinero para la compra de los regalos de Navidad que en años anteriores. Enhorabuena para la actividad comercial, fuente de sustento de varios peruanos. Al parecer, estas fiestas vendrán bien cargadas de regalos... ¡ho ho ho!

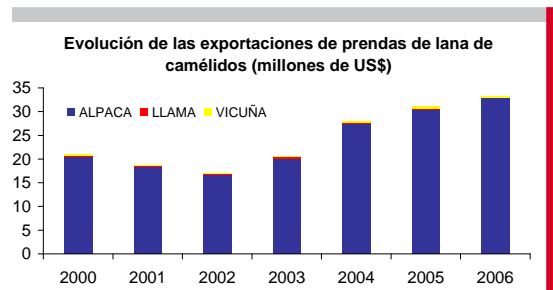
EXPORTACIONES DE PRENDAS DE FIBRA DE CAMÉLIDOS

Mientras que en el Perú ya va calentando el clima por el cambio de estación, en los principales mercados del mundo, encabezados por EE.UU., Europa y Japón, se empieza a sentir frío... oh, y ahora ¿quién podrá abrigarlos? Definitivamente, nuestras finísimas confecciones de fibras de camélidos son una excelente alternativa.

Las exportaciones peruanas de prendas de vestir de lana de camélidos han crecido a una tasa promedio anual del 19% en los últimos cuatro años y ascendieron a la cifra récord de US\$ 33.2 millones en el 2006. Entretanto, en lo que va del 2007 (cifras a noviembre) nuestras ventas al exterior alcanzaron los US\$ 29 millones que, si bien son un 6% menos que lo obtenido en el mismo periodo del 2006, se espera que las exportaciones del mes de diciembre compensen y permitan cerrar el año con un nuevo máximo.

Las exportaciones de prendas de fibra de alpaca, que son de lejos las más importantes, con una participación del 99% del total exportado, tienen por principal producto a los suéteres, jerseys, pulóveres, cárdigans, chompas, chalecos y artículos similares, con ventas de alrededor de US\$ 18 millones en el 2006 (55% del total exportado). Le siguen en importancia los abrigos, chaquetones, capas y anoraks (19%); los chales, pañuelos de cuello y bufandas (13%); y los sacos y chaquetas (6%).

Al igual que en el caso de las confecciones en general, EE.UU. constituye el principal mercado de este tipo de prendas, con un 45% de participación; de seguro, ahora que tenemos el TLC las exportaciones hacia este destino se incrementarán aún más. Otros mercados importantes son Francia (12%), Alemania (9%), Reino Unido (8%), Japón (5%) y México (4%). Entretanto, la principal empresa exportadora es Incalpaca, con envíos al extranjero por US\$ 11.2 millones en el 2006, que equivalen al 34% del total exportado. Fuera de esta empresa, el resto de exportadores son mucho más pequeños, destacando MFH Knits, Gaitex, Marga y Artesanías Mon Repos, con solo un 3% respectivamente.



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



almacenes



logística



warrants



depsa files

depsa Calidad en
Servicios e
Innovación
www.depsa.com.pe

regresar
página 1



Negocios con Asia a través de Singapur

En el foro de COMEXPERU sobre negocios en el marco del APEC, Satvinder Singh, director regional para las Américas de International Enterprise Singapore (IE Singapore -la entidad promotora de la inversión de Singapur-), nos explicó por qué aquel país es un buen puente al Asia, en especial hacia China e India, para las empresas latinoamericanas. A continuación recogemos algunos de los interesantes datos que presentó.

PEQUEÑO GIGANTE COMERCIAL

De acuerdo con Singh, nuestra región es un mercado cada vez más importante para las empresas singapurenses, que ya están en más de 21 ciudades latinoamericanas, en sectores como telecomunicaciones, transporte marítimo, energía y turismo (yendo más allá de las materias primas, a industrias intensivas en mano de obra). Además, según John Price, presidente de InfoAmericas, grandes empresas de ingeniería y construcción singapurenses están interesadas en participar del *boom* en infraestructura de nuestra región. La presencia latinoamericana en Asia también es cada vez más notoria, aunque enfrenta retos como armar una red de negocios y barreras logísticas, de tiempo, culturales e idiomáticas, etc.

En este contexto, Singapur ofrece soluciones: está bien conectado, con infraestructura moderna (a siete horas de vuelo de naciones que constituyen un mercado de más de 2,800 millones de personas); cuenta con una fuerza laboral altamente calificada, que habla inglés; sus costos son competitivos (ofrece uno de los menores niveles impositivos en Asia -18% para las empresas y 21% para individuos, la tasa más baja del Asia tras Hong Kong-); y su clima de negocios es el más amigable del mundo, según el reporte Doing Business del Banco Mundial. Singh señala que en el *Asian Freight & Supply Chain Awards 2006*, la singapurense PSA International fue calificada como la mejor operadora de terminales a nivel global, y el aeropuerto Changi de Singapur, como el mejor de Asia. Su puerto es el más ocupado del planeta en peso de remesas y contenedores, y en transbordo (maneja un quinto de todos los contenedores de transbordo del mundo). Así, Singapur está conectado con 600 puertos en 123 países, tiene 4,000 vuelos a más de 180 ciudades y semanalmente cuenta con 1,860 conexiones aéreas y 320 marítimas para el Sur y el Sudeste Asiático.

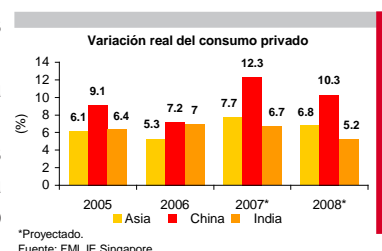
Asimismo, Singapur ya tiene 12 TLC vigentes y 10 en negociación, y 61 tratados de doble tributación. Por estas y otras razones aquella isla es la base de las operaciones asiáticas y globales de más de 8,000 multinacionales y 220 *traders* globales, y cuenta con la presencia de más de 3,000 compañías de logística.

ENLACE CON DOS PESOS PESADOS

En cuanto a China, la estrategia de Singapur ha consistido en "identificar nichos y áreas complementarias donde se pueda agregar valor en vez de competir frente a frente". En el 2006, China fue el tercer socio comercial de Singapur, con un comercio creciendo a un promedio anual del 31% desde el 2002 (US\$ 85 mil millones el año pasado). Además, desde 1997 China ha sido el principal destino de las inversiones de Singapur, con un *stock* de más de US\$ 25 mil millones. Para continuar fortaleciendo sus relaciones, Singapur emplea plataformas políticas (por ejemplo, desarrollaron consejos de cooperación y negocios a nivel de gobierno central y de provincias), la red de oficinas de IE Singapore (en nueve lugares en China) para apoyar a sus empresas, además se posiciona como un *hub* para las empresas chinas (más de 2,300 se han establecido en Singapur, donde casi el 77% de la población es de origen chino y el 35% habla mandarín) y desde el 2006 está negociando un TLC con esa nación.

En cuanto a India, su comercio con Singapur ha crecido a un promedio anual del 25% entre el 2002 y el 2006, llegando a casi US\$ 20 mil millones. Asimismo, Singapur es el séptimo mayor inversionista en India (con un *stock* de más de US\$ 1.7 mil millones). Para fortalecer sus relaciones, dispone de un acuerdo comercial-económico con India (el primer CECA -*Comprehensive Economic Co-operation Agreement*- de este último país, que lo considera un ancla a la ASEAN) y se ha promocionado como una excelente plataforma de negocios, con lo que ya más de 2,000 empresas indias operan en Singapur.

Como vemos, realmente fue una buena elección del Perú negociar un TLC con Singapur y así estrechar lazos con esta nación y con el Asia.



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



Convenciones y el Perú

La ubicación geográfica del Perú es ideal: estamos localizados al centro de Sudamérica, somos vecinos de la economía más grande de la región (Brasil) y frente a nuestras costas se encuentra el dinámico continente asiático. A esta ventajosa posición se le suma nuestro proceso de integración con las economías más importantes del mundo (ver sección Comercio), donde destacan el ya ratificado TLC con EE.UU., las negociaciones con la Unión Europea y, desde enero, con China. Si a todo esto le sumamos nuestra presencia en el APEC, el Perú tiene todo lo necesario para convertirse en un *hub* regional que conecte al Asia con Latinoamérica. Por esta razón, ¿no sería bueno contar con un centro de convenciones de gran envergadura que nos permita realizar eventos de primer nivel mundial y atraer un mayor flujo turístico y de inversiones?

DE CUARTEL A CENTRO DE CONVENCIONES

La municipalidad de Miraflores anunció que viene evaluando, junto con ProInversión, la posibilidad de construir un centro de convenciones en el cuartel San Martín, perteneciente al Ejército.

Esta interesante iniciativa tiene varios puntos a favor, fuera del más obvio: ¡es algo que Lima necesita! Para empezar, la ubicación es céntrica, cercana a los principales hoteles de la capital, a su centro financiero y al aeropuerto. Igualmente, al estar frente a una entrada/salida a la Costa Verde, que puede ser considerada una vía rápida, aligeraría el tráfico vehicular y facilitaría su acceso. Según el estudio *Should Public Budgets Finance Convention Centers?*, elaborado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el 2004, estos factores son fundamentales para el éxito y rentabilidad de los centros de convenciones.

No obstante, a la espalda del cuartel se encuentra una zona residencial sanisidrina que podría ser perjudicada si no se toman las precauciones del caso. No solo debe haber una amplia coordinación entre las dos municipalidades, sino que se tiene que contar con un planeamiento serio que mantenga el orden y la tranquilidad en la zona. En este punto, cabe destacar que entre las exigencias que se le haría al concesionario que gane la licitación (cuya convocatoria sería en febrero próximo), el municipio ha solicitado que se cuente con una propuesta de solución integral al problema del transporte y tránsito; imaginamos que esto incluye un estacionamiento interior lo suficientemente grande como para alojar a todos los autos de los visitantes. La inversión estimada para este interesante proyecto ascendería a unos US\$ 70 millones, pero es seguro que su rentabilidad esperada, fuera del efecto multiplicador que incrementará su impacto económico, hará atractiva la apuesta de capitales privados.

Es importante notar que en el proyecto mencionado se ha optado porque sea una entidad privada quien lo maneje. En EE.UU. y Europa la mayoría de centros de convenciones son públicos y operan a pérdida. En estos países los privados, que sí suelen ser rentables, son por lo general parte de los hoteles y tienen una capacidad menor a la de los públicos (que, se podría decir, compiten deslealmente por estar subsidiados). Contrariamente, en Asia la mayoría de centros de convenciones son privados y han probado ser un negocio muy rentable y exitoso.

Estructura de propiedad de centros de convenciones (2000)			
Entidad	EE.UU.	Europa	Asia
Privada	36%	15%	60%
Pública	64%	85%	40%

Fuente: BID.

CIERTOS REQUERIMIENTOS BÁSICOS...

Los centros de convenciones sirven para realizar convenciones (valga la redundancia), ferias comerciales, conferencias, recepciones, bailes, banquetes, entre otros grandes eventos en general. Aunque el tamaño de estos varía alrededor del mundo desde 1,000 m² hasta más de 100,000 m², su área promedio en Asia, Europa y EE.UU. es similar y la media de su espacio de exhibición por lugar de reunión es de alrededor de 20,000 m². Asimismo, estos locales son planos, tienen techos con una altura de entre 8 m y 11 m, uno o más salones de exhibición y un buen número de "cuartos de reuniones".



Obtenga en línea Información de Comercio Exterior y Riesgo

Promoción Especial para los Socios de COMEXPERU



REINVENTANDO EL ROL DE LAS CENTRALES DE RIESGO

CONTACTENOS AL 225-5010

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

regresar
página 1



Conservas, congelados y más

Las exportaciones pesqueras no tradicionales han tenido un crecimiento promedio anual en el período 2003-2006 de 26%, más del doble que en el caso de las tradicionales (12%). Del mismo modo, han pasado de tener en el 2000 una participación del 16% en las exportaciones pesqueras totales, a un 25% en el 2006. Así, entre enero y octubre de este año, las exportaciones de pesca no tradicional ascendieron a US\$ 425 millones aproximadamente, 18% más que en el mismo período del año anterior.

PRODUCTOS, DESTINOS Y EMPRESAS

Las principales partidas exportadas en dicho período fueron las “demás jibias, globitos, calamares y potas, congeladas, secas, saladas o en salmuera” con US\$ 92 millones (+21%), los “demás moluscos e invertebrados acuáticos, preparados o conservados” (US\$ 47.6 millones; -6%) y las “demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos, excepto picado” (US\$ 25 millones; +63%). Por otro lado, España fue el principal mercado en el período señalado, con un 19.7% del total exportado (US\$ 83.9 millones), seguido de Estados Unidos (15.3%) y China (10.9%). Cabe mencionar que, según la revista *Consumer Eroski* de España, ese mismo país tiene un consumo per cápita de pescado de alrededor de 30 kilogramos, lo cual lo convierte en uno de los mayores consumidores mundiales de este producto.



A nivel de empresas, entre enero y octubre del 2006 Corporación Refrigerados INY lideró el *ranking* y el segundo lugar lo ocupó Pesquera Hayduk. Este año, las posiciones se invirtieron gracias al importante incremento de casi 40% que esta última presentó. Otras pesqueras importantes en esta categoría, como Austral Group, Pacific Freezing Company y Seafrost, no presentaron variaciones significativas. Dentro de los productos de Hayduk, la partida más exportada es la de “demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos excepto picado”. Esta representa actualmente cerca del 38% de sus exportaciones no tradicionales y ha tenido un crecimiento de 166% (US\$ 11 millones) en el período enero - octubre de este año con relación al anterior.

MIRADA INTERNACIONAL

Según la FAO, para el año 2030 se necesitarán 37 millones de toneladas de pescado adicionales a la producción actual para mantener los niveles de consumo, producto del incremento de la población mundial. Del mismo modo, algunos estudios indican que para el 2020 el consumo per cápita promedio mundial será de 30 kilogramos anuales (actualmente es cerca de 13 kilogramos). Por otro lado, la Organización Internacional de Harina de Pescado (IFFO por sus siglas en inglés) anunció hace un tiempo que la alta cotización de dicho producto estaría provocando un desplazamiento de la demanda hacia otras fuentes proteínicas más económicas.

Debido a esta situación y ante la posibilidad de que la pesca tradicional esté alcanzando sus máximos niveles de producción, la FAO señala que la única forma de satisfacer la tendencia a un mayor consumo de pescado será mediante el desarrollo acuícola.

MIRADA NACIONAL

Si bien en términos de valor las exportaciones de harina y aceite de pescado están todavía muy por encima de las no tradicionales pesqueras (6% versus 2% de las exportaciones totales), existen iniciativas por parte de las empresas del sector para impulsar mediante inversiones la elaboración de productos no tradicionales como las conservas de pescado y congelados y la acuicultura.

Por un lado, la consolidación de la industria harinera luego del fuerte endeudamiento generado por la crisis del Fenómeno del Niño en 1997-1998, ha incentivado a que las empresas pesqueras empiecen a enfocar su negocio al consumo humano directo a través de congelados y conservas de pescado. Por otro lado, la recuperación de la industria langostinera y el incremento de las áreas de cultivo para conchas de abanico han impulsado el desarrollo acuícola. Finalmente, la gran abundancia de pota y la anchoveta en reemplazo de las sardinas también han sido factores que han contribuido al crecimiento de la pesca no tradicional.



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

SUMMIT
HOTEL & CASINO

DELFINES
HOTEL & CASINO

regresar
página 1



La agenda comercial 2008: las oportunidades que se vienen...

La ratificación del Tratado de Libre Comercio con EE.UU. ha destacado la constancia y acierto del equipo a cargo durante más de un año para obtenerla y, también, la importancia de consolidar las relaciones con nuestros socios comerciales. Sin embargo, además del trabajo de implementación y del desarrollo de una agenda interna que permita aprovechar los beneficios del TLC, hay otros acuerdos en lista para el 2008.

LOS UNOS Y LOS OTROS

Se calcula que a finales del 2008 entraría en vigencia el TLC con EE.UU.; mientras tanto, se trabaja también en la ampliación provisional del ATPDEA, el cual vence en febrero del 2008.

Por otro lado, en la tercera semana de septiembre de este año se realizaron, en Colombia, las negociaciones para el Acuerdo de Asociación entre la Comunidad Andina (CAN) y la Unión Europea (UE). Tras vislumbrarse el poco avance en bloque, el Presidente de la República manifestó su interés en que la UE permita al Perú negociar individualmente. Sin embargo, mientras se realizaba la Segunda Ronda de Negociación en Bruselas, durante la semana pasada, fuentes de la UE descartaron esa posibilidad. La importancia de este acuerdo no solo radica en el acceso a uno de los más grandes mercados del mundo, sino también en otros aspectos que estarían incluidos en la negociación (además del tema comercial): el diálogo político y la cooperación.

El Acuerdo de Complementación Económica N° 38 con nuestro vecino del sur, Chile, fue ampliado en el 2006 en aspectos relacionados con las inversiones, servicios y tratamiento laboral. Este mes, la Cámara de Diputados de Chile aprobó dicho acuerdo. Actualmente, se está a la espera de la aprobación final por parte de la Cámara de Senadores, tal como señala la legislación de ese país.

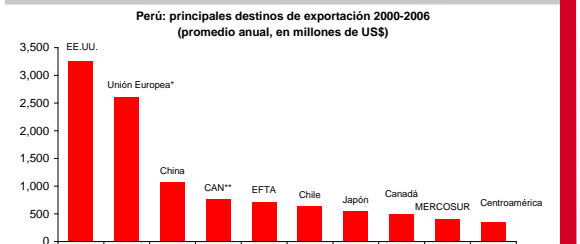
Respecto a las relaciones comerciales con el continente asiático, el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) permitirá contar con la presencia de jefes de Estado y líderes empresariales de sus economías miembro. A la fecha contamos con un protocolo de cosecha temprana con Tailandia y hemos culminado negociaciones comerciales con Singapur, pero ambos acuerdos no entran en vigencia todavía (por un tema político en Tailandia y, en el segundo caso, solo faltarían detalles legales formales). Uno de los temas más importantes del 2008 será el inicio de las negociaciones con China, el mercado más dinámico del mundo en los últimos 15 años. Con este fin ya se ha elaborado un estudio de factibilidad para un TLC. En ese sentido, el APEC contribuirá a profundizar aún más las relaciones económicas entre ambos países y sus intereses de consolidar un acuerdo comercial.

En el caso del Canadá y la EFTA, en el primero, a finales de noviembre pasado culminó la cuarta ronda de negociaciones comerciales en la que se obtuvo avances concretos (como en el caso del comercio electrónico y las medidas sanitarias y fitosanitarias), quedando pendientes solo aspectos puntuales. De la misma manera, para el caso de la EFTA, se finalizó la tercera ronda, en la que se abordaron temas comunes del sector agrícola y no agrícola. La agenda y negociación fue coordinada con Colombia y cada uno de los países de este bloque. Se espera concluir con ambos procesos a inicios del 2008.

PORQUE AHORA ES CUANDO

Por otra parte, tenemos en agenda la ampliación del ACE con México, que sigue en suspenso aunque la vigencia del mismo se ha ampliado hasta junio del 2008. Para el caso de Corea del Sur, se está elaborando el estudio conjunto de factibilidad y se espera que culmine durante el primer bimestre del 2008, después de lo cual se iniciarían las negociaciones. Asimismo, se espera iniciar las negociaciones con los países de Centroamérica a mediados del 2008.

Como se observa, el panorama de negociaciones para el próximo año requiere de grandes esfuerzos de los negociadores del MINCETUR, mayores recursos para reforzar el trabajo de los equipos, así como el apoyo y la participación del sector privado para una mejor coordinación y dinamismo en el alcance de resultados.



*Se consideran 25 países.

**Incluye a Venezuela.

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

12 meses
incluye
10 licencias

PROMOCIÓN KIT PYMES

La suite Panda EntpriSecure 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