



Contenido

Del 26 de octubre al 01 de noviembre del 2009

	OCTUBRE, "MES DE LA INNOVACIÓN" (¿?)... OJALÁ MÁRQUE EL INICIO DE SU DÉCADA	Editorial 2
	IMPORTACIONES A SEPTIEMBRE <i>Se contrajeron un 32%.</i> EXPORTANDO A COREA <i>Ventas peruanas a Corea del Sur crecieron un 24% entre enero y septiembre.</i>	Hechos de Importancia 3
	SOBRE EL CÓDIGO DE CONSUMO <i>La defensa del consumidor es importante, pero exagerar podría afectar nuestro clima de negocios.</i>	Actualidad 4
	INNOVANDO PARA CRECER <i>Un programa de la UNCTAD nos ayudaría a saber qué puede hacerse para incentivar la innovación en nuestro país.</i>	Economía 5
	¿CAMBIO DE TENDENCIA? <i>Exportaciones reducen su tasa de decrecimiento en septiembre.</i>	Comercio Exterior 6

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
Rafael Zacnich Nonalaya
José Pinilla Bustamante
Publicidad
Edda Arce de Chávez

Suscripciones
Giovanna Rojas Rodríguez
Diseño Gráfico
Carlos Castillo Santisteban
Corrección
Angel García Tapia

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú
Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.
e-mail: semanario@comexperu.org.pe
Telf.: 422-5784 Fax: 422-5942
Reg. Dep. Legal 15011699-0268





Octubre, “mes de la innovación” (¿?)... ojalá marque el inicio de su década

Si no hubiera sido por la entrevista que el viceministro de PYME e Industria, José Luis Chicoma, brindó a la “Hora N” el día miércoles y porque participé en la ceremonia de lanzamiento, un proyecto de tanta importancia para nuestro crecimiento de mediano y largo plazo como el “Examen de las Políticas de Ciencia, Tecnología e Innovación”, que la UNCTAD y CEPAL han iniciado en el Perú, hubiera pasado desapercibido por no tener mayor rebote en prensa.

Y no es una crítica al manejo de medios de PRODUCE, en absoluto; simplemente reconozco que en medio de pulmones “autosequestrados”, cabezazos entre el Poder Judicial y el Congreso, entre otros, un tema de mediana maduración e impacto como este tiene las de perder en nuestra variopinta agenda mediática.

Este es el primer gran reto al que se enfrenta esta cartera: poner la Ciencia, Tecnología e Innovación dentro de los primeros lugares de la agenda nacional. Por lo pronto, el Ministerio de Educación, del cual depende CONCYTEC, ha fracasado en este objetivo y eso se refleja claramente tanto en su presupuesto como en su ausencia en el último mensaje presidencial. Aunque, para ser justos, se debe reconocer que la reforma de la educación pública, también fundamental para nuestro desarrollo, es de por sí una tarea titánica.

Por ello, es positivo que PRODUCE haya asumido el liderazgo. Por un lado, la ministra Araoz tendrá un reto del mayor nivel e importancia y la oportunidad de replicar sus éxitos en las negociaciones comerciales y, por otro lado, se explicita el vínculo que debe existir entre la investigación, innovación productiva y la empresa privada. El Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad (FIDECOM) se muestra como una potente herramienta para impulsar y concretar este vínculo.

Sin embargo, a pesar del éxito que tenga FIDECOM, todavía estaremos viendo el escenario de manera parcial, ya que está dirigido a incentivar la “demanda por innovación productiva”. Es igual de urgente incentivar la “oferta” y esta es responsabilidad ineludible de Educación.

Es necesaria una rápida corrección de incentivos en la educación superior. Por ejemplo, el CEPLAN nos señala, que en el 2007, el 22% de los profesionales peruanos se había formado en Ingenierías y Ciencias Naturales, mientras que el 75% lo había hecho en Derecho, Ciencias Sociales y Humanidades. Exactamente, la estructura opuesta a la de los países asiáticos.

Los muy escasos recursos que el Estado dirige a la educación superior no pueden destinarse a ocupaciones con sobreoferta (sin entrar al debate de su “impacto productivo” en la sociedad); para no herir otras sensibilidades, menciono mi ocupación: si alguien quiere estudiar economía, que lo haga con su dinero.

No quiero terminar sin hacer una autocrítica empresarial/gremial. No hubo un solo líder empresarial en la ceremonia de lanzamiento. Es mi esperanza que con el FIDECOM y el impulso del tema, esto se revierta en el muy corto plazo. Desde esta modesta tribuna, cualquier iniciativa hacia la innovación, ciencia y tecnología cuenta ya con nuestro total apoyo.

Ricardo Paredes
Gerente de Consultoría Empresarial y
Estudios Económicos de COMEXPERU

**HSBC entiende los beneficios de tener un solo banco en todo el mundo
para desarrollar tu negocio a nivel global**

Llámanos al 616 4722
Contáctanos en www.hsbc.com.pe

HSBC 
El banco local del mundo

 regresar
página 1



IMPORTACIONES A SEPTIEMBRE

Siguiendo con la tendencia de meses anteriores, las importaciones de septiembre decrecieron un 35% y alcanzaron los US\$ 1,905 millones. Así, en lo que va del año, acumularon un valor de US\$ 15,666 millones, lo que representa una contracción del 32% respecto al mismo periodo del 2008. Esta caída, que en gran medida se explica por la disminución relativa de los precios de los combustibles y de otros insumos industriales, más que compensó la reducción de las exportaciones (ver sección Comercio) y fue determinante para obtener una balanza comercial superavitaria en US\$ 2,311 millones.

Entrando un poco más al detalle, se observa que las importaciones de bienes intermedios, rubro con mayor participación dentro del total (46%), cayeron un 40% respecto al periodo enero-septiembre del 2008. Esta marcada contracción se debe, fundamentalmente, a las menores importaciones de combustibles (-56%) y de materias para la industria (-31%) que se derivaron de los comparativamente más baratos precios internacionales y de los menores requerimientos industriales, como consecuencia de la desaceleración de la economía interna y la externa.

Entretanto, las importaciones de bienes de capital, segunda categoría en relevancia por participación, con un 35% del total, decrecieron un 27%. Sobre este punto, es importante destacar las reducciones del 22.5%, 35.8% y 36.4% de las compras internacionales de materiales para la industria, equipos de transporte y materiales para la construcción, correspondientemente.

En cuanto a las importaciones de bienes de consumo (19% del total importado), tenemos que la tasa de contracción fue menor a la registrada en las dos categorías previamente mencionadas: -14%. Esta disminución se explicaría, principalmente, por las menores importaciones de bienes duraderos (-19%), donde sobresalen los vehículos con cilindrada de entre 1,500 y 3,000 centímetros cúbicos (cc) y los de entre 1,000 y 1,500 cc, con caídas del 15% y el 14%, respectivamente. Por su parte, las importaciones de bienes de consumo no duradero se redujeron un 10%.

EXPORTANDO A COREA

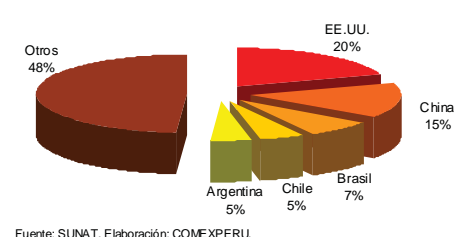
A propósito de los avances en la negociación de nuestro TLC con Corea del Sur, damos un vistazo a nuestras ventas al país asiático.

Entre enero y septiembre, estas crecieron un 24% respecto del mismo periodo del año anterior, alcanzado los US\$ 516 millones. Con ello nos estamos recuperando de la caída del 2008, aunque aún no lleguemos a la cifra récord del 2007 (US\$ 718 millones, explicada sobre todo por saltos en los concentrados y minerales de cobre y zinc). Cabe señalar que solo en septiembre estas exportaciones crecieron un 53% respecto de similar mes del 2008, con lo cual se sigue compensando las caídas registradas en los primeros meses del año.

Los concentrados y minerales de cobre nuevamente jugaron un importante rol: fueron el principal motor tras las exportaciones a este país, al crecer un 143% entre enero y septiembre (US\$ 188 millones). También destacaron los concentrados y minerales de plomo (+85%; US\$ 128 millones) y los derivados de petróleo (US\$ 32 millones), que no le vendíamos desde 1999. En contraposición, los concentrados y minerales de zinc cayeron un 52%, a US\$ 98 millones.

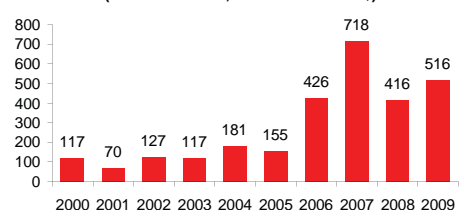
Los productos no tradicionales aún representan una fracción pequeña del total exportado a Corea del Sur (6%). He ahí la importancia del TLC, pues impulsaría productos como los agropecuarios y pesqueros (ver Semanario N° 509). Estos productos cayeron un 15% en el periodo en cuestión, lo cual se explica por las menores exportaciones pesqueras (-15%; US\$ 25 millones) y textiles (-17%; US\$ 4 millones), aunque en este último sector hay productos como las prendas y complementos de vestir de punto de algodón para bebés, que aumentaron un 892% (US\$ 137 mil). Destacaron las agroexportaciones, que, aunque aún son escasas (US\$ 889 mil), crecieron un 49% respecto del mismo periodo del 2008. Este desempeño se debe a productos como las demás semillas de hortalizas (+590%; US\$ 243 mil); las algas frescas, refrigeradas, congeladas o secas (+373,475%; cerca de US\$ 90 mil); y la tara en polvo (de cero a casi US\$ 75 mil). También aumentaron los productos químicos, que superaron el millón de dólares (+24%). Esperamos que pronto se cierren las negociaciones para contar con este TLC.

Principales orígenes de las importaciones del Perú (enero-septiembre 2009)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Perú: exportaciones a Corea del Sur (enero-setiembre, en millones de US\$)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



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



Sobre el Código de Consumo

Es importante que los consumidores -que somos todos- tengamos normas en las cuales ampararnos cuando seamos víctimas de abusos y que se promueva el acceso a la información para mejorar las decisiones de consumo. En ese sentido, son valiosos los esfuerzos como el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Sin embargo, el anteproyecto en cuestión parece inclinarse mucho hacia un lado de la balanza, en desmedro del otro.

NO NOS SUBESTIMEN

Para empezar, al definir a los consumidores, se señala que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. Pero, en general, a lo largo de la norma percibimos que esto va más allá: se asume -y favorece- a un consumidor descuidado (por no decir otra cosa), que no lee los contratos, instrucciones o advertencias. Esto puede obligar a las empresas a tomar medidas exageradas (con los costos que implican) para adaptarse a este tipo de usuario.

Viendo temas específicos, resulta increíble que se plantee que la publicidad prevalezca sobre el contenido del contrato, incluso cuando el consumidor lo haya firmado. Entonces, ¿para qué se firman los contratos? Justamente en estos es donde se da el acuerdo entre las partes para poder realizar una transacción, y lo lógico es que ambas hayan revisado las condiciones y hayan encontrado beneficios para, voluntariamente (porque nadie obliga a firmar), estar de acuerdo. Los contratos son básicos para realizar intercambios económicos y su respeto es clave para la estabilidad jurídica. Si la publicidad es engañosa, debe sancionarse, pero al margen de que lo sea o no, esta no debe ser colocada por encima de contratos firmados voluntaria y conscientemente, con condiciones que, producto de las mismas negociaciones entre las partes, pueden diferir de las de los anuncios.

Siguiendo con los contratos, según el Código, las cláusulas contractuales aprobadas administrativamente y las que se han negociado individualmente entre las partes pueden ser declaradas ineficaces. Esto también atenta contra la estabilidad jurídica y hará que las empresas eleven gastos previendo estas circunstancias. ¿Quién los pagará finalmente? Los mismos consumidores. Entre ejemplos de cláusulas abusivas de ineficacia absoluta encontramos el que el precio del producto o servicio sea determinado al momento de su entrega o prestación. ¿Y los mercados bursátiles?

También está la cuestión del etiquetado. El código indica los datos mínimos que deben tener los productos envasados y, en particular, los alimentos industriales. Sin embargo, ya existen normas al respecto, usualmente específicas a ciertos productos (por ejemplo, calzado). Asimismo, entre los datos mínimos figuran los métodos de elaboración (siempre que sean determinantes para las cualidades o las características del producto), lo cual parece exagerado. Adicionalmente, para los alimentos se requiere informar cuando contengan ingredientes dañinos o alergénicos para ciertos grupos de consumidores como los diabéticos, pero esto resulta innecesario, pues el consumidor en cuestión lo puede ver en la lista de ingredientes.

Otro tema es el de las expectativas razonables. Se indica que, a falta de términos explícitos (características ofrecidas por el proveedor en el etiquetado, comprobante de pago, publicidad, contrato, etc.) o de claridad en los mismos, priman los implícitos (características que el proveedor no señala, pero que el consumidor "espera" que se brinden, según usos y costumbres...), que resultarán vinculantes para el proveedor. Es decir, ante el riesgo de que primen expectativas con criterios muy subjetivos, las empresas tendrán que gastar en elaborar términos explícitos tan precisos que no dejen lugar a dudas al consumidor. Nos preguntamos cuál será ese nivel de precisión.

Por otro lado, para los servicios públicos regulados, se habla del derecho de los consumidores a la fijación de un precio de intercambio justo, lo cual abre las puertas a los controles de precios. Y en cuanto a los seguros de salud, se indica que la prestación de la cobertura no está vinculada al cumplimiento de la obligación crediticia por parte del consumidor, lo cual premia a los morosos, en perjuicio no solo de la compañía, sino de los asegurados que sí pagan.

Respecto de las autoridades, ya teniendo al INDECOPI, ¿es realmente necesario crear un Sistema Nacional de Defensa y Protección del Consumidor, responsable de labores como diseñar el Plan Nacional de Protección de los Consumidores? ¿Y crear un Consejo Nacional de Protección y Defensa del Consumidor? ¿Necesitamos un "plan nacional" para ser efectivos en la defensa del consumidor? En relación a las instituciones, destinar no menos del 40% de las multas impuestas en los procesos promovidos por las asociaciones de consumidores a dichos entes incentivaría la proliferación de denuncias. A ello hay que sumar que el Código legitima directamente a estas asociaciones (sin considerar representatividad) para promover procesos judiciales que, además, obviamente le cuestan al Estado, es decir, a los contribuyentes.

DEBATE ABIERTO

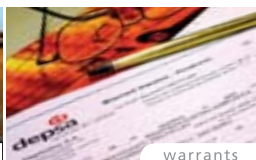
Hay otros aspectos discutibles en el anteproyecto, pero afortunadamente es eso, un anteproyecto sujeto a discusión, y finalmente la PCM ha convocado a los representantes empresariales para presentar sus observaciones y propuestas. Esperamos que sean recogidas con el fin de lograr el equilibrio que requiere esta balanza.



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar
página 1



Innovando para crecer

El 21 de octubre se inició en nuestro país el examen de las políticas de ciencia, tecnología e innovación (CTI) que desarrolla la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), en colaboración con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Este programa, que ya ha sido realizado en países como Colombia, Jamaica e Irán, es liderado por PRODUCE en coordinación con el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC) y el Ministerio de Relaciones Exteriores.

¿DÓNDE ESTAMOS?

El objetivo de este programa es evaluar las capacidades del país en CTI y el funcionamiento del sistema nacional de innovación, así como facilitar la inclusión de la CTI en el desarrollo del país bajo evaluación. Para esto, se realiza una evaluación integral del sistema nacional de innovación, incluyendo desde condiciones macro (financieras, educación, confianza, incentivo, etc.) hasta factores de demanda e infraestructura. La utilidad de esta evaluación radica en que una vez que se posea un diagnóstico adecuado de las fortalezas y debilidades de nuestro país en esta área, será posible atacar de manera adecuada las deficiencias en un factor que es cada vez más importante para el crecimiento y desarrollo de un país.

Una primera misión de expertos realizará entrevistas en el sector público, privado y académico, al mismo tiempo que recogerá información cualitativa y cuantitativa. Luego, tras compartir información y comentarios por vía virtual, y discutir el examen en un taller nacional, se publicarían los resultados en mayo del 2010. El siguiente paso sería un asesoramiento para la formulación de un plan de acción para junio del 2010, de manera que esto no se quede solo en papel.

PRIMER PASO

Una herramienta que nos permitirá avanzar en este sentido (y a la que no se le ha dado la importancia adecuada) es el establecimiento del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad (FIDECOM), que si bien fue creado en el año 2007 por la Ley N° 29152, recién se implementó este año. Este es un fondo concursable que cuenta con S/. 200 millones, que serían utilizados para cofinanciar hasta el 75% de proyectos de dos tipos. El primer tipo son aquellos que ofrecen soluciones relacionadas a la innovación en procesos, productos y servicios, de manera que se incremente la productividad y competitividad de las empresas. Estos proyectos se verán beneficiados con un cofinanciamiento de hasta S/. 250,000 cada uno, teniéndose un plazo máximo de 36 meses para desarrollarlos.

Un segundo tipo es el de proyectos de transferencia de conocimientos, en los que se busca facilitar que las microempresas incorporen la aplicación de conocimientos tecnológicos en sus procesos, productos y servicios. Estos proyectos pueden recibir hasta S/. 150,000 cada uno, con un plazo máximo de 24 meses. Sin embargo, para este tipo de proyectos sería deseable que el Estado no se quede solo en un cofinanciamiento, sino que se piense en la posibilidad de financiar por completo algunos de los mejores, en vista de los beneficios "sociales" que puede traer la distribución de conocimientos en nuestras MYPE.

El desarrollo de la productividad es necesario para garantizar el crecimiento sostenible. Sin embargo, no basta con disponer de dinero para que este tipo de iniciativas tengan éxito, sino que tienen que estar presentes los incentivos adecuados para que esto pueda funcionar. Por ejemplo, debe promoverse el trabajo conjunto entre empresas y universidades, para que estas últimas actúen como un puente entre los encargados de la investigación y los que se benefician directamente con sus frutos. Asimismo, debe encontrarse un balance apropiado en el tema de propiedad intelectual de las innovaciones que puedan surgir de este programa, de manera que, por un lado, el Estado (al estar financiando en parte estos proyectos) tenga la posibilidad de transmitir los beneficios de estas innovaciones al resto de la sociedad y, por otro lado, se mantenga el atractivo del proyecto para las empresas.

¿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
PERU

regresar
página 1



¿Cambio de tendencia?

De acuerdo con cifras preliminares de la SUNAT, en septiembre, las ventas al exterior habrían ascendido a US\$ 2,346 millones, un 10% menos con relación al mismo mes del 2008. Con esto, las exportaciones entre enero y septiembre sumarían un total de US\$ 18,200 millones, monto un 26% inferior al registrado en el mismo periodo del año anterior.

Este resultado -pese a que probablemente haya un ligero ajuste con los datos definitivos y oficiales- es alentador, pues estaría marcando un positivo cambio en la tendencia decreciente iniciada en el último trimestre del 2008 como consecuencia directa de la intensificación de la crisis internacional. Así, se observa que mientras que en los ocho primeros meses del año pasado las exportaciones crecieron a una tasa promedio del 27%, en septiembre se desaceleraron a un 2%, para luego caer a un ritmo medio del 26% hasta agosto 2009. Por esta razón, se podría decir que la contracción del 10% registrada en septiembre último sería el punto de inflexión en el comportamiento de las exportaciones. En esta misma línea, es importante destacar que la base comparativa para los meses venideros ya no será una en pleno *boom* de materias primas que sobreestime las caídas, sino más bien una moderada y acorde a un clima *post meltdown*.

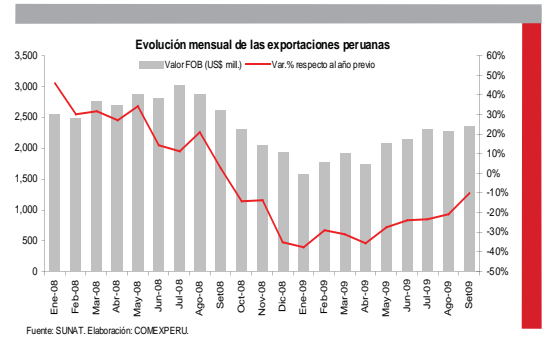
Ahora bien, pese a este "efecto estadístico", hay también razones para ser optimistas. Por un lado, la economía mundial viene recuperándose lentamente de la recesión gracias, en gran medida, al buen desempeño de países emergentes como China (que, dicho sea de paso, creció un 8.9% en el tercer trimestre del año). Asimismo, la situación económica en EE.UU. y en la Unión Europea (UE) se ha estabilizado y, aunque seguramente tome un buen tiempo en recobrase del todo (algunos creen que años), sin duda las perspectivas serán mejores (ver Semanario N° 535).

Ante este panorama, las cotizaciones de los principales *commodities*, aunque con una alta volatilidad, vienen incrementándose lentamente desde marzo por una mayor demanda internacional, expectativas de los inversionistas y debilidad del dólar. Con todo esto, el BCRP proyecta que los términos de intercambio¹ cerrarán el 2009 con una disminución del 8.4%, mientras que las exportaciones reales de bienes y servicios lo harían en un 2.7%, después de cerca de ocho años consecutivos de expansión. Por su parte, COMEXPERU estima que, en términos nominales, las ventas al exterior sufrirán una contracción de aproximadamente un 18%, lo que significa un considerable ajuste/mejora en relación a los cálculos del mes de marzo (ver Semanario N° 513).

En cuanto a las perspectivas para el 2010, se espera que, a pesar de la tenue reactivación de las principales economías mundiales, la demanda externa por nuestros productos tradicionales y no tradicionales crezca. Cabe resaltar que la entrada en vigencia de acuerdos comerciales como el suscrito con China y, si Dios y los negociadores europeos quieren, también con la UE, impulsarán a nuestras exportaciones manufactureras a través de un acceso preferencial a dichos mercados. Con esto en mente, APOYO Consultoría, por ejemplo, estima que el valor de las exportaciones peruanas se incrementará en un 15% el próximo año. El BCRP, por su parte, señala que el crecimiento en términos reales sería del 4.7%, lo cual contribuiría con 0.9 puntos porcentuales al crecimiento del PBI.

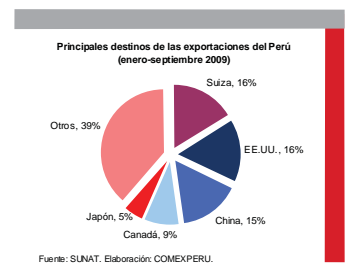
Un tema que no podemos dejar de mencionar, dada la preocupación que algunos gremios empresariales vienen mostrando, es el comportamiento del tipo de cambio (TC). En los últimos meses hemos visto cómo el dólar estadounidense se ha debilitado relativamente frente a prácticamente todas las monedas más importantes a nivel global o en relación con aquellas de países con fundamentos macroeconómicos sólidos como los del Perú. Al respecto, existe un factor esencial que debe ser tomado en cuenta: la competitividad cambiaría no se mide por el TC nominal, sino por el real. En este sentido, según el BCRP, entre enero y septiembre de este año, se acumuló una depreciación real del nuevo sol del 0.8%, debido a que la inflación interna fue menor que la del promedio de nuestros principales socios comerciales. Claramente, nuestra competitividad internacional no se está viendo afectada.

¹Relación entre un índice de precios de exportación y uno de importación. Mide la variación del poder de compra de una unidad física de exportación en términos de importaciones.



Exportaciones enero-septiembre: principales rubros (US\$ millones)			
Sector/Año	2009	2008	Var %
TOTAL	18,200	24,682	(26.27)
PRIMARIOS	13,798	18,991	(27.34)
Mineros	10,741	14,607	(26.47)
Oro	4,866	4,221	15.30
Cobre refinado	1,287	2,135	(39.73)
Cobre, concentrados y minerales	2,507	3,922	(36.08)
Zinc, concentrados y minerales	612	1,087	(43.68)
Plomo, concentrados y minerales	658	725	(9.20)
Plata refinada	192	496	(61.24)
Pesqueros	1,394	1,530	(8.90)
Harina de pescado	1,190	1,219	(2.41)
Aceite de pescado	204	311	(34.38)
Petróleo y derivados	1,279	2,428	(47.32)
Petróleo crudo	229	520	(56.01)
Petróleo, derivados	1,050	1,908	(44.95)
Agrícola	384	426	(9.70)
Café	357	412	(13.28)
Azúcar	18	4	327.24
MANUFACTURADOS	4,400	5,692	(22.70)
Agropecuaria	1,237	1,400	(11.63)
Textil	1,109	1,476	(24.89)
Pesquero	403	484	(16.85)
Químico	600	777	(22.78)
Metalmecánico	250	234	6.58
Siderometalúrgico	351	719	(51.10)

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



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

SUMMIT

DELFINES

regresar página 1