



Contenido

Del 04 al 10 de octubre del 2010

	POLÍTICA, RELIGIÓN Y DINERO	Editorial
		2
	CANAL ROJO, CANAL VERDE <i>Sucesos positivos y negativos que llamaron la atención de la "Aduana" de COMEXPERU.</i>	Hechos de Importancia
		3
	INFRAESTRUCTURA Y ENERGÍA <i>Por Juan Carlos Ramírez Larizbeascoa.</i> ¡PRODUCTOS AL ALZA! <i>Resultados alentadores para productos no tradicionales.</i>	Actualidad
		4
	TELECOMUNICACIONES PARA EL DESARROLLO <i>La introducción de un celular en una familia rural permitiría incrementar en S/. 900 sus ingresos a lo largo de un año.</i>	Economía
		6
	IMPORTACIONES ENERO-AGOSTO 2010 <i>En lo que va del año, suman US\$ 18,796 millones. Las de insumos para la industria crecieron un 46%.</i>	Comercio Exterior
		7

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

Iván Portocarrero Reyes

Keren Trapunsky Epstein

Corrección

Angel García Tapia

Publicidad

Edda Arce de Chávez

Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

Diseño Gráfico

Carlos Castillo Santisteban

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú

Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.

e-mail: semanario@comexperu.org.pe

Teléfono: 422-5784 Fax: 422-5942

Reg. Dep. Legal 15011699-0268

Nueva NISSAN MURANO
UNA ESCULTURA EN MOVIMIENTO

www.nissan.com.pe



Motor 3.5L - 265HP
Sistema audio BOSE
Monitor DVD



Política, religión y dinero

Cuando mis hermanos y yo éramos chicos, mi madre siempre decía que “en la mesa” no debíamos discutir ni sobre política, ni sobre religión, ni sobre dinero. Lo mismo aplicaba a las conversaciones en reuniones familiares y hasta en las sociales. O sea, en realidad no se podía hablar sobre ninguno de estos temas y punto. La idea era no generar conflictos, puesto que, especialmente en los dos primeros casos, suelen salir a relucir posiciones extremas, se hieren susceptibilidades, y se llega rápidamente al insulto personal.

El no hablar de religión significaba aceptar “sin dudas ni murmuraciones” los dogmas católicos, las represiones de un colegio de monjas e ir a misa todos los domingos a escuchar a un cura que sí podía hablar, sin que nadie lo contradijera, de política, religión y dinero. Era especialmente duro los domingos de verano y las eventuales escapadas venían acompañadas por un sentimiento de culpa doble: la del pecado por no ir a misa y la del otro pecado, de mentir diciendo que sí había ido. Debe ser por eso que siento una satisfacción especial cuando llego a las bodas después de que ha terminado la misa y leo a Dawkins o Hitchens defendiendo el ateísmo.

Respecto del dinero, hay un refrán alemán que dice: “sobre dinero no se habla; o se tiene o no se tiene”. Bueno, si no se pudiera hablar de dinero, creo que un sector importante de la población tendría que permanecer en silencio: desde aquellos que consideran que una persona “vale” en función al capital que posee (incluso poniendo cifras), y no a cualidades o principios, hasta aquellos cuya única preocupación es saber si van a poder “llegar a fin de mes”. El dinero está tan presente en nuestros sueños y pesadillas que es inevitable mencionarlo, a menos que se pertenezca a alguna secta tan espiritual que resulte irrelevante.

Y en cuanto a las conversaciones sobre política... y especialmente en época electoral, basta un comentario aparentemente inocuo para despertar pasiones y definir posiciones (no estamos refiriéndonos al sexo; que no es tema de este editorial). Llueven insultos, no solo hacia los candidatos, sino hacia quienes simpatizan o discrepen con ellos. Es difícil mantener la distancia y la objetividad. Suben de *rating* los programas políticos. Las antipatías se convierten en odio y las afinidades, en amor a prueba de todo. Uno pierde amigos y gana enemistades que ni sospechaba.

Por eso, ahora sí, he decidido hacer caso a las enseñanzas maternas: no hablemos de política (hasta que gane la candidata que quiero que gane).

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU

MÁSTER
Dirección de Negocios Internacionales

EOI Escuela de
organización
Industrial

Inicio: 26 de Agosto
Informes Teléfono: 419 2800 anexo: 3274

UPC
ESCUELA DE POSTGRADO



regresar
página 1



CÓDIGO DE CONSUMO

Las modificaciones que hiciera el Ejecutivo sobre el Código de Consumo, las cuales invalidaban el libre endoso y la postergación de pasajes aéreos, fueron desaprobadas por la Comisión de Defensa del Consumidor del Congreso. Como ya mencionamos (ver [Semanario N° 579](#)), el artículo 66.7 del Código establece medidas que serán perjudiciales para los consumidores, pues las aerolíneas no solamente ya no lanzarán promociones, sino que, además, se generará reventas de boletos, informalidad y especulación. En consecuencia, según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), la afluencia de extranjeros podría caer en un 15%. Ante las desventajas, José Luna Gálvez, presidente de la mencionada comisión, señaló que propondrá un texto sustitutorio que restrinja el endoso o la postergación del pasaje; es decir, que limite esta facultad al caso en que el motivo sea de fuerza mayor (como, por ejemplo, enfermedad). No obstante, esta última medida generaría un costo asociado a su debido monitoreo y, definitivamente, no sería suficiente para prevenir la aparición de un mercado negro que perjudicará al tránsito aéreo, justo cuando nuestro país está avanzando en conectividad interna y externa.

UN TERMINAL PORTUARIO DE VANGUARDIA

En julio del 2006, DP World Callao se adjudicó la buena pro para el diseño, financiamiento, construcción y operación del Muelle Sur por un periodo de 30 años. La construcción se inició en abril del 2008 con un plazo de tres años para culminarla. Un año antes de ello, DP World Callao presenta al Perú y al mundo el nuevo Terminal de Contenedores Muelle Sur.

El pasado 30 de setiembre, con la presencia del presidente Alan García, el presidente del Directorio de DP World, Sultán Ahmed Bin Sulayem, el CEO (Chief Executive Officer) de DP World, Mohammed Sharaf, el COO (Chief Operating Officer) de DP World, Anil Watts, el vicepresidente de Relaciones Gubernamentales de DP World, Suhail Al Banna, el vicepresidente Regional de DP World Americas, Matthew Leech y la ministra de Estado de Emiratos Árabes Unidos, Reem Ibrahim Al Hashimi, se inauguró el nuevo terminal de contenedores Muelle Sur. Un paso enorme hacia la modernización portuaria del Perú, que significa:

- Una inversión de US\$ 500 millones y US\$ 144 millones de inversión complementaria adicional para obras de acceso terrestre al puerto y zonas de actividades logísticas.
- Área de 225 mil m², en su mayoría ganados al mar.
- Dos amarraderos contiguos que forman un frente de atraque de 650 m de longitud.
- Profundidad de 16 m para atender naves Súper Post-Panamax, que pueden transportar hasta 8 mil contenedores.
- Equipamiento: seis grúas pórtico del tipo Súper Post-Panamax, 18 grúas de patio RTG y sistemas informatizados.

Otra buena noticia respecto de la modernización portuaria, en este caso sobre el Muelle Norte, es que los técnicos de la Comisión Pro Puertos de ProInversión modificaron las bases, con la finalidad de que un mayor número de postores de nivel internacional participe de este proceso, lo cual implica mayor competencia y potenciales mayores beneficios para el país. Solo faltaría que también se permita la participación de DP World en la competencia.

No obstante, últimas noticias indican que el MTC se opondría a estas recientes modificaciones. Esperamos que no se retroceda.

REBAJA ARANCELARIA

En búsqueda de una mayor competitividad para el Perú, recientemente, el nuevo titular del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Ismael Benavides, anunció una próxima reducción arancelaria a aplicarse sobre ciertas partidas, con el fin de corregir el efecto conocido como “protección efectiva negativa”, que ocurre cuando el insumo paga un arancel mayor que el del bien final. Para ello, el MEF haría una revisión de partidas arancelarias sobre aquellas que sean propuestas por el Ministerio de la Producción (PRODUCE).

Una vez más, sería bueno revisar los aranceles de aquellos insumos que son de vital importancia para la industria peruana, como el 9% que aplica a las cajas de cartón usadas en la agroexportación (ver [Semanario N° 534](#)). También destaca el caso del arancel impuesto sobre los metales, el cual disminuye la competitividad que caracteriza al Perú por su producción. Este hecho quedó claramente expuesto en octubre del 2009, cuando la paralización de Doe Run desabasteció el mercado de plomo refinado y la industria, para la cual dicho elemento es un insumo básico, se vio obligada a importarlo y asumir el pago del arancel del 9%, a fin de cumplir con la demanda nacional y con sus compromisos de exportación.

Recordemos que los que son productos terminados para algunas empresas son insumos para otras.

No dejes a la suerte tus operaciones
de Comercio Exterior con China

Para mayor información llama al 219 2347

 Grupo Interbank

 regresar
página 1



Infraestructura y energía

Por Juan Carlos Ramírez Larizbeascoa
Socio de International Advising & Consulting Company S.A.C.

En la tercera semana de agosto de este año, ocurrió en la China el más impresionante atasco de tráfico jamás visto en la historia de la humanidad. Por once días, camiones, ómnibus y autos estuvieron atrapados en una avenida a lo largo de cien kilómetros. Y esto a pesar de que China viene invirtiendo en carreteras de manera espectacular. Entonces, ¿qué pasó?

Una de las explicaciones a estos hechos, que se multiplican a diferentes escalas en todas partes del globo, incluido el Perú, es la forma en la que el ser humano se transporta. El moverse en un auto pequeño significa usar cien caballos de fuerza (equivalentes a los cien caballos de tiro antiguos) y mover casi una tonelada de masa, gastando en el camino muchos otros elementos, como llantas, aceros y lubricantes. Y esto, en la mayoría de los casos, para mover a un solo ser humano, de los casi siete mil millones que somos.

Esto va a ser insostenible en el mediano plazo. Se necesitarán algunos paliativos, como que la gente viva muy cerca de donde trabaja y, por supuesto, desarrollar verdaderos sistemas de transporte masivo. En esto último cada país tendrá que adecuarse a sus condiciones específicas.

En el caso del Perú, su solución a la infraestructura de transporte viene íntimamente unida a su infraestructura eléctrica. Todo en el Perú debería ser eléctrico, y básicamente hidroeléctrico. No es verdad que el agua del país venga de los glaciares, viene de los acuíferos. Un acuífero es una zona de la corteza formada por rocas capaces de almacenar agua y liberarla en épocas de estiaje. El Perú tiene muchos acuíferos; como muestra, el acuífero de Capillune, que se encuentra entre Puno, Moquegua y Tacna, contiene 6.5 billones de metros cúbicos de agua disponibles por año. Es decir, trece veces nuestra represa más grande, Poechos, a su capacidad actual.

Naturalmente, un acuífero provee agua, y en el caso del país, la provee en las partes más altas de la cordillera; por lo tanto, provee también energía.

La distribución del agua en las tres cuencas que tiene el Perú es la siguiente: 97% va al Atlántico, 2.7% va al Pacífico y 0.3% va al lago Titicaca. Nuestra principal central hidroeléctrica, de un giga de potencia, se encuentra en la cuenca del Atlántico. A pesar de esta realidad, el Perú solo ha instalado el 4% de la potencia hidroeléctrica que podría tener. Y no es verdad que una hidroeléctrica tenga impactos ambientales trágicos. Esto solo depende de su diseño.

La Central del Mantaro, a pesar de ser la más grande, ocupa muy poca área en su represa de Tablachaca, dando un ejemplo que debe tomarse en cuenta. La represa debe estar arriba, donde no se inunde áreas bajas de agricultura, selva o conservación. El canal de derivación debe ser tan largo como haga falta, tanto para evitar el impacto a las tierras, como para ganar altura y potencia. Las turbinas, por supuesto, sí estarán lo más abajo posible, liberando el agua a su cauce normal.

El desarrollo hidroeléctrico es fundamental en un país bendecido por condiciones climáticas y geográficas que no tiene nadie más en el mundo. El plan de transporte debería tener trenes eléctricos, y sistema de *trolley* interprovincial para vehículos eléctricos. Debemos adelantarnos al transporte individual en base a los autos eléctricos ya en lanzamiento.

La solución al problema de la infraestructura de transporte tiene, sin duda, un componente relacionado a la infraestructura energética y cómo ella se desarrolle. No habría tanta discusión sobre el gas si nos sobrara energía hidroeléctrica limpia, barata y disponible.



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar
página 1



¡Productos al alza!

EL FRUTO DEL OLIVO

De acuerdo con el Consejo Oleícola Internacional (COI), la aceituna de mesa constituye un alimento de alto valor nutritivo y muy equilibrado, que posee todos los aminoácidos esenciales y un nivel de fibra que la hace bastante digestiva. Destacan sus contenidos de minerales, especialmente el calcio y el hierro, también la provitamina A, la vitamina C y la tiamina. Según cifras del MINAG, la producción de aceituna alcanzó las 114.4 miles de toneladas en el año 2008, con un rendimiento promedio de 10,981 t/ha, evidenciando un crecimiento promedio anual del 28% en el período 2004-2008.

Luego de revisar las cifras de SUNAT, tenemos que, entre enero y agosto de este año, nuestras exportaciones de aceitunas, preparadas o en conserva crecieron un 22% en valor y un 6% en volumen, con respecto al mismo período del año anterior. El total de ventas colocadas al exterior sumó US\$ 18 millones, de los cuales el 74% corresponde a las dirigidas a Brasil, con un incremento del 28% respecto al mismo período del año anterior. Aunque, en menor medida, otros mercados de destino fueron EE.UU. (11%), Chile (8%) y Sudáfrica (2%).

Entre las principales empresas exportadoras de este producto podemos citar a Agroindustrias Nobex como la principal de ellas. En el periodo analizado alcanzó los US\$ 6.3 millones (+11%), lo que representa el 35% del total exportado por nuestro país. Le siguen Alimentos Procesados del Olivo, Agroindustrias y Comercializaciones Guive y Exportaciones Mirsa, con el 6.2%, el 5.9% y el 5.4% del total exportado, respectivamente.

Cabe mencionar que en el período 2005-2009, las exportaciones de aceitunas registraron un crecimiento promedio anual del 99.3%, pese a que en el año 2009 se evidenció una reducción del 13% como resultado de las menores compras del mercado externo.

DEL CARRITO ANCHOVETERO A LOS MERCADOS INTERNACIONALES

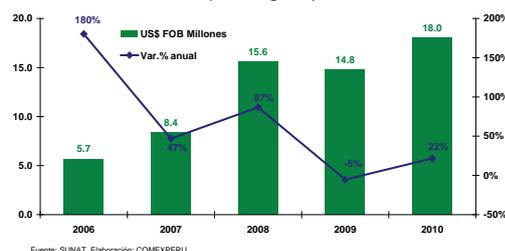
En años anteriores, la anchoveta era un producto destinado exclusivamente al consumo humano indirecto, ya sea en la elaboración de harina o de aceite para la alimentación de animales; sin embargo, en un esfuerzo conjunto entre el Ministerio de la Producción y el sector empresarial, se viene incrementando la producción de conservas elaboradas sobre la base de esta especie, como resultado de la creciente demanda tanto del mercado interno como del externo.

De acuerdo con cifras de SUNAT, en el período enero-agosto del 2010 se registró un valor exportado de US\$ 13.2 millones en lo que respecta a preparaciones y conservas de anchoveta (+13.4%), y un valor de US\$ 8.5 millones de anchoveta congelada (+23%).

En lo referente a preparaciones y conservas, del total de ventas colocadas en el exterior, el 28% se dirigió a República Dominicana, destino hacia el cual nuestras exportaciones se incrementaron un 37%, con respecto a enero-agosto del 2009. Asimismo, España se presenta como segundo mercado, captando un 23% de nuestras exportaciones, con un crecimiento del 27% respecto del periodo anterior. Seguidamente, se encuentran Colombia (14%), EE.UU. (7%) e Italia (4%). Por otro lado, en lo que se refiere a anchovetas congeladas, del total de ventas al exterior, el 88% correspondió a España, destino hacia el cual nuestras exportaciones se incrementaron un 33% respecto de enero-agosto del 2009. Le siguen mercados como Italia (4%), Francia (3%) y Chile (2%).

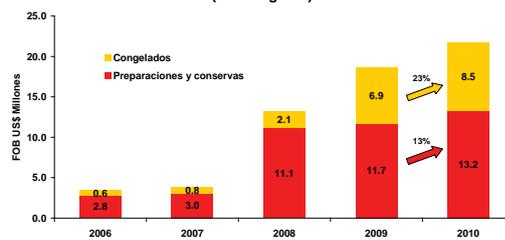
Entre las principales empresas exportadoras de preparaciones y conservas tenemos las siguientes: Austral Group (US\$ 3.9 millones; 65% del total exportado; +30%), Inversiones Prisco (US\$ 2.74 millones; 21%; +86%), Compañía Americana de Conservas (US\$ 1.6 millones; 12%; +241%); Tws (US\$ 1.4 millones; 10%; +37%), entre otras. Mientras que entre las principales empresas exportadoras de anchoveta congelada tenemos a Compañía Americana de Conservas (US\$ 3.7 millones; 43% del total exportado; +12%), Inversiones Prisco (US\$ 1.3 millones; 16%; +2%); Corporación Leribe (US\$ 1.3 millones; 15%; +228%), entre otras.

Evolución de las exportaciones peruanas de aceituna (enero-agosto)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Evolución de las exportaciones peruanas de anchoveta (enero-agosto)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



¿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.infocorp.com.pe

EQUIFAX
PERU

regresar
página 1



Telecomunicaciones para el desarrollo

La semana pasada, Apoyo Consultoría presentó su estudio “El impacto de las telecomunicaciones en el desarrollo: el caso de la telefonía móvil en el ámbito rural”, en el cual se destaca cómo la telefonía móvil se ha convertido en un importante medio de comunicación en las zonas rurales donde, por falta de infraestructura, no llegan los servicios de telefonía fija. Los principales hallazgos del estudio se detallan a continuación.

En la última década se ha dado un crecimiento importante del número de personas con acceso a telefonía móvil. En el 2001, uno de cada veinticinco peruanos contaba con un celular (3.7% de la población), mientras que, al año 2008, de cada dos peruanos, uno tiene celular (48.6%). Al desagregar estas cifras, es notable el logro alcanzado en las zonas rurales. El porcentaje de personas que contaba con un teléfono móvil pasó del 1.1% en el 2001 al 29.4% en el 2008. Es así que resulta importante saber cómo se han favorecido los pobladores rurales con el acceso a dicha tecnología. Según el estudio, la introducción de un celular en una familia rural permite incrementar en S/. 900 sus ingresos a lo largo de un año, lo cual se sustenta en sus efectos positivos sobre la producción agrícola, las microempresas y las mayores redes sociales.

Evolución del acceso a telefonía móvil (como porcentaje de la población)

Ámbito	2001	2008
Rural	1.1	29.4
Urbano	5.1	61.5
Total	3.7	48.6

Fuente: Apoyo Consultoría

CELULARES Y AGRICULTURA

Sin la telefonía móvil, los agricultores de las zonas rurales alejadas no tendrían ningún medio para conocer los precios y la demanda de sus productos. Entonces, dado que son bienes perecibles, se ven obligados a venderlos a los precios que los intermediarios les ofrecen. Sin embargo, poseer un celular les permite tener una mayor ventaja durante la etapa de comercialización. Esto se debe a que pueden negociar sus productos con un mayor margen de ganancia, ya que logran conocer el precio al consumidor final o el transado por otros productores. Además, dado que es más fácil brindar información sobre su producción (cantidades, características y precios), podrán colocarla de manera más sencilla en algún mercado.

En el Perú, los beneficios se han reflejado en la mayor cantidad de productos transados y el mayor precio de estos. Así, los productores que cuentan con un celular (comparándolos con aquellos que no tienen) comercializan mayores volúmenes de algodón (+6.4%), café (+38.7%), arroz (+48.3%) y papa (+41.7%). Asimismo, han logrado negociar mejores precios para una serie de productos de agroexportación no tradicional, como el mango (+30.8%), el durazno (+12.5%), la palta (9.7%) y la uva (+22.9%).

MÁS MICROEMPRESAS

El uso de la telefonía móvil puede reducir el costo de iniciar un negocio e incluso incentivar la creación de uno. En el Perú, los resultados indican que, en las zonas rurales, un 6.1% más familias señalaron haber creado una microempresa después de tener un celular. Las ventajas también se reflejan dentro de la gestión del negocio. La transmisión de información permite diseñar esquemas para mejorar el control de costos y la calidad del producto o servicio, lo que significaría un aumento en los ingresos. Asimismo, con el uso de la telefonía móvil, los emprendedores pueden obtener nuevos clientes y así hacer crecer sus negocios.

En lo que respecta a las mayores redes sociales, la facilidad de transmitir la voz y los datos convierte a la telefonía celular en una herramienta para fortalecer las redes sociales ya existentes y facilitar la creación de nuevas. Así, dentro de una comunidad, la nueva tecnología ha permitido incrementar los niveles de comunicación entre los pobladores, lo que aumenta la posibilidad de que se desarrollen iniciativas conjuntas que tengan beneficios para sus participantes.



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

SUMMIT

DELFINES
HOTEL & CASINO

regresar
página 1



Importaciones enero-agosto 2010

La apertura comercial del Perú está en aumento y exhibe sus frutos. En lo que va del 2010, la totalidad del intercambio comercial ascendió a US\$ 40,280 millones (+34%) y, de esta cifra, las compras al exterior ascendieron a US\$ 18,796 millones (+37%).

SEGÚN USO O DESTINO

Del total de importaciones entre enero y agosto de este año, el 18.6% fueron bienes de consumo (+37%). El principal importador fue Toyota del Perú, por un total de US\$ 135.4 millones, monto que creció un 146% con respecto a su actividad durante el año pasado. El segundo lugar del *ranking* de importadores de este rubro lo ocupó LG Electronics Perú, con US\$ 108.7 millones (+94%), seguido de Samsung Electronics en el tercer lugar, con un monto de US\$ 64.2 millones.

Pero la mayor parte de las importaciones correspondió a bienes intermedios (el 48.8% del total). Estos crecieron un 46% con respecto al mismo periodo del año pasado. En primer lugar, figura la Refinería la Pampilla, por un total de US\$ 1,662.8 millones (+44%), seguida de Petroperú, por US\$ 764.6 millones (+137%). En tercer lugar destacó Alicorp, con un monto de US\$ 249.7 millones en importaciones de este tipo (+7%). También sobresalieron las compras de semiproductos de hierro y acero por parte de SIDERPERÚ, lo cual refleja la recuperación de actividades como la construcción. Cabe indicar que, si bien los combustibles tienen un peso importante en esta categoría (como hacen suponer las dos principales importadoras), son los bienes intermedios para la industria los que lideran con el 64% del total.

Finalmente, el 32.6% del total de importaciones lo constituyen bienes de capital. Ferreyros fue el primer importador en este rubro, al ingresar maquinaria y equipos por un monto de US\$ 306.8 millones (+56%); el segundo importador fue Toyota del Perú, por un total de US\$ 182.2 millones (+111%), y en tercer lugar figuró el Banco de Crédito del Perú (BCP), con compras por US\$ 131.9 millones (+4%).

PRINCIPALES PRODUCTOS

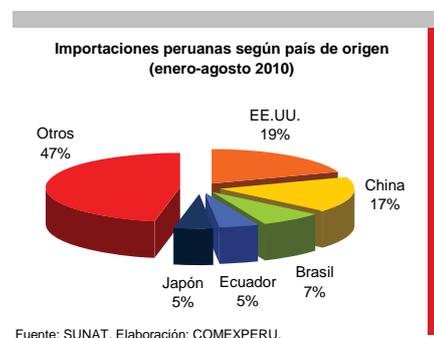
Los productos más importados, en lo que va del año, fueron el aceite crudo de petróleo y el diésel 2, que sumaron US\$ 1,802 millones y US\$ 376 millones, respectivamente. En tercer lugar estuvieron los vehículos ensamblados con motor de émbolo (de cilindrada entre 1,500 y 3,000 centímetros cúbicos), por un total de US\$ 309 millones (+51%). También figuran en el *top 10* los teléfonos móviles (por US\$ 249 millones; +41%), cuyas importaciones se vienen desarrollando con fuerza (ver *Semanario N° 582*), el maíz duro amarillo (US\$ 232 millones; +22%) y los demás trigos (US\$ 221 millones; +1%). El aumento en las importaciones está relacionado con la recuperación del consumo privado y la industria manufacturera nacional, la cual emplea estos mismos productos (combustible e insumos como el maíz, el trigo, etcétera) y, según las estadísticas del BCRP, en julio del 2010 creció un 17% con respecto al mismo mes del año anterior.

PAÍSES DE ORIGEN

El principal país al cual el Perú le compra bienes es Estados Unidos. En lo que va del 2010, hemos importado US\$ 3,683 millones de dicho mercado, un 30% más que lo que le compramos en el mismo periodo del año pasado. El segundo socio comercial que nos vendió sus productos durante este año fue China, por un monto total de US\$ 3,171 millones (+59%), siendo los celulares el principal producto importado, por una suma de US\$ 158 millones. Finalmente, el tercer país fue Brasil, quien colocó US\$ 1,394 millones en nuestro país (+38%). También destacan Ecuador (US\$ 894 millones; +78%), principalmente por petróleo, y Japón (US\$ 868 millones; +43%).



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

El **72%** de las empresas con antivirus actualizado **ESTAN INFECTADAS...** ¿y la suya? ingrese a www.infectedornot.com

PANDA
SECURITY

regresar
página 1