



## Contenido

Del 20 al 26 de diciembre del 2010

	<b>LO QUE NOS DEJA (PENDIENTE) EL 2010</b>	<b>Editorial</b>	<b>2</b>
	<b>SE APROBÓ LA LEY DE FACTURAS NEGOCIABLES</b> <i>La norma promueve el acceso al financiamiento a los proveedores de bienes y servicios a través de la comercialización de facturas comerciales y recibos por honorarios.</i> <b>PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN MUNDIAL</b> <i>La principal preocupación para los inversionistas en los próximos tres años es el riesgo político.</i>	<b>Hechos de Importancia</b>	<b>3</b>
	<b>PONIÉNDOLE NOTA A LA EDUCACIÓN</b> <i>Pese a que aún está "jalado", el Perú se encuentra en el primer lugar en el ranking de progreso en el área de lenguaje.</i>	<b>Actualidad</b>	<b>4</b>
	<b>UNA MÁS DEL LLANERO SOLITARIO</b> <i>Venezuela... un mercado realmente pedregoso.</i>	<b>Economía</b>	<b>5</b>
	<b>MANUFACTURAS PERUANAS AL MUNDO</b> <i>Cada vez más destinos, grandes progresos y nuevas metas para el sector no tradicional.</i>	<b>Comercio Exterior</b>	<b>6</b>

### 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 Zacznic 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](mailto:semanario@comexperu.org.pe)

Tel.: 422-5784 Fax: 422-5942

Reg. Dep. Legal 15011699-0268

**Nueva NISSAN MURANO**  
UNA ESCULTURA EN MOVIMIENTO

[www.nissan.com.pe](http://www.nissan.com.pe)



**Motor 3.5L - 265HP**  
Sistema audio BOSE  
Monitor DVD



## Lo que nos deja (pendiente) el 2010

Próximos a terminar el 2010, se mantiene el optimismo que ha caracterizado a este año, que empezó con proyecciones de crecimiento del 5.5% y que hoy andan alrededor del 9%. A diferencia de lo que ha caracterizado hasta ahora a los periodos electorales, no se espera que la proyección para el próximo año se vea castigada esta vez. Si se mantuviera así, podríamos utilizar para el Perú la misma frase con la que calificamos las elecciones en Chile: “vientos de cambio, tal vez; pero nada de huracanes”.

Con varias medidas acertadas, el 2010 ha sido un buen año para el Perú: se consolidó la vocación de integración del Gobierno con nuevos mercados (se cerraron el TLC con China y las negociaciones con la UE) y se consiguió el ingreso de la palta Hass al mercado americano luego de casi una década de trabajo, lo que coincide con una canasta de exportaciones que se pone sabrosamente variada: maracuyá, kiwicha, quinua, uña de gato, lúcuma, mariscos en conserva y algas son solo algunos productos que el Perú exporta.

Además, no solo continuó la tendencia decreciente de la pobreza (se bajó 10 puntos en 3 años), sino que se redujo la desigualdad hasta hacer del Perú el tercer país menos desigual de América Latina.

Nuestro puesto en el Doing Business mejoró hasta ubicarnos en el puesto 36 de 183 economías, colocándonos, además, como uno de los tres grandes reformadores a nivel mundial.

Se iniciará el proyecto Majes-Siguas; se echó a andar (con pasajeros dentro) el Metropolitano y la Línea Amarilla debería andar también dentro de poco.

¿Y para el 2011?

Quedan por supuesto “algunos” temas por resolver (y cuanto más pronto, mejor): las últimas pruebas PISA nos ponen en el lugar 63 de 65 calificados en lectura y matemáticas (y en el 64 en ciencias); mientras tanto, las universidades regionales tienen más de S/. 700 millones para gastar en investigación y no lo hacen. La minería y la tala ilegal siguen devastando bosques. La informalidad, y con ella la precariedad del empleo, continúan afectando al 70% de los trabajadores mientras se amenaza la flexibilidad que da pie a gran parte de los pocos empleos formales que hay. La corrupción se ha convertido en algo tan cotidiano que ya ni preguntamos que pasó con el escándalo de los “petroaudios”.

Estos son solo unos pocos. No hace falta esforzarse demasiado para encontrar muchos más. Todo sea para entretenernos el año que viene y que nuestros candidatos tengan algo en qué pensar estas Navidades.

*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



## SE APROBÓ LA LEY DE FACTURAS NEGOCIABLES

El 7 de diciembre del 2010 se publicó la Ley N° 29623, que promueve el acceso al financiamiento a los proveedores de bienes y servicios a través de la comercialización de facturas comerciales y recibos por honorarios. Los aspectos más importantes de la Ley son los siguientes:

- Los proveedores de bienes o servicios incorporarán a las facturas comerciales o recibos por honorarios que emitan, una tercera copia denominada Factura Negociable, para su transferencia a terceros o su cobro ejecutivo.
- La factura negociable es un título valor a la orden transmisible por endoso, que se origina en la compraventa u otras modalidades contractuales de transferencia de propiedad de bienes o en la prestación de servicios, e incorpora el derecho de crédito respecto del saldo del precio o la contraprestación pactada por las partes.
- Los adquirentes de facturas negociables deben verificar la procedencia de éstas (tienen un plazo de ocho días hábiles, contado a partir de la recepción de la factura). En todo caso, el adquirente de los bienes o beneficiario de los servicios queda exonerado de responsabilidad por la idoneidad de quienes actúen como adquirentes de las mismas.
- La Factura Negociable puede ser transferida una vez aceptada por el adquirente de los bienes o usuario de los servicios. El legítimo tenedor de la Factura Negociable deberá comunicarle a dicho adquirente o usuario la transferencia del título valor en su favor, a más tardar, tres días antes de la fecha en que deba realizarse el pago. Se establece la nulidad de los pactos que restrinjan o prohíban su transferencia.

Con esta norma, Perú deja de ser uno de los pocos países en el mundo donde la factura comercial no goza de mérito ejecutivo, lo cual dificultaba la operatividad del factoring en el país, otorgando ahora liquidez en el corto plazo, capacidad de negociación de la MYPE frente a su comprador y contribuyendo a la bancarización.

## PERSPECTIVAS DE INVERSIÓN MUNDIAL

El Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (MIGA por sus siglas en inglés) del Banco Mundial tiene como objetivo promover la inversión extranjera directa, que representa la fuente más grande de capital privado internacional del mundo en desarrollo. Por ello, este año elaboró el estudio de Inversión Mundial y Riesgo Político, en el cual se exponen las principales tendencias mundiales.

El análisis señala que, aunque el flujo de inversión extranjera directa (IED) a los países en desarrollo cayó en promedio durante el 2009, los inversionistas se muestran optimistas por una recuperación económica mundial bastante próspera, liderada por estas economías emergentes. Se proyecta que la IED en estas naciones habrá crecido en 17% en el 2010 y se espera que permanezcan como destinos atractivos.

El informe pone especial atención en las economías frágiles afectadas por el conflicto (CAF por sus siglas en inglés). En los próximos doce meses, la mayor preocupación que hace dudar al capital extranjero es la inestabilidad macroeconómica y, para los próximos tres años, el riesgo político, seguido de otras preocupaciones como instituciones gubernamentales débiles, falta de capital humano calificado e infraestructura deficiente.

Los flujos de IED en los países en vías de desarrollo, dirigidos a los activos productivos, estimulan el crecimiento económico y contribuyen con la reducción de la pobreza. Si bien la IED en el Perú ha crecido de forma importante si se compara el año 2000 con el 2009 (ver gráfico), las perspectivas son todavía prometedoras. Durante la CADE 2010, Michael Porter remarcó que, hacia el año 2021, el Perú podría ser el primer país receptor de IED entre los de la costa del Pacífico Sur. Trabajemos para que así sea.



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

Para mayor información llama al 219 2347

Grupo Interbank

regresar  
página 1



## Poniéndole nota a la educación

No cabe duda de que el Perú está atravesando una época de desarrollo económico excepcional. Nuestro PBI ha crecido durante once años consecutivos y, según el BCRP, se espera que cierre el 2010 con un crecimiento del 8% (y los analistas siguen ajustando sus proyecciones al alza). Sin embargo, uno de los principales factores que garantizan el crecimiento sostenido en el largo plazo es la educación, y el capital humano que se está formando en nuestro país deja mucho que desear. La educación en el Perú está lejos de alcanzar su potencial como motor de crecimiento, ya que la precaria calidad del servicio no asegura que los alumnos alcancen las competencias mínimas necesarias.

### JALADOS

La baja calidad de la educación es evidente si se revisan los resultados de las evaluaciones (nacionales e internacionales) que han rendido los alumnos. Según la prueba PISA 2009, el Perú una vez más se ubicó entre los últimos lugares (ver [Semanario N° 595](#)). De un total de 65 países, nuestro país ocupó el puesto 63, tanto en lectura como en matemáticas, y el 64 en ciencias, solo por delante de Azerbaiyán y Kirguistán, países que participaron por primera vez en la evaluación (lo que significa que el Perú no superó a ninguno de los países que ya lo superaban en el 2001). Los resultados son aún más alarmantes si nos comparamos con los países de la región. De los nueve países latinoamericanos que rindieron la prueba, ocupamos el último lugar en lenguaje y ciencias y el penúltimo en matemáticas (solo superando a Panamá). Así, nos ubicamos por debajo de países como Chile (puesto 44 en lenguaje, 49 en matemáticas y 44 en ciencias), Brasil (53, 57 y 53), Argentina (58, 55 y 57) y Colombia (52, 58 y 54). Sin embargo, no todos son malos resultados. Si comparamos el puntaje obtenido en el área de lenguaje (370) con nuestra calificación del 2001 (327) hemos crecido un 13%, lo que nos coloca en el primer lugar en el *ranking* de progreso en dicha área. Aunque el caso de Chile es admirable: es primero en Latinoamérica en lectura y ciencias y segundo en matemáticas y progreso en lenguaje.

Ranking de los países que rindieron la prueba PISA 2009

País	Lenguaje	Matemáticas	Ciencias
Shanghai-China	1	1	1
Corea del Sur	2	4	6
Finlandia	3	6	2
Singapur	5	2	4
Chile	44	49	44
Colombia	52	58	54
Brasil	53	57	53
Argentina	58	55	57
Perú	63	63	64

Fuente: OCDE. Elaboración: COMEXPERU.

Ranking de los países con mayor crecimiento en el área de lenguaje

Puesto	País	Variación en el puntaje con respecto al 2001
1	Perú	+ 43
2	Chile	+ 40
3	Albania	+ 36
4	Indonesia	+ 31
5	Letonia	+ 26

Fuente: OCDE. Elaboración: COMEXPERU.

Otras evaluaciones también demuestran el estado de emergencia en el que se encuentra la educación de nuestro país. Según el Ministerio de Educación, en el 2009, solo el 23% de los alumnos que terminaron el segundo grado de primaria comprendía lo que leía. En las zonas rurales, únicamente el 11.6% lo logró. En dicho año, el 13.5% de los alumnos que culminaron el segundo grado de primaria alcanzó un desempeño adecuado en matemáticas. En las zonas rurales, apenas el 7.1% lo logró.

### BUSCANDO SOLUCIONES

No existe una única receta para mejorar la educación de un país. Existen una serie de factores (geográficos, culturales y de ingresos) por los que las reformas educativas que se realizan en un país no necesariamente funcionarían en otro. Tomando esto en cuenta, McKinsey & Company ha realizado un estudio que analiza 20 sistemas educativos exitosos de todo el mundo, pero con puntos de partida diferentes (Singapur, Chile, Hong Kong, Corea del Sur, Eslovenia, entre otros). Es decir, analizaron sistemas que pasaron de pobres a aceptables, de aceptables a buenos, de buenos a muy buenos y de muy buenos a excelentes, en un periodo de tiempo no mayor a seis años. Las intervenciones que se realizaron en cada una de las etapas son las siguientes:

- De pobre a aceptable: en esta etapa se debe enseñar a los alumnos los conceptos básicos de lenguaje y matemáticas. Esto requiere una mayor capacitación a los profesores y la entrega de materiales necesarios a los estudiantes.
- De aceptable a bueno: las intervenciones se concentran en consolidar los conocimientos básicos aprendidos por los alumnos. Es necesario establecer las bases de recolección de información, organización, finanzas y pedagogía.
- De bueno a muy bueno: las intervenciones se enfocan en dar forma a la profesión de maestro, de manera que sus requisitos, prácticas y planes de carrera estén tan bien definidos como lo están en medicina o en derecho.
- De muy bueno a excelente: la enseñanza debe concentrarse en la innovación y la experimentación.

Esperemos que este tipo de estudios, elaborados por prestigiosas instituciones de nivel internacional, sean la base de los programas de gobierno de los diferentes candidatos presidenciales. Solamente así, se podrá continuar y acelerar la reforma emprendida en este gobierno.



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar  
página 1





## Una más del llanero solitario

Si existiese la posibilidad de premiar las acciones de política económica más pintorescas en los últimos años, sin lugar a dudas Venezuela se alzaría con el primer lugar del podio... ¡y de lejos!

Tal y como adelantamos en la edición anterior, el 30 de noviembre pasado el Gobierno venezolano constituyó la empresa estatal denominada "Corporación de Importación, Exportación y Comercialización Mayorista de Bienes para el Pueblo" (VENECOM S.A.), la cual tendrá por objeto ejecutar todas las operaciones de comercio exterior relacionadas a la importación, exportación y comercialización de bienes. Están incluidos productos como alimentos, textiles y calzado; útiles para el hogar; equipos electrodomésticos; productos para uso personal; ferretería; insumos y materias primas para la industria alimenticia y la agricultura, entre otros.

La creación de VENECOM S.A., representa un claro ejemplo de cómo un modelo económico puede llevar al extremo la intervención estatal en el mercado (allí donde el Estado nunca debe estar) y ocasionar el alejamiento inminente de la inversión privada en detrimento de aquellos que sí creen en la libre competencia y el comercio internacional.

### DE LA GACETA: "...PARA LOGRAR MAYOR EFICACIA POLÍTICA"; PORQUE CLARAMENTE NO LOGRARÁN EFICACIA ECONÓMICA

Según el artículo 8º del Decreto N° 7862, publicado en la Gaceta Oficial N° 39563, VENECOM S.A. "podrá ser empresa matriz tenedora de las acciones de empresas del Estado relacionadas a la importación, exportación, comercialización y distribución de bienes, cuando para el funcionamiento de estas se requiera una vinculación entre ellas, o sean creadas con la finalidad del desarrollo de actividades específicas relacionadas con el objeto de dicha empresa". Asimismo, agrega que VENECOM S.A. "podrá hacer alianzas estratégicas y ser tenedora de acciones de empresas internacionales de capital mixto...". Del presente artículo, claramente se desprende la idea del inmediato alejamiento de los capitales privados en los subsectores con los cuales VENECOM S.A. desee realizar "alianzas estratégicas".

Además, mediante el artículo 9º, "se exhorta al Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) y a la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI), para que tomen las medidas pertinentes a los fines de simplificar y agilizar los trámites administrativos de rutina para los permisos de importación y otorgamiento de divisas a la VENECOM S.A.". Recordemos que el mercado de divisas venezolano se encuentra bajo un régimen de control de cambio en manos de la CADIVI (ver [Semanao N° 543](#)).

No obstante la aparición de la VENECOM S.A., existen un sinnúmero de entidades estatales que se encargan de las importaciones, exportaciones y comercialización de productos en Venezuela, como por ejemplo: la Corporación de Abastecimiento y Servicios Agrícolas (La CASA S.A.), el Mercado de Alimentos (MERCAL), la Productora y Distribuidora Venezolana de Alimentos (PDVAL), la Corporación Venezolana Agraria (CVA), la Corporación Venezolana de Guayana (CVG), la CVA azúcar, la CVA Cereales y Oleaginosas, entre otras. Por lo que cabría preguntarnos ¿cuál será la posición de estas frente a la entrada de VENECOM S.A.?

Para encontrar evidencias del resultado de la intervención estatal en la comercialización de insumos y productos destinados al consumidor final, bien podríamos mencionar el caso peruano. Tal y como señalamos en el [Semanao N° 561](#), mientras que en 1968 (cuando empezó la dictadura militar de Velasco) las pérdidas acumuladas de las empresas públicas ascendían a US\$ 46 millones, en 1979 llegaban a los US\$ 2,481 millones (en valores del 2006, alcanzaron los US\$ 18,780 millones entre 1968 y 1979). Entre 1970 y 1990, estas pérdidas sumaron alrededor de US\$ 7,100 millones, de los cuales cerca de US\$ 4,800 millones se generaron en los años 80. Solo en 1988, el déficit económico de las empresas estatales no financieras representó el 5% del PBI, según cifras del BCRP. Precisamente, en ese año el déficit fiscal alcanzó el 11.8% del PBI, superando los niveles registrados en otros años de crisis como 1983 (11.3%) y 1976 (10.3%).

El afán por que el Estado se dedicase a la actividad empresarial dio origen a las desaparecidas Empresa Comercializadora de Alimentos S.A. (ECASA), Empresa Nacional de Comercialización de Insumos (ENCI) y PESCAPERU, las cuales registraron pérdidas de US\$ 622 millones en conjunto. Si bien el número de empleados se incrementó en 242%, la población adecuadamente empleada pasó de 53% a 5% (ver [Semanao N° 367](#)).

Debemos tener en cuenta que, de acuerdo con cifras de la SUNAT, el 95% de las exportaciones peruanas con destino hacia Venezuela en el período enero-octubre del 2010 son productos manufacturados que superan los US\$ 362 millones, de los cuales el 42% corresponde al sector textil-confecciones (US\$ 153.2 millones), 17% al sector químico (US\$ 62.8 millones) y 11% al sector metalmecánico (US\$ 40.4 millones). Como bien señalamos en el [Semanao N° 573](#), Venezuela representa un mercado con características de inestabilidad propias del gobierno de turno, impredecible y altamente riesgoso. Sin lugar a dudas VENECOM S.A. es una piedra más en el camino de quienes realizan operaciones con el país llanero, por lo que no estaría de más mirar otros mercados de la región.

¿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



## Manufacturas peruanas al mundo

En las últimas décadas, la estructura básica de la economía peruana sufrió cambios prometedores para un futuro mejor, que hoy, ya es presente. Las inversiones en la esfera exportadora durante los noventa permitieron cosechar sus frutos a partir del 2004, año en el que la economía peruana repuntó en cuanto a comercio internacional.

Por más que la venta de *commodities* aún abarque el grueso de nuestros envíos al exterior, también resalta el crecimiento de la industria no tradicional, que entre enero y octubre del 2010 exportó US\$ 6,190 millones. A continuación dejamos de lado las exportaciones primarias, para concentrarnos exclusivamente en las manufacturadas.

### MÁS MERCADOS, MÁS PROGRESO

Desde 1993, Estados Unidos ha sido nuestro primer receptor de manufacturas. Entre enero y octubre de este año, compró al Perú un total de US\$ 4,636 millones, de los cuales un 33% fueron productos no tradicionales. Por más que esta sea una buena plaza para nuestras exportaciones más elaboradas, la clave está en apostar por la multiplicidad de destinos. Desde que se incorporó, con nivel prioritario en la agenda nacional, la integración con el mundo y luego la firma de tratados de libre comercio, se han abierto nuevos mercados que cada vez toman más fuerza. Así, entre los años 1993 y 2004, el Perú amplió sus 114 destinos de exportación a 170; en la misma línea, Estados Unidos ha pasado de concentrar el 40% del total no tradicional exportado (2005) a no llegar al 25% (2010).

Entre los países que más posiciones han escalado, sobresale España, que a octubre de este año compró US\$ 354 millones en productos manufacturados (50% más que en el 2005). Adquirió principalmente gas natural licuado, pesca del mar peruano y paltas, además de los conocidos pimientos piquillo que hoy han vencido en el mercado incluso al pimiento español. También destaca Holanda (US\$ 269 millones) en productos principalmente agrícolas, alcohol etílico y veneras. Infaltable, a China este año le vendimos US\$ 211 millones en moluscos y otros invertebrados acuáticos, pelo fino de alpaca o llama, madera, tara en polvo y lacas colorantes, entre otros cientos de bienes.

Aunque en una menor proporción, los productos manufacturados peruanos llegan a partes que antes parecían insólitas como Nueva Zelanda y Australia, quienes importan principalmente productos agrícolas y artículos de peletería de alpaca. Por último, se han logrado nuevos mercados en países del Medio Oriente, tales como Qatar, Túnez, Mauritania, Emiratos Árabes Unidos, Somalia, Arabia Saudita, Bahrein y Egipto, todos miembros del bloque de países árabes, cuyos principales representantes estarán en nuestro país en febrero del 2011 con motivo de la III Cumbre ASPA (ver [Semanario N° 591](#)). Algunos de los productos que estas naciones nos compran son leche evaporada, *t-shirts* de algodón y lacas y materias colorantes.

### NO SOLAMENTE ES AGRO

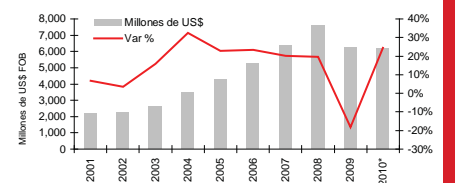
Si bien no podemos dejar de mencionar a los espárragos, que lideran la lista de productos manufacturados exportados (y que a su vez también constituyen el producto de cabecera en este rubro que Estados Unidos le compra al Perú, ver [Semanario N° 590](#)), no solamente es el sector agroexportador el que promueve el crecimiento de las ventas no tradicionales; también destaca el sector textil (US\$ 1,234 millones, 25% del total) y el químico (US\$ 671 millones, 14%).

### DÓNDE CONCENTRAR EL ESFUERZO

Ya lo destacó Michael Porter durante su exposición en la CADE 2010: el notable crecimiento del Perú se ha dado de forma heterogénea, dispersa y a costa de una falta de diversificación y dependencia de los mercados globales de *commodities*. Un crecimiento sostenido dependerá del plano microeconómico y de las mejoras institucionales que puedan conseguirse. Crecer a tasas de 8% o 9% será sostenible solamente si es que el país logra mejorar su competitividad, guiado por una estrategia económica y social ambiciosa que se base en la ventaja comparativa del país (en buen cristiano: empezar a especializarse y a promover la producción *in house*).

En términos del naturalista francés Alcides d'Orbigny (1831), el que "el pordiosero sentado en un trono de oro" se convierta en rey, dependerá del esfuerzo diversificador que se cree dentro del Perú mismo. Muy al margen de los obstáculos institucionales, políticos, financieros y culturales -que son pan de cada día-, el ejemplo de otros países que fueron (o siguen siendo) exportadores de materias primas y que lograron desarrollarse es tangible y optimista de saber aprovecharlo: Australia, Canadá, Finlandia, Noruega, Nueva Zelanda y Suecia, entre otras naciones, han sido virtuosas en ese sentido. Un Estado facilitador y no obstaculizador, que trabaje en conjunto con la sociedad en general, es la fórmula ganadora que logrará que el Perú pueda gozar del beneficio de poseer cadenas de producción amplias que añadan valor y desarrollo bien distribuido a nivel nacional.

Evolución de las exportaciones no tradicionales (2001-2010\*)



\*Cifra a octubre. Variación calculada respecto del periodo enero-octubre del 2009.  
Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



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

SUMMIT

DELFINES  
HOTEL & CASINO

regresar  
página 1