



Contenido

Del 17 al 23 de enero del 2011

	INVERSIONISTAS ÁRABES Y DANZA DEL VIENTRE DE CANDIDATOS	Editorial	2
	CON LICENCIA PARA FRENAR... ¿EL DESARROLLO? <i>Las urgentes obras públicas... ¿en manos del público?</i> TLC CON LA INDIA A LA VISTA <i>Abriendo las puertas de la que sería la tercera economía más grande del mundo en el 2050.</i>	Hechos de Importancia	3
	REACTIVACIÓN EN PERJUICIO DEL COMERCIO <i>Luego de cinco años en el olvido, se pretende dar luz verde a la "reactivación" de la marina mercante nacional.</i> CAMPAÑA DE INFORMACIÓN PARA LAS ELECCIONES 2011 <i>Lo que los peruanos deberíamos buscar en un plan de gobierno.</i>	Actualidad	4
	BUENA NUEVA PARA EL COMERCIO EXTERIOR <i>Empezamos el 2011 con impuestos más justos.</i>	Economía	6
	LOS DIEZ PRIMEROS MESES DEL TLC PERÚ-CHINA <i>A diez meses de vigencia del tratado, las exportaciones no tradicionales a dicho país son más dinámicas que las tradicionales.</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 Zacznic Nonalaya

Keren Trapunsky Epstein

Alonso Otárola Moore

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

Tel.: 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



Inversionistas árabes y danza del vientre de candidatos

El 15 de febrero se celebrará en el Perú la Cumbre Empresarial de América del Sur y Países Árabes (ASPA CEO Summit 2011). Buscando los argumentos para convencer a los potenciales inversionistas y comerciantes árabes de echarse el viajecito, di una repasada a la información disponible sobre el Perú. De su lectura, la oferta parece irresistible: un país que ha crecido casi un 80% en la última década, cuentas fiscales saneadas e inflación y deuda pública controladas. Grado de inversión, integración al mundo vía acuerdos comerciales y aranceles bajos. Y, sumadas a ello, excelentes perspectivas de crecimiento (la mayor tasa de Sudamérica para el 2011) sobre la base no solo de la demanda externa de materias primas, sino también de un dinamismo interno alentador.

Como bien advierte ProInversión, los sectores con potencial de crecimiento y atractivos para un inversionista son diversos y van desde la tradicional minería (donde el Perú ocupa el tercer lugar entre los países con mayores reservas de oro, plata, cobre y zinc) hasta la moderna agroindustria, donde solo la mitad de los 7.6 millones de hectáreas con potencial agrícola directo están aprovechadas. A ello se agregan la elevada productividad que permite dos cosechas anuales para varios productos, la diversidad de ecorregiones y un marco tributario promocional.

En el sector textil y confecciones, el Perú es conocido no solo por la calidad de sus fibras, sino por su calificada mano de obra; mientras que en el sector turismo, Machu Picchu es solo una de las maravillas conocidas y el reto está en poner en valor todo el patrimonio ecológico y cultural que nos diferencia y permite atraer a un perfil de turista con mayor educación y recursos.

Obviamente, el desarrollo de todos estos (y otros) sectores requiere de obras de infraestructura que van desde carreteras, puertos y aeropuertos hasta represas y centrales hidroeléctricas (solo uno de los ejemplos de inversión para el sector energía).

¿Seremos capaces de convencer a los inversionistas externos de que traigan al Perú los capitales necesarios para complementar la inversión nacional y desarrollar nuestro potencial?

Tal vez sí, si logramos que vean el nivel que hasta ahora tiene la campaña política solo como una anécdota que pronto se convertirá en discusión de propuestas serias y algo más interesante que las peleas en el APRA, la nacionalidad de PPK, los resentimientos de Humala o las noches de intemperie del candidato de Dulce Amanecer (¿o sería Nuevo Despertar?) en treinta localidades de la sierra.

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



CON LICENCIA PARA FRENAR... ¿EL DESARROLLO?

En palabras de la alcaldesa electa, Susana Villarán: "cualquier obra mayor que se ejecute en adelante en Lima Metropolitana será sometida a un proceso de consulta tanto a los vecinos como a los propietarios de los negocios que pudieran ser afectados por esos trabajos, que ahora requerirán no solo licencia ambiental sino otra que es fundamental: la licencia social".

Considerando que toda obra de magnitud impacta en el flujo de la ciudad en su totalidad, tal iniciativa significaría llevar a referéndum todo el arsenal de urgentes obras públicas, lo cual resulta totalmente inaceptable. Es de esperarse que los líderes políticos aboguen por la aceptación de la ciudadanía, pero una medida populista y demagógica de este calibre carece de toda practicidad y visión de desarrollo o planificación. Peor aún, ¿dónde queda el poder de decisión, la capacidad de tomar las medidas correctas y la confianza que depositan los ciudadanos en sus representantes? Como bien lo ha subrayado COMEXPERU en editoriales anteriores, la democracia no consiste en el diálogo *ad infinitum*, sino en el mandato de lo decidido o elegido por la mayoría, la cual ya eligió al gobierno municipal actual. Ahora es su deber no delegar las responsabilidades que son intrínsecas a su función.

Todos los analistas concuerdan (y es un clamor popular) en que la deficiencia de la infraestructura vial en Lima es el problema más crítico y urgente de la ciudad (en conjunto con el de seguridad). Por este motivo, no se puede perder el tiempo en despropósitos como las "licencias sociales", las cuales a menudo terminan en altercados y protestas politizadas que paralizan las urgentes inversiones que beneficiarán a la mayoría.

TLC CON LA INDIA A LA VISTA

Saludamos las noticias que anuncian la próxima negociación de un TLC con la India. En este mes, el Perú buscará acordar el inicio de un estudio de factibilidad para ello.

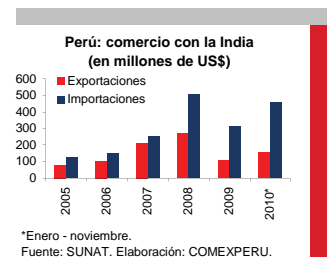
Probablemente será difícil negociar con este país, debido a que su economía aún presenta varias trabas: se ubica en el puesto 134 de 183 economías en el último Doing Business, y entre las áreas más difíciles figuran algunas relacionadas directamente con la inversión, como la apertura de negocios (165) y las licencias de construcción (177); y en comercio transfronterizo ocupa el puesto 100.

Pero justamente por eso, y para no rezagarnos respecto de competidores como Chile (que ya tiene acuerdo), tenemos que lograr un TLC con la India: para abrir uno de los mercados emergentes más importantes del mundo que, según Goldman Sachs, se convertiría en la tercera mayor economía a nivel global en el 2050, tras China y Estados Unidos. El banco de inversión espera que, así como en China, el crecimiento de la clase media (personas con ingresos entre US\$ 6,000 y US\$ 30,000) en la India se acelere en esta nueva década, lo cual tendrá un impacto considerable en la demanda global teniendo en cuenta que es el segundo país más poblado del mundo (casi 1,216 millones de habitantes al 2010).

Y al parecer, ya no será tan complicado aprovechar dicho mercado, pues si bien hasta hace pocos años la industria del *retail* en la India estaba cerrada a la inversión directa extranjera, y las bodegas y carretillas eran lo más popular, recientemente se han dado pasos hacia la apertura: en el 2009, Wal-Mart por fin pudo ingresar a esta plaza gracias a que se permitió a las firmas extranjeras vender al por mayor en alianza con socios locales. Y el año pasado, el gobierno indio decidió permitir a los mayoristas con fondos extranjeros vender directamente a los consumidores hasta el 25% de sus productos mediante *retailers* que sean parte del mismo grupo corporativo. Tras ello, a fines del 2010, Carrefour abrió su primera tienda en la India (también mayorista). Si los avances continúan, será más fácil colocar productos peruanos en anaqueles indios.

Como muestran los cuadros, nuestras exportaciones a la India han despegado en los últimos años. Un TLC nos ayudará a diversificarlas, al mejorar el acceso de los bienes no tradicionales. Asimismo, podremos acceder a productos indios en mejores condiciones (el 56% de nuestras importaciones desde este país corresponde a insumos para la industria) y hay otros campos por explorar, como el de servicios, donde podemos aprender del *know how* indio en *software*, o las inversiones en ambas direcciones pues, pese a los obstáculos, ya hay marcas peruanas en ese gran mercado, como es el caso de Bambos.

El MINCETUR estima que las negociaciones comenzarían en el segundo semestre de este año, por lo que estará en manos del siguiente gobierno lograr un buen TLC. Esperemos que se comprometa a ello.



Perú: exportaciones a la India por sectores (enero-noviembre, en US\$)

Sector	2009	2010	Var. %
Primario	64,539,317	140,865,169	118%
Minero	59,025,871	139,801,273	137%
Pesquero	5,353,364	1,020,237	-81%
Agrícola	160,082	43,659	-73%
Manufacturado	7,134,874	15,027,107	111%
Minería no metálica	13,782	4,593,086	33226%
Agropecuaria	1,122,501	2,749,291	145%
Textil	1,092,116	2,398,547	120%
Siderometalúrgico	2,082,891	2,317,328	11%
Químico	906,155	1,333,552	47%
Pieles y cueros	1,207,698	1,202,253	0%
Otros	709,731	433,050	-39%
Total	71,674,191	155,892,276	118%

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

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

Para mayor información llama al 219 2347

Grupo Interbank

regresar
página 1



Reactivación en perjuicio del comercio

Bien dicen que a puertas de un cambio de gobierno, el Ejecutivo de turno suele agilizar el cumplimiento de aquellas promesas que de alguna manera lo llevaron al poder. Una de las tantas “perlitas” electoreras parecería ser la aprobación del Reglamento de la Ley N° 28583 – Ley de Reactivación y Promoción de la Marina Mercante Nacional, modificada por la Ley N° 29475.

De acuerdo con el artículo 63° de la Constitución Política del Perú, *“la inversión nacional y extranjera se sujetan a las mismas condiciones. La producción de bienes y servicios y el comercio exterior son libres”*. Asimismo, el artículo 71° conviene que *“en cuanto a la propiedad, los extranjeros, sean personas naturales o jurídicas, están en la misma condición que los peruanos, sin que, en caso alguno, puedan invocar excepción ni protección diplomática...”*.

Con lo anterior en mente resulta sumamente preocupante que los numerales 46.1, 47.1 y 47.2, los artículos del 50° al 53°, así como la Tercera Disposición Complementaria Final y la Primera Disposición Complementaria Transitoria, del Reglamento de la Ley N° 28583, contradigan y vulneren los citados artículos de la Constitución, puesto que: i) restringen que buques de bandera extranjera realicen cabotaje (transporte de puerto a puerto), a través de nuestro mar; y ii) restringen que empresas peruanas alquilen buques de bandera extranjera para realizar cabotaje, a través de nuestro mar.

Desde un punto de vista económico, podemos señalar los siguientes aspectos:

- Los beneficios a empresas navieras nacionales y la generación de barreras a las empresas extranjeras limitan la libre competencia, crean una rentabilidad artificial y desincentivan a las empresas extranjeras, que sí son eficientes, a permanecer en el mercado.
- Los perjudicados serían los propios usuarios de estos servicios y, por ende, los consumidores finales, dado que al restringir la competencia a favor de las empresas navieras nacionales, que brindan el servicio, estas podrían elevar sus tarifas y, con ello, se elevarían los precios de los bienes finales que llegan a los consumidores.
- Las restricciones a las naves de bandera extranjera para el cabotaje limitan la oferta de transporte de carga en el país, con lo que se perjudica la interconexión de las regiones del Perú y, por lo tanto, el desarrollo económico de las mismas.

Por otro lado, el Reglamento, a partir de los artículos 18° al 44° y del 73° al 78°, propondría a la Dirección General de Transporte Acuático (DGTA) como una entidad supervisora de los almacenes aduaneros o terminales extraportuarios, así como de las líneas navieras extranjeras y las demás actividades conexas al transporte acuático. Dicha propuesta resulta un exceso que bien podría interpretarse como el deseo de la propia DGTA de percibir ingresos por realizar labores fiscalizadoras, que ya son de la competencia de la SUNAT, el INDECI y los gobiernos locales, es decir, mayores sobrecostos en contra de los usuarios y los consumidores, en contra de nuestra competitividad en comercio exterior.

Asimismo, los artículos del 70° al 72° del Reglamento pretenden regular un aspecto que la Ley N° 28583 no contempla, ya que las actividades conexas al transporte acuático escapan de los alcances de la ley. Es por ello que el Reglamento, al tratar de incorporarlas con una serie de regulaciones recaídas sobre la DGTA, excede a la misma ley.

¿Qué sentido tiene promover la reactivación de la Marina Mercante Nacional tratando de restringir las operaciones a naves extranjeras? ¿Acaso el Perú cuenta con naves disponibles para realizar operaciones de cabotaje? ¿Bajo qué sustento se pretende instituir a la DGTA como entidad reguladora y fiscalizadora? Si bien es cierto que en países como Chile y EE.UU. existe una legislación que beneficia a los buques de bandera nacional, debemos saber que estas naciones cuentan con más de 200 y más de 400 buques, respectivamente; mientras que el Perú no cuenta con un solo buque contenedor que pueda servir a las operaciones de cabotaje, las cuales se incrementan a raíz del auge que presenta el comercio exterior en los últimos años.

Por todo lo antes mencionado, queda claro que este Reglamento pretende crear una serie de normas administrativas, reguladoras y fiscalizadoras en detrimento de los usuarios, los consumidores y la competitividad del comercio exterior. “Perlitas” electoreras de este tipo, son iniciativas que no podemos aceptar. En las próximas elecciones presidenciales y congresales, el electorado deberá prestar más atención, puesto que la filtración de promesas desmedidas podría ser el plato fuerte de una campaña que se las trae.



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar
página 1



Campaña de información para las elecciones 2011

A menos de tres meses de las elecciones generales y parlamentarias, las candidaturas presidenciales comienzan a utilizar las últimas cartas de la baraja para debilitar a sus contrincantes, con jugadas que se tornan cada vez más agresivas. No sorprende que la campaña electoral se caracterice por el intercambio de agravios que incluso han alcanzado el ámbito virtual de redes sociales como Facebook y Twitter, en lugar de tratarse de una exposición clara de ideas y propuestas. Entre líos políticos y tachas, vale la pena recordar que los candidatos presidenciales deberían concentrarse en el debate técnico y no aferrarse al ataque personal como estrategia acumulativa de votos.

Aturdidos por los dimes y diretes, pocos votantes llegan a conocer los planes de gobierno propuestos, cuando el contenido de estos debería ser el factor clave que marque su decisión.

EL FORMATO

La Resolución N° 5004-2010 del Jurado Nacional de Elecciones establece un formato resumen al cual se deben ajustar todos los Planes de Gobierno 2011-2016. Entre los principales puntos que deben tocarse obligatoriamente, figuran los siguientes:

- Síntesis de los principios y valores de la organización.
- Diagnóstico o representación del escenario base, conocimiento y análisis de la realidad, de la vida diaria de los ciudadanos, así como las potencialidades y problemas del país a nivel nacional.
- Visión de desarrollo, que represente lo que la organización política aspira lograr en el futuro, respecto al país a nivel nacional.
- Esquema de propuesta de desarrollo, que incluya propuestas según su dimensión local, económica, territorial-ambiental e institucional.
- Propuesta de seguimiento al plan de gobierno, para cada una de las dimensiones y que contemple hechos, potencialidades, problemas, objetivos a lograr, lineamiento de política con la que se relaciona, propuesta de acción, estrategias y metas.

Todos los puntos anteriores deben formularse en el marco de las políticas de Estado del Acuerdo Nacional y acuerdos internacionales suscritos por el país, teniendo en especial consideración las políticas concentradas en la lucha contra la pobreza y con un enfoque de interculturalidad, género, igualdad de oportunidades, identidad y cultura.

La consideración de lo antes mencionado, así como los procesos diáfanos de aquellas candidaturas que presenten a tiempo sus informes de gastos y financiamiento de campaña a la Asociación Civil Transparencia, deberían ser los criterios relevantes que rijan las preferencias del electorado.

AGENDA VERANIEGA

En un intento de que lo técnico prevalezca sobre lo táctico, el análisis de los planes de gobierno (que raras veces recibe la adecuada atención) será el aporte de COMEXPERU en los primeros meses de este año. En las próximas ediciones, presentaremos artículos que analizarán las propuestas gubernamentales de los principales partidos que compiten este año por la presidencia.

Aprovechando el trabajo del destacado equipo liderado por Luis Carranza, presentado en la CADE 2010, el cual fue apoyado por el gurú de la competitividad, Michael Porter, este verano contrastaremos aspectos claves en la agenda nacional con las propuestas de cada candidatura, para conocer con mayor profundidad cada promesa.

Entre los puntos prioritarios que deberían encontrarse, según los lineamientos básicos de política que destaca Carranza, figuran los siguientes:

- Predictibilidad: estabilidad macroeconómica y seguridad jurídica, con reglas de juego estables y la adecuada promoción de institucionalidad.
- Promoción de la competencia: apertura de la economía, atracción de IED, reducción de barreras en los mercados, reducción de la informalidad y la facilitación de los flujos de información.
- Gestión pública: que sea eficiente y segura, facilitadora de los negocios, que se elimine las fallas de coordinación en mercados, que el gasto público sea focalizado y las políticas públicas promuevan la equidad, además de contar con sistemas de control eficientes.

Esperemos encontrarlos en las propuestas de gobierno.

¿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

EQUIPAX PERU



Buena nueva para el comercio exterior

Como para empezar el nuevo año con optimismo, el 30 de diciembre del 2010 recibimos una grata noticia: el Gobierno decretó una nueva rebaja arancelaria a 3,401 partidas. Con ello, continúa la estrategia de progresiva apertura comercial, en pos del bienestar de las familias y consumidores peruanos, y el Ejecutivo muestra su compromiso con la competitividad y el crecimiento de la economía.

POR LA EQUIDAD Y LA LUCHA CONTRA LA INFLACIÓN

Así como en la importante rebaja de octubre del 2007, en este caso también destaca la inclusión de bienes de consumo, gravados con los aranceles más altos y usualmente relegados por los anteriores gobiernos, lo cual le da un carácter más equitativo a nuestra política arancelaria. Desde hace varios años, COMEXPERU viene proponiendo y apoyando reducciones arancelarias generales, sin manipuleo político, que beneficien no solo a productores, sino también a consumidores. En ese sentido, saludamos que se haya eliminado el arancel del 17%, que afectaba a varios bienes de consumo, los cuales ahora son gravados con el 13%. En este grupo de 792 partidas destacan los alimentos y las prendas de vestir. Asimismo, se ha eliminado el nivel del 9% que ahora es del 0% para 120 partidas relacionadas con algunos alimentos y minerales, y del 6% para 2,489 partidas entre las que figuran bienes de consumo e insumos. Con ello, nuestra estructura arancelaria es cada vez más plana y justa, ya que pasamos de niveles del 0%, 9% y 17% al 0%, 6% y 13%.

La importancia de reducir el arancel a los bienes de consumo es aún mayor en estos momentos, cuando los indicadores de la FAO apuntan a posibles aumentos importantes en los precios internacionales de los alimentos. La reducción arancelaria contribuiría a que los consumidores no sientan mucho los futuros aumentos, pues el costo de importar alimentos será menor. Asimismo, esta medida coincide con las propuestas discutidas en el APEC para garantizar una verdadera seguridad alimentaria, las cuales apuntan a terminar con las restricciones al comercio de alimentos.

CAMBIOS POSITIVOS PARA INSUMOS INDUSTRIALES

Respecto de los minerales, cabe recordar el caso del desabastecimiento de plomo (ver [Semanario N° 534](#)). Saludamos que el MEF haya reducido el arancel para ellos, considerando que el Perú es competitivo en su producción. Esto permitirá que, cuando las industrias que se sirven de ellos necesiten importarlos, lo hagan a un menor costo. Asimismo, destaca la inclusión de otros insumos para industrias como la agroexportadora, algo que COMEXPERU también ha venido proponiendo en los últimos años.

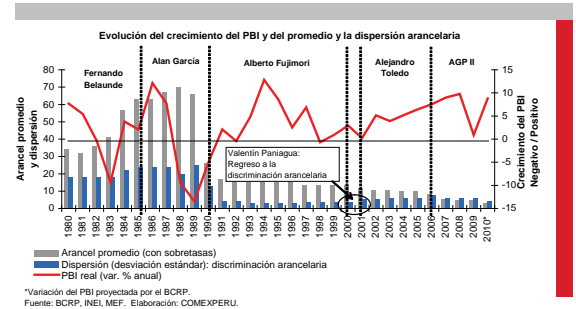
No obstante, lamentamos que no se haya incluido en la rebaja a las dos partidas de cemento que, gracias a un antitécnico fallo del Tribunal Constitucional, volvieron a ser gravadas con un arancel del 12% (ver [Semanarios N° 558](#) y [559](#)). El sector cementero ya demostró excelentes resultados sin arancel, mostrando su capacidad para competir internacionalmente gracias a las importantes inversiones que han realizado sus empresas, las cuales saludamos. Sin embargo, para tener verdadera equidad y mantener el espíritu técnico en la política arancelaria, es necesario eliminar de una vez toda clase de distorsiones.

Ante las críticas a la medida, hay que recordar que en tiempos de políticas proteccionistas, con aranceles elevados y muy diferenciados según sectores "privilegiados", la industria no lograba despegar, pues no se esforzaba por competir al tener un mercado interno cautivo. Ello también desmotivaba la exportación y competir en los mercados globales. Con la apertura comercial desde los años 90, la industria manufacturera ha crecido y se ha diversificado, con productos brillando a nivel internacional. Así, con un promedio arancelario ya relativamente bajo (5%), en el 2008 la producción manufacturera no primaria creció un 8.9% y, tras un año de crisis global, se espera que haya cerrado el 2010 con un 17.1%. Queda claro que estamos en el camino correcto.

COMPLEMENTANDO A LOS TLC

Finalmente, recordemos que no por seguir una política de acumulación de tratados comerciales, el Estado debe abandonar la reducción unilateral de aranceles, pues esta es la vía más eficiente para ganar con la liberalización comercial: no hay desviación del comercio por preferencias a determinados países, no hay reglas de origen específicas que complican y pueden desincentivar el uso de los TLC, se reducen las protecciones negativas, su administración es más simple, etc.

Además, estas reducciones no restan poder de negociación en los TLC, pues estos van más allá de los aranceles: también se negocian temas de servicios, inversiones, compras públicas, aspectos sanitarios, entre otros. El ejemplo más claro lo da Chile, que con un arancel del 6% para prácticamente todos sus productos ha logrado negociar numerosos tratados.



*Variación del PBI proyectada por el BCRP.
Fuente: BCRP, INEI, MEF. Elaboración: COMEXPERU.



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

SUMMIT

DELFINES

regresar
página 1



Los diez primeros meses del TLC Perú-China

El TLC Perú-China significa una gran oportunidad comercial para nuestro país. Frecuentemente hemos destacado el mercado potencial que representa la gran cantidad de habitantes en China, cuyos ingresos se ven impulsados por las sostenidas tasas altas de crecimiento que presenta su economía. En los últimos años, este dinamismo ya ha beneficiado a nuestro comercio bilateral, que se multiplicó casi seis veces entre los años 2003 y 2009 (ver [Semanario N° 556](#)). Y ahora, diez meses después de la entrada en vigencia del TLC, ocurrida el 1 de marzo del 2010, ya podemos observar sus primeros frutos.

EXPORTACIONES NO TRADICIONALES CRECIERON MÁS QUE LAS TRADICIONALES

Desde el inicio del TLC hasta noviembre del 2010, las exportaciones peruanas hacia China se han incrementado un 31%, comparándolas con cifras del mismo período del 2009. Así, las exportaciones totales alcanzaron un valor de US\$ 3,991 millones en ese periodo.

Las exportaciones primarias representaron el 95% del total y se incrementaron un 31%. Destaca el crecimiento del sector agrícola del 62% en el período señalado. Este crecimiento se debe a la incorporación del café, que desde el 2005 prácticamente no le exportábamos a China, pero cuyo consumo en dicho país se ha duplicado desde el 2002, según la Organización Internacional del Café.

Este crecimiento también se explica por la inclusión del algodón tangüis y por un ligero crecimiento en las exportaciones de algodón áspero y semiáspero (+3%). Sin embargo, el sector minero aún representa la gran mayoría de las exportaciones primarias, con un 82% de participación, seguido de lejos por el sector pesquero, que representa el 17% de las exportaciones para este período, comparado con el sector agrícola, que comprende menos del 1% de las exportaciones primarias.

Lo más resaltante que encontramos desde la firma del TLC con China es el crecimiento de las exportaciones no tradicionales. Estas presentaron un mayor dinamismo que las tradicionales, con un crecimiento del 37%, por un total de US\$ 195 millones entre marzo y noviembre del 2010.

Los sectores con mayor peso son el pesquero y el de madera y papeles, con un 32.5% y un 32% del total no tradicional respectivamente, los cuales también presentaron crecimiento desde la firma del TLC. El sector pesquero creció en 59%, mientras que el sector de madera y papeles creció un 16%.

Si bien los sectores no tradicionales más importantes crecieron, fueron rubros más pequeños los que presentaron mayores tasas de crecimiento. Entre ellos figuran la minería no metálica y la metalmecánica, las cuales presentan incrementos del 473% y el 234%, respectivamente. En el sector metalmecánico destacan productos como los contenedores (incluidos los contenedores cisterna y depósito), demás partes y accesorios de vehículos automóviles, unidades de proceso y máquinas de sondeo o perforación; mientras que en el sector de minería no metálica destacan las vajillas y demás manufacturas de cerámica.

Nuestras agroexportaciones también aumentaron notablemente (+71%), lideradas por las algas frescas, refrigeradas, congeladas o secas; la tara en polvo y las uvas frescas. Se observa también potencial en los mercados de palta y espárrago, los cuales serán accesibles una vez firmados los protocolos fitosanitarios pendientes.

POTENCIAL FUTURO

Diversos analistas consideran que el potencial de este TLC es muy grande, y que el incremento de flujos comerciales entre ambos países continuará creciendo. Ahora que este acuerdo ya está en vigencia, los incrementos en exportaciones hacia China, especialmente del sector no tradicional, dependerán de las iniciativas del sector privado.

Las empresas peruanas pueden tomar esta ventana para incrementar sus ventas y ampliar sus mercados, ahora que el acceso al mercado chino se ha facilitado para una gran variedad de productos. China cuenta con más de 600 millones de residentes en zonas urbanas, los cuales superarían a la población rural en el 2015, según estimados oficiales; esto constituye un mercado potencial enorme para los productos peruanos no tradicionales, cuya participación en el total exportado a China probablemente se incrementará en los próximos años.



¿Buscas una computadora?

*computadoras *notebooks *servidores *pdas *partes *software *servicio técnico

Av. Tomás Marsano 2801 Higuera Central 271-0830 Fax: 271-0631
 info@pcperformance.com.pe www.pcperformance.com.pe

PC Performance