



Contenido

Del 26 de marzo al 01 de abril del 2012

	UN REGLAMENTO MÁS SÍ IMPORTA	Editorial	2
	US\$ 9 MILLONES PENDIENTES... <i>... y aquí nos "comemos" un pleito ajeno.</i> INFRAESTRUCTURA EN AGENDA <i>Nuevos proyectos de inversión anunciados por el ministro Castilla, atenderían necesidades en infraestructura.</i>	Hechos de Importancia	3
	¡ACUERDO A LA VISTA! <i>Indonesia, un punto más en la agenda de acuerdos comerciales.</i> FORO NEGOCIANDO CON CHINA <i>China posee un mercado potencial de 300 millones de personas.</i>	Actualidad	4
	EL DUMPING EN EL PERÚ COMO DISTORSIONADOR DEL MERCADO <i>Por Carlos Castro.</i>	Economía	7
	EXPORTACIONES CRECEN UN 16% EN LOS PRIMEROS DOS MESES DEL AÑO <i>Sin embargo, en febrero los envíos solo aumentaron un 3%.</i>	Comercio Exterior	8

SEMANARIO COMEXPERU

Director

Eduardo Ferreyros Küppers

Co-editores

Rafael Zacnich Nonalaya

Ricardo Paredes Castro

Promoción Comercial

Helga Scheuch Rabinovich

Equipo de Análisis

Francisco Cava Quintero

David Ospino Ibarra

Corrección

Angel García Tapia

Diagramación

Carlos Castillo Santisteban

Publicidad

Edda Arce de Chávez

Suscripciones

Giovanna Rojas Rodríguez

COMEXPERU-Sociedad de Comercio Exterior del Perú

Bartolomé Herrera 254, Miraflores. Lima 18, Perú.

e-mail: semanario@comexperu.org.pe

Tel.: 625 7700 Fax: 625 7701

Reg. Dep. Legal 15011699-0268

MURANO

La evolución de las SUV Crossover.





Un reglamento más sí importa

Las exportaciones peruanas de bienes durante el 2011 sobrepasaron los US\$ 46,000 millones, cifra récord que representó un incremento del 28% con relación al 2010. Por su parte, las importaciones peruanas de bienes rondaron los US\$ 38,000 millones, un 26% más que en el 2010. Estas cifras confirman que la política de promoción comercial del Estado peruano, así como el empuje de la inversión privada, han rendido sus frutos, pese a la incertidumbre del escenario internacional de los últimos años. Sin embargo, al menos en nuestro país, existe un sector que no estaría siendo incluido en "agenda" y que está a la espera de un reglamento justo y claro que le permita explotar al máximo su potencial: la exportación de servicios.

El 27 de diciembre del 2010, el Congreso de la República aprobó la Ley N° 29646, Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios, la misma que fue publicada el día 1 de enero del 2011 en el diario oficial El Peruano. Dicha ley otorgaba un plazo de 180 días calendarios contados a partir de su publicación, para la aprobación de los procedimientos y reglamentación de determinados aspectos de la ley para permitir la generación de una fuerte industria de servicios que permitiría crear miles de nuevos puestos de trabajo y con un elevado potencial de crecimiento e inclusión social, sobre todo teniendo en cuenta un posible escenario de recesión internacional.

¿Cuál es el estado de nuestros competidores en la región? En Chile, el Servicio Nacional de Aduanas (SNA) cuenta con un sistema de calificación de ramas de servicios que cumplen con las condiciones para ser denominadas exportación, las cuales están exentas del pago del IVA, entre otros beneficios como el uso del crédito fiscal por sus compras de bienes y servicios destinados a su operación de exportación, y el reintegro aduanero. Además, la inclusión de nuevas ramas de servicios pasa por una evaluación de la SNA que no toma más de 35 días útiles. Es así que la exportación de servicios en Chile representa un 5.3% de su PBI total y un 14.1% de las exportaciones chilenas totales.

En Uruguay se dictó una normativa que estableció una nómina con las actividades comprendidas como exportación de servicios, que poco a poco se fue actualizando para permitir el desarrollo de las diversas actividades del sector servicios, entre ellas la producción de *software* y soluciones de cómputo, creación de actividades audiovisuales y los *contact centers*. Gracias a ello, la exportación de servicios en Uruguay representa un 6.9% del PBI total y un 28.5% de las exportaciones uruguayas totales.

En el caso peruano, las cifras no son tan alentadoras como las de Chile y Uruguay. La exportación de servicios en el Perú representa un 2.9% del PBI total, un 6.5% del PBI del sector servicios y un 12% de las exportaciones peruanas totales.

El reglamento de la Ley N° 29646 trae consigo dos elementos claves para elevar la competitividad, eficiencia y desarrollo de las exportaciones de servicios: i) un sistema de devolución del IGV, específicamente para el caso de bienes adquiridos por no domiciliados en calidad de turistas, así como los servicios prestados y consumidos en el país señalados en el Apéndice V de la Ley del IGV; y ii) el procedimiento de incorporación de nuevos servicios, el cual atiende las solicitudes de inclusión de nuevas actividades en el Apéndice V de la Ley del IGV.

Urge el lanzamiento de un reglamento que elimine el sesgo antiexportador que sufre el comercio de servicios. Este es un tema que calza perfectamente con los objetivos de política del MEF, respecto de elevar la competitividad y el empleo en el país, por lo que nos extraña que no se le esté dando el interés respectivo, más aún cuando, entendemos, ya existe una propuesta consensuada. MEF y MINCETUR, metan el gol.

Eduardo Ferreyros
Gerente General
COMEXPERU



* Fuente: HSBC "El Mundo en el 2050"

En el futuro no quedarán mercados por emerger

En el 2050, 19 de las 30 mayores economías del mundo serán de países que actualmente se consideran "emergentes".*

En HSBC lo ayudamos a lograr nuevas conexiones en Perú y en el mundo para Comercio Exterior.

HSBC 
Banca Comercial

regresar
página 1



US\$ 9 MILLONES PENDIENTES...

En la edición anterior del Semanario COMEXPERU, dimos cuenta de cómo la política comercial gaucha estaba causando malestar en más de una economía de la región y de Europa, a partir de una serie de retrasos en el otorgamiento de las licencias automáticas de importación. Ello afecta principalmente a los sectores textil, automotriz y minero. Las repercusiones de ese tipo de medidas llevarían a la delegación de la Unión Europea a preparar un documento que denuncia esta situación, el cual sería presentado en el Consejo de Comercio de Mercancías en el marco de la OMC.

En el Perú, pese a que el MINCETUR y el MRE llevaron a cabo intensas gestiones a nivel técnico y político para facilitar el acceso de nuestras exportaciones hacia Argentina, el Gobierno de Cristina Fernández no tuvo ni pizca de “solidaridad” con los exportadores peruanos por mantener su burda política de Estado de sustitución de importaciones. ¿Qué implicancias se han registrado a la fecha para nuestros exportadores?

De acuerdo con información reportada por exportadores peruanos, la embajada del Perú en Argentina y los importadores argentinos, el MINCETUR tiene registradas alrededor de 125 solicitudes de licencias de importación pendientes de atención, las cuales representan exportaciones por un valor de US\$ 9 millones aproximadamente. ¿Es este el país al que le debemos “solidaridad”? Por otro lado, habría que ver qué tan efectivo es ventilar nuestras estrategias o herramientas para controlar el ingreso de productos argentinos o su verdadera capacidad de retaliación, más aún cuando las principales importaciones de ese país son insumos necesarios para el nuestro.

Así como los “compromisos” con UNASUR han llevado a cierto sector del Ejecutivo a tomar decisiones, para muchos erradas, sería ideal que, en el marco de este organismo, los diplomáticos peruanos puedan conseguir algo concreto de la “solidaria” Argentina.

INFRAESTRUCTURA EN AGENDA

La falta de infraestructura es uno de los mayores problemas que presenta el país, ya que ello aumenta costos, impide que más personas ingresen al mercado, aumenta las brechas sociales, etc. Muestra de lo mucho que nos falta por desarrollarla es que nos encontramos en el puesto 88 de 139 economías en infraestructura, según el *ranking* de competitividad del World Economic Forum. Además, según el IPE, la brecha de infraestructura del país al 2008 asciende a US\$ 37,760 millones, es decir, un 30% del PBI del año mencionado. Por ello, recibimos gratamente la noticia de que el Gobierno ha retomado el impulso a la inversión en estos proyectos, la cual ascenderá a US\$ 10,351 millones a ejecutarse entre mayo de 2012 y diciembre de 2013. Esto, sin duda, ayudará a mejorar los niveles de infraestructura en el país.

Debemos tener en cuenta que se adjudicarán proyectos por US\$ 500 millones en el primer semestre del año, en el segundo semestre serán de entre US\$ 1,000 millones y US\$ 1,500 millones, mientras que el resto se dará en el 2013. De estos proyectos, el 37% corresponde a transporte vial, el 29% al sector ferroviario (básicamente el metro de Ate hasta el Callao), el 11% a hidrocarburos, el 7% a telecomunicaciones, el 6% a energía (masificación del gas natural), el 5% a agricultura, el 4% a aeropuertos y el 1% a puertos. Estos proyectos no serán positivos por el simple hecho de que demandarán inversiones y garantizaría un crecimiento del PBI mayor al 6%, como mencionó el ministro Castilla, sino que la infraestructura suele tener efecto multiplicador por las externalidades positivas que genera.

Esta noticia resulta alentadora, además del hecho de que se quieran revisar las normas regulatorias del proceso de concesiones, lo que muestra el interés existente para facilitar las inversiones en el país. Sin embargo, si queremos que estas continúen presentando el gran dinamismo de los últimos años, también es necesario que el Gobierno atienda otros temas como la reglamentación de la ley de consulta previa (ver [Semanario N° 649](#)) y los conflictos sociales (ver [Semanario N° 652](#)), los cuales han sido motivo de paralización de diversos proyectos y no deberían ser vistos como simples “cuestiones anecdóticas” por la urgencia que se tiene para continuar creciendo vigorosamente y con estabilidad. Además, se debe evitar crear normas que desincentiven a los empresarios a invertir, como la ley del límite de tierras (ver [Semanarios N° 645, 646 y 651](#)) o los cambios en los regímenes laborales especiales (ver [Semanario N° 652](#)).



Acercamos culturas, acercamos negocios

Oficina de Representación Brasil – Sao Paulo

Entérate más AQUÍ



regresar
página 1



¡Acuerdo a la vista!

En COMEXPERU siempre hemos sostenido que los acuerdos comerciales son positivos, ya que, por un lado, facilita el acceso de productos e inversiones de otros países hacia nuestro país, así como también la entrada de los nuestros a otros países. Del intercambio con el mundo es que se generan capacidades productivas que se traducen en incremento de la competitividad en la economía. Por ello, recibimos gratamente la noticia del interés del MINCETUR por negociar un acuerdo comercial con Indonesia, el cual buscaría impulsar la inversión, la cooperación aduanera y el comercio bilateral entre ambos países.

Algunas características que hacen atractivo al país son:

- Según el Banco Mundial, al 2010 posee un PBI de US\$ 706,558 millones, lo cual lo convierte en la sexta economía más grande de Asia.
- Es una economía dinámica, la cual ha crecido a una tasa promedio anual del 5.7% entre el 2005 y el 2011.
- Se caracteriza por tener un alto intercambio comercial; en el 2010 sus exportaciones equivalieron al 25% del PBI y sus importaciones, al 23%.
- Posee una población de cerca de 240 millones de personas, que constituyen un mercado potencial para productos peruanos dada la expansión en su poder adquisitivo.
- Según The Economist Intelligence Unit, forman parte del CIVETS (Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Sudáfrica), el nuevo "BRIC", que se caracterizará por un gran crecimiento en los próximos años.

EN EL 2011 LOS ENVÍOS MANUFACTURADOS CRECIERON UN 93%

Las exportaciones hacia el país asiático se han mostrado al alza desde el 2008, con excepción del 2010, año en que se redujeron un 13% debido a que se dejó de exportar azúcar por un valor de US\$ 15 millones. Sin embargo, otros productos continuaron mostrando un considerable crecimiento en ese año.

Durante el 2011, los envíos se incrementaron un 66% hasta alcanzar los US\$ 62 millones, dentro de los cuales los tradicionales, que representan el 60% de las exportaciones, aumentaron un 53%; mientras que los no tradicionales, un 93%. Este dinamismo en las exportaciones no tradicionales no es reciente, ya que estas han crecido un 441% entre el 2007 y 2011.

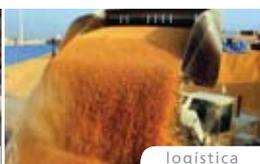
Entre los principales sectores, destacan el pesquero tradicional, agropecuario, petróleo y derivados y minería no metálica, los cuales representan el 47%, 22%, 14% y 10% de los envíos, respectivamente. Algunos productos que destacaron durante el año pasado fueron la harina, polvo y pellets de pescado (US\$ 26 millones, +7%), las uvas frescas (US\$ 13 millones, +172%), los fosfatos de calcio naturales (US\$ 6 millones, +67%), las grasas y aceites de pescado y sus fracciones (US\$ 3 millones, +536%) y los nuevos envíos del combustible residual 6, por un valor de US\$ 9 millones. Estos productos podrían verse beneficiados si hay un acuerdo comercial con el país asiático, debido a que este presenta un arancel promedio del 6.8%, más del doble del peruano (3.2%), y para productos agrícolas se ubica en un 8.4%.

En el caso de las importaciones, estas ascendieron a US\$ 219 millones en el 2011 (+81%). Del total, el 14% fueron bienes de capital, el 53% bienes intermedios y el 33% bienes de consumo. Entre los principales productos importados durante el 2011 se encuentran las demás preparaciones aglutinantes para moldes o núcleos de fundición por un valor de US\$ 60 millones (+858%), los demás aparatos de grabación o reproducción de videos por US\$ 11 millones (+196%), el aceite de palma y sus fracciones por US\$ 11 millones (+240%), caucho natural por US\$ 9 millones (+105%) y los vehículos ensamblados con motor de émbolo alternativo por US\$ 6 millones (+110%). Esto significa que, en su mayoría, son productos que sirven para el desarrollo industrial del país.

Un acuerdo comercial resultaría interesante ya que, por un lado, permitiría que ingresen más productos peruanos hacia un país en el cual los ingresos de las personas están aumentando considerablemente debido a su expansión económica. De este modo, el PBI per cápita se ha triplicado entre el 2001 y el 2010, al pasar de US\$ 742 a US\$ 2,946, según el Banco Mundial. Además, podría ser una plaza interesante para inversiones, ya que debemos tener en cuenta que cada vez más los peruanos están invirtiendo en el exterior. No debemos perder la oportunidad de mejorar las relaciones con este país miembro de APEC. Confiamos en que el MINCETUR hará todo lo posible para permitir que este próximo acuerdo sea lo más provechoso para el país.



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar
página 1



Foro Negociando con China

El pasado 20 de marzo, COMEXPERU desarrolló el foro "Negociando con China". En el evento participaron expertos como Óscar Maldonado, subgerente de Negocios de Comercio Exterior de Interbank; Carlos Herrera, director de Fortalecimiento de Capacidades de ProInversión; Emilio Cillóniz, director de Desarrollo de Negocios de Samcorp; y Carlos Posada, viceministro de Comercio Exterior del MINCETUR. Durante el foro se abordaron temas relacionados al comercio con China, aspectos de su población, inversiones, sectores productivos con potencial, entre otros.

Primero se realizó un análisis de la población de China, en el cual se destacó que este país se encuentra en un proceso de cambio en cuanto a su modelo de desarrollo, fomentado por un mayor consumo interno. Se señaló también que en las zonas urbanas existen alrededor de 670 millones de habitantes, de los cuales 300 millones pertenecen a la clase media o alta, y se espera que para el 2020 la clase media aumente a 415 millones. Asimismo, los salarios crecieron a una importante tasa del 12% anual en los últimos cinco años.

Luego se detallaron las características de los consumidores, entre las que resalta que los habitantes provenientes de la clase media priorizan el precio sobre la calidad; en contraste con los miembros de la clase alta, quienes tienden a consumir en mayor calidad y cantidad a la vez. Pese a esta característica, a lo largo de todo el evento, se mencionó que la tendencia actual en China es que el consumidor busque productos que ofrezcan calidad superior. Este último punto, junto con la expansión poblacional y salarial, significa una gran oportunidad para las empresas latinoamericanas que ofrezcan productos con alto valor agregado.

Sobre la cultura de negocios en China, se remarcó que estos se caracterizan por realizar pagos al contado y no mediante créditos. Asimismo, por el hecho de utilizar *traders* para el comercio, tanto el riesgo del negocio como el precio para los consumidores finales terminan incrementándose. Al finalizar este primer análisis, se dieron algunas recomendaciones para la negociación, entre las que se destacaron la importancia de la búsqueda de asesoría y orientación, y el enfocarse en no más de tres mercados objetivos (Beijing, Shanghai y Guangzhou son las mejores opciones).

También se discutió acerca del potencial que ofrece Perú para las inversiones chinas. Cabe mencionar que estas no solo vienen incrementándose en nuestro país, sino también a lo largo de la región en busca de recursos naturales, activos estratégicos y eficiencia productiva. ¿Qué posee nuestro país para ser atractivo a las inversiones chinas?

Nuestra solidez macroeconómica es el primer factor clave para la atracción de empresas chinas: tenemos un crecimiento sostenido (85% entre el 2001 y el 2011), la menor tasa de inflación promedio anual en Latinoamérica (2.5%), un nivel saludable de deuda, entre otros. Análogamente, el buen desempeño y avance del mercado interno también estaría favoreciéndonos respecto a otros países de la región. Otro elemento destacado es que el Perú presenta estabilidad jurídica en normas relacionadas a inversiones, además de un Estado que busca facilitar el establecimiento y la operación de negocios.

Después de observar los aspectos positivos de nuestra economía, se expusieron las características de los sectores que resultan atractivos para la inversión. En primer lugar tenemos al sector minero, que presenta abundantes reservas de cobre, zinc y plata. Luego está el sector agrícola que, por características climatológicas propias, posee ventajas sobre competidores vecinos. Adicionalmente, se mencionó los sectores pesquero, forestal, petroquímico, energético, turístico e inmobiliario. Con relación a este último, destaca que las empresas chinas poseen empresas constructoras que han desarrollado una gran cantidad de tecnología y que, por lo tanto, serían muy provechosas para nuestro país.



¿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

regresar
 página 1

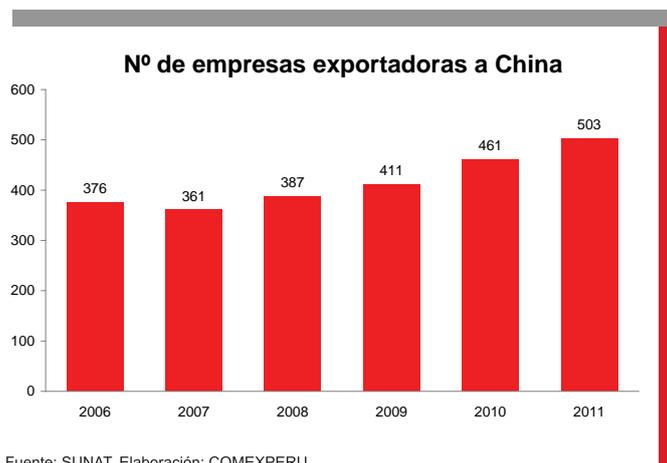
EQUIFAX PERU



El último tema abordado fue el TLC de Perú con China. En este tratado se logró un acuerdo integral mejor que el de países vecinos, dado que cubre una mayor cantidad de aspectos. Inclusive, sobre la base de la experiencia peruana, algunos países de la región procedieron a buscar una renegociación de sus propios acuerdos con China. También mencionaron que, pese a que no se suele excluir partidas en los tratados de libre comercio, con China se excluyó el 8% por la sensibilidad que tenían productos de los sectores textil-confecciones, calzado y metalmecánico. Asimismo, se dijo que este TLC fomentaría mayores oportunidades gracias a que otros países asiáticos se verían interesados en adquirir productos peruanos.

Luego de la entrada en vigencia del TLC, los resultados del tratado no se hicieron esperar. En el primer año, las exportaciones peruanas hacia China se incrementaron un 28% y, en el segundo año, crecieron un 31% (periodo marzo-febrero). En el caso de las exportaciones tradicionales, estas crecieron un 28% en el 2011, mientras que las no tradicionales crecieron un 31%. Por otro lado, la cantidad de empresas exportadoras a China ascendió a 503 en el 2011; de estas, el 71% eran pequeñas y medianas empresas.

También se informó acerca de los productos que representan una oportunidad comercial con China, entre los que destacaron mangos, uvas, mandarinas y limones (para un análisis de los dos primeros, ver semanarios Nº 643 y Nº 644, respectivamente). Para finalizar, se remarcó que el reto es aumentar los envíos con mayor valor agregado; asimismo, dado que en China se compra calidad al mismo tiempo que cantidad, las empresas que no lleguen al volumen necesario deben buscar asociaciones con otras empresas.



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

SUMMIT

DELFINES
***** RESERVA & CASINO

regresar
página 1



El dumping en el Perú como distorsionador del mercado

Por Carlos Castro

Gerente de Comercio Exterior y Gestión Pública
Metis Gaia

Imagínese que acude a un cine cercano a su domicilio o centro de trabajo, digamos Miraflores (tan solo por citar un distrito céntrico). A la semana siguiente, regresando de pasar un día familiar en las playas del norte, digamos Ancón, se le ocurre acudir al cine, de la misma cadena de la semana anterior, pero esta vez ubicado en la pujante zona del Cono Norte. ¡Oh sorpresa!, al acercarse a la boletería, se da cuenta de que los precios son distintos y, al terminar la función, concluye que el servicio recibido fue el mismo. Eso, para los economistas se llama discriminación de precios y es una práctica empresarial habitual que se realiza para enfrentar distintos tipos de demanda.

Ahora, imagínese que esto ocurre con calzados, representado Miraflores al Perú y el Cono Norte a un país vecino. Si existiera una diferencia de precios en el calzado, siendo los de Perú más baratos, entonces ¡sorpréndase! existe dumping y podría ser sancionado administrativamente a través de derechos antidumping, y esto llevaría a que los calzados extranjeros ya no ingresen al mercado peruano. Gana el empresario productor local y pierde el consumidor o incluso el industrial que podría tener un precio menor. Esto, sin embargo, es legal, ya que todos los países lo hacen basados en la normativa de la Organización Mundial del Comercio (OMC), importada de países como Estados Unidos, Canadá, Australia y la Comunidad Europea, quienes nos exportaron el modelo de protección y que ahora están preocupados porque los países en desarrollo, como China e India, se han convertido en grandes usuarios. Es decir, el alumno aprendió y superó al maestro.

CÓMO SE APLICA EL MODELO PERUANO

Debemos tener en cuenta que el derecho antidumping tiene la forma de una subida arancelaria. Así se aplica en varios países y así lo dice el Acuerdo de la OMC; sin embargo, en el Perú se decidió que la tasa de derecho antidumping sea considerada como una multa. ¿Por qué? Pues de esa manera los ingresos recaudados irían directamente a la caja del Indecopi, ya que si fuera considerado como una subida arancelaria entonces iría al tesoro público. Independientemente de que usted y yo estemos en contra o a favor de sancionar el dumping, es un hecho que esto genera una distorsión en el mercado en perjuicio del importador y, por ende, del usuario final. El IGV que se cobre por la multa, finalmente, no se puede descontar como crédito fiscal, lo cual desde cualquier punto de vista es injusto, ya que en el supuesto de que no existiese el dumping, el IGV pasaría directamente como crédito fiscal (para una ilustración, ver el cuadro).

Simulación de escenarios (US\$)

	Sin dumping	Con dumping
Precio	100	80
Arancel	0	0
Precio total	100	80
Derechos antidumping (multa)	0	20
IGV pagado	18	18
Precio con IGV	118	118
Credito fiscal	18	$(80 \times 0.18) = 14.4$
Pérdida en el credito fiscal		3.6

Elaboración: Metis Gaia.

UNA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

Consideramos que una acción inmediata para solucionar este problema es un cambio de normativa. Aproximadamente, los ingresos por derechos antidumping del año pasado fueron de S/. 19 millones. La SUNAT solo aplica la norma que le corresponde, por lo que el Indecopi no debería tener problemas con un cambio de normativa. Los técnicos profesionales del Indecopi saben que esto no es sostenible por una cuestión de criterio económico, pero también por imagen país. Es decir, se está dejando de pagar un crédito fiscal como mínimo de S/. 3.42 millones. Si cambiamos esto, tendríamos los siguientes impactos positivos:

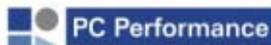
- No es posible que demos la imagen como país de que la autoridad que sanciona se beneficia directamente de la medida, ya que ello podría ser visto como un incentivo perverso y dar una imagen equivocada hacia los demás países.
- Se beneficia el consumidor final o inclusive usuario industrial pues podrá descontar el IGV de la "multa".
- Es claro entonces que debemos buscar desarrollar el concepto de interés público, es decir, cómo una medida antidumping que beneficia legítimamente a un sector empresarial puede tener una externalidad negativa en los usuarios industriales o inclusive en el usuario final. Por ejemplo, el Gobierno estadounidense tuvo que retroceder en una medida de protección para el acero porque perjudicaba a la industria automotriz, y eso que este país es un gran usuario del mecanismo que la OMC permite.



¿Buscas una computadora?

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

Av. Tomás Marsano 2801 Higuera Central: 271-8630 Fax: 271-8631
info@pcperformance.com.pe www.pcperformance.com.pe



regresar
página 1



Exportaciones crecen un 16% en los primeros dos meses del año

De acuerdo con cifras preliminares de la SUNAT, en el primer bimestre del año, las exportaciones peruanas se incrementaron un 16%, al alcanzar un valor de US\$ 7,342 millones. Sin embargo, debemos resaltar que, en febrero, los envíos solo aumentaron un 3% respecto al mismo mes del año pasado, lo cual podría significar que los efectos de la incertidumbre en el Viejo Mundo estarían afectando nuestras exportaciones.

EXPORTACIONES TRADICIONALES CRECEN UN 17%

Las exportaciones tradicionales (las cuales incluyen al gas natural) ascendieron a US\$ 5,745 millones durante los dos primeros meses del año, lo que muestra un incremento del 17% respecto al mismo periodo del año pasado. Las exportaciones mineras, las principales de este sector, alcanzaron un valor de US\$ 4,373 millones (+12%), impulsadas principalmente por el oro en las demás formas en bruto con US\$ 1,785 millones (+45%). Sin embargo, los sectores más dinámicos en este rubro fueron los pesqueros y agrícolas, los cuales alcanzaron un valor de US\$ 488 millones (+139%) y US\$ 127 millones (+69%), respectivamente. En el caso del sector pesquero, destacaron la harina de pescado, por un valor de US\$ 380 millones (+115%), y el aceite de pescado, por US\$ 108 millones (+290%). En el sector agrícola, resalta el café, el cual representa el 96% de las exportaciones del sector, por un valor de US\$ 122 millones (+111%).

Sin embargo, en febrero, las exportaciones primarias solo se expandieron un 4%. Esto se debió a una reducción del 5% en el sector petróleo y derivados, generado por una caída del 38% en las exportaciones de los derivados del petróleo. Por otro lado, vale la pena mencionar que las exportaciones mineras aumentaron solo un 1%, ya que disminuyó el monto exportado de productos como minerales de cobre y sus concentrados, minerales de zinc y sus concentrados y minerales de plomo y sus concentrados en un 24%, 30% y 37%, respectivamente. Cabe resaltar que el volumen exportado de estos productos cayó considerablemente; además, en el caso del cobre, el precio promedio durante febrero de 2012 fue un 15% menor que en el mismo mes del año pasado.

NO TRADICIONALES CRECEN EN FEBRERO SOLO UN 1%

Las exportaciones manufacturadas se incrementaron en un 10%, al alcanzar un valor de US\$ 1,596 millones. Un sector que se mostró muy dinámico fue el pesquero, que alcanzó un valor de US\$ 175 millones (+26%). Este crecimiento puede ser explicado por la expansión de productos como demás pescados congelados (US\$ 22 millones, +411%), demás carnes de pescado congeladas (US\$ 20 millones, +455%) y demás preparaciones y conservas de pescado entero o en trozos (US\$ 7 millones, +516%). Otro sector que vale la pena resaltar es el textil, el cual alcanzó un valor de US\$ 307 millones (+21%), crecimiento explicado por la expansión de productos como los demás t-shirts de algodón para hombres y mujeres (US\$ 32 millones, +40%) y camisas de punto de algodón, con cuello y apertura delantera parcial para hombres (US\$ 9 millones, +107%).

El sector agropecuario ha mostrado una desaceleración, ya que solo creció un 7% (US\$ 459 millones), lo cual es bajo si lo comparamos con el 29% que creció durante el 2011. Esta desaceleración se debe a que, a pesar del incremento en los envíos de productos como uvas frescas (US\$ 112 millones, +29%) y espárragos frescos (US\$ 38 millones, +20%), otros como los mangos frescos (US\$ 67 millones, -10%) y los espárragos preparados (US\$ 20 millones, -14%) han caído. En el caso del mango, esta reducción se podría haber dado por una menor producción del mismo, ya que según el MINAG la producción de mango cayó un 63% en enero del 2012. En el caso de los espárragos preparados, la caída podría ser consecuencia de la incertidumbre a nivel mundial, ya que países los envíos a países como Francia y Estados Unidos han caído un 28% y un 58%, respectivamente.

Durante febrero del presente año, se aprecia una notoria desaceleración en las exportaciones manufacturadas, al crecer solo un 1%. Esto se debe a la disminución de los envíos del sector químico en un 7%, lo cual se dio por la caída de productos como lacas colorantes, óxido de zinc y carmín de cochinillas, que se redujeron un 74%, 57% y 65%, respectivamente. Además, el sector agropecuario mostró una gran desaceleración al crecer solo un 1%, por la caída en los envíos de productos como mangos frescos (-14%) y espárragos frescos (-11%).

Finalmente, respecto a los destinos, China continúa siendo el primer destino de nuestras exportaciones con envíos por un valor de US\$ 1,262 millones (+36%), seguido por Suiza (US\$ 1,075 millones, +98%), Estados Unidos (US\$ 908 millones, -7%), Canadá (US\$ 536 millones, -5%), Japón (US\$ 494 millones, +10%) y Chile (US\$ 350 millones, +33%). Como se puede apreciar, en algunas economías desarrolladas ha disminuido la entrada de productos peruanos, por ello resulta muy importante abrimos paso a distintos y nuevos mercados, para lo cual resulta fundamental continuar con la agenda de apertura comercial.

¹ Según la SUNAT, el gas natural está clasificado en el sector de manufacturas como un químico. Sin embargo, el BCRP lo clasifica dentro del sector primario, como parte de petróleo y derivados, ya que lo considera un *commodity*. En este caso, hemos tomado la clasificación del BCRP.

