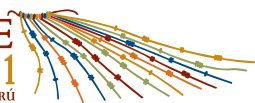




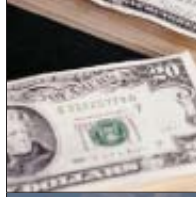



Contenido

Del 22 al 28 de agosto del 2011

CUMBRE DE PYME del APEC 2011
LIMA - PERÚ



	YO INCLUYO, TÚ INCLUYES, NOSOTROS INCLUIMOS...	Editorial	2
	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO... HECHO POR ABOGADOS <i>¿Será el mismo con el que iniciaron las aerolíneas peruanas en el pasado?</i>	Hechos de Importancia	3
	CUMBRE DE PYME DEL APEC 2011 <i>Este 25 de agosto, tendremos una charla magistral del empresario australiano Lindsay Fox, conversatorios con todo lo que una PYME necesita saber para exportar, y mucho más.</i> ¿JUEZ Y PARTE? <i>Entredichos por el reglamento de medicamentos. ¿Medicinas para todos o mercado para unos?</i>	Actualidad	4
	DEFINIENDO LA INCLUSIÓN, ¿CON CRECIMIENTO? <i>Es momento de dejar en claro que el crecimiento económico es la mejor herramienta para la inclusión social.</i>	Economía	6
	PRODUCTOS DESTACADOS <i>Esta vez, destacamos los productos más exportados del sector textil durante el primer semestre del 2011.</i>	Comercio Exterior	8

SEMANARIO COMEXPERU

Directora

Patricia Teullet Pipoli

Co-editores

Sofía Piqué Cebrecos

Ricardo Paredes Castro

Promoción Comercial

Helga Scheuch Rabinovich

Equipo de Análisis

Alfredo Mastrolalos Viñas

Rafael Zacnich Nonalaya

Alonso Otárola Moore

Manuel Morales Rodríguez

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.: 422-5784 Fax: 422-5942

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



RENAULT KOLEOS

TRANSFORMA LOS VIAJES EN EXPERIENCIAS ÚNICAS

www.renault.com.pe





Yo incluyo, tú incluyes, nosotros incluimos...

Poniendo "20 actores en escena", COMEXPERU buscó posicionar en la agenda nacional los temas que debieran ser motivo de debate permanente, en busca del tan ansiado (y mentado) proceso de inclusión. En palabras de Carlos Bruce: "No conozco ningún Gobierno que diga que va a gobernar por la exclusión".

Se habló de crecimiento económico, educación, salud, seguridad, formalización e infraestructura; y nos animamos a citar algunas de las frases que reflejan los mensajes transmitidos:

"Cuando se logra que el crecimiento del PBI per cápita supere el 2%, en el 90% de los casos se logra la reducción de la pobreza" (Luis Carranza, sobre Crecimiento Económico e Inclusión).

"Las empresas públicas no se han ganado el derecho a operar mediante un concurso" (Roberto Urrunaga, sobre Infraestructura).

(En lugar de unirlo) *"hemos partido al país en 1,880 pedazos"* (Pablo Secada, sobre Infraestructura).

"No hay reforma educativa sin la voz de los empresarios" (León Trahtemberg, sobre Educación).

"Diez de cada veinticinco niños de las zonas rurales está desnutrido" (Janice Seinfeld, sobre Salud).

"La mejor forma de reducir la desnutrición es vacunando a los niños" (Luis Carranza, sobre Crecimiento e Inclusión).

"Para que la información sea útil, tiene que estar próxima a los niveles de decisión" (Janice Seinfeld, sobre Salud).

"Estamos un poco mejor que la Policía venezolana, que es la peor evaluada del mundo" (Gino Costa, sobre Seguridad).

"La vida es cuestión de actitud" (Lourdes Alcorta)

"Una alta economía informal limita el potencial de crecimiento de un país" (David Tuesta, sobre Formalización).

"La informalidad en el Perú es la cuarta más elevada del mundo" (David Tuesta, sobre Formalización).

"El 70% de los trabajadores dependientes gana menos que el salario mínimo" (David Tuesta, sobre Formalización).

"¡Ya pasó la campaña electoral, la inclusión es un tema económico!" (Pablo Bustamante).

"Tenemos que ocupar nuestro territorio con empresas formales y un Estado moderno" (Pablo Bustamante, sobre Formalización).

"El Estado no se ha puesto a tono con el desarrollo del sector privado. El Estado se ha quedado atrapado en los ochentas" (Pablo Bustamante).

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU

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

Llámanos al 616 4722

Contáctanos en www.hsbc.com.pe

HSBC 
En Perú y en el mundo, HSBC

 regresar
página 1



Estudio de factibilidad económico... hecho por abogados

De acuerdo con el Dr. Julián Palacín, presidente del Instituto Peruano de Derecho Aéreo, de la Comisión Consultiva de Derecho Aeronáutico, del Espacio y de la Aviación Comercial del Colegio de Abogados de Lima y socio del estudio jurídico Palacín, la implementación de una aerolínea de bandera demandaría una inversión de apenas US\$ 70 millones, lo que permitiría operar con seis aviones Airbus A319 o seis Boeing 700, y seis aeronaves regionales de 33 pasajeros. La gran innovación de esta propuesta es que, en lugar de adquirirlos, se alquilarían los aviones mediante la modalidad del *leasing*. Además, "corrige" la cifra inicial que lanzó en los medios a principios de este mes, la cual era de US\$ 15 millones.

Según nuestras primeras averiguaciones, adquirir cada uno de estos aviones cuesta entre US\$ 60 y US\$ 70 millones. El sueldo promedio anual de un piloto oscila entre los US\$ 100 mil y US\$ 120 mil. Cabe mencionar que en este momento hay déficit de pilotos capacitados para conducir aviones como los que se plantean, por lo que las empresas privadas están trabajando e invirtiendo intensamente en la formación de nuevos pilotos para los próximos años. Existen también costos de infraestructura, derechos de uso de aeropuertos, servicios de mantenimiento, servicios en tierra, tripulantes, *counters*, altos estándares de seguridad, entre otros. Nota aparte es el gran gasto en combustible que se realiza, el cual esperamos que el Dr. Palacín haya considerado en su estudio, más aún cuando, a mediados del 2008, la aerolínea peruana Aerocóndor advirtió que el aumento del precio internacional del petróleo de ese entonces sería el principal factor responsable de la reducción de sus frecuencias de vuelo. Actualmente, Aerocondor no vuela.

Si el principal objetivo de la "aerolínea de bandera" es atender las rutas actualmente no utilizadas o inexistentes, es claro que esto implica que operaría a pérdida por un buen tiempo. ¿Hasta cuándo lo podría soportar con esos US\$ 70 millones? ¿A cuánto ascenderá la pérdida socialmente aceptable que tendremos que solventar todos los que pagamos impuestos? Tomemos en cuenta que, de llegarse a un nivel de pérdida inaceptable, es cierto que bajo la figura del *leasing* se podría dejar de alquilar los aviones, pero eso no solucionaría los pasivos sociales, logísticos e institucionales (pilotos, tripulantes, personal administrativo, locales, sistemas de venta, entre otros) que quedarían como lastre para el Estado.


Tenemos entendido que el Ejecutivo ha encargado el diseño de la aerolínea de bandera a Proinversión. Dejemos que los técnicos de esta entidad trabajen una propuesta para solucionar el déficit de conectividad sobre la base de cifras y experiencias internacionales congruentes y exitosas, tanto socialmente como en términos de eficiencia económica. No forcemos la temática a través del Congreso y menos con un estudio que podría estar basado en experiencias desastrosas.

Por ejemplo, el pasado jueves 18 de agosto, el Grupo Alianza Parlamentaria, encabezado por el congresista Yonhy Lescano, presentó al Congreso el proyecto de ley N° 50/2011-CR, el cual no sería más que un calco del proyecto de ley N° 3137/2008-CR del mismo grupo firmante. Mediante esta iniciativa legislativa, se busca retomar el debate en torno a la creación de la línea aérea de bandera. Como ya señalamos en el Semanario N° 625, lo que se pretende es crear una empresa pública donde el Estado funja como empresario con un mínimo del 60% de las acciones de capital. Es decir, no se tomaron ni cinco minutos en revisar una opción con visión estratégica como la que describimos en el Semanario N° 619. ¡Basta ya de tanta improvisación legislativa!

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

Para mayor información llama al 219 2347

 Grupo Interbank

 regresar
página 1



Cumbre de PYME del APEC 2011

En el Perú, la gran mayoría de empresas son micro y pequeñas. Tanto es así que, de acuerdo con el último Censo Nacional Económico (2008), las MYPE eran el 99.4% del total de empresas. Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH), al año 2010 existían alrededor de 6.28 millones de pequeños negocios entre formales e informales.

Sin embargo, el aporte de las MYPE es solo del 20% del PBI, lo cual demuestra su aún poca productividad. Además, es preocupante la alta tasa de mortalidad empresarial en el Perú. De acuerdo con la SUNAT, anualmente se crean alrededor de 300 mil empresas, pero quiebran 200 mil.

La informalidad es también un problema que afecta primordialmente a los pequeños. Al 2010, solo el 8.67% de los pequeños negocios eran formales, es decir, solamente 545 mil estaban debidamente inscritos en los registros públicos. Además, según la SUNAT, el 85% de las empresas exportadoras son MYPE, por lo que es necesario tomar las medidas necesarias para ganar competitividad a nivel mundial.

Un espacio para explorar alternativas viables de mejora es lo que COMEXPERU quiere ofrecer por cuarto año consecutivo con la Cumbre de PYME del APEC 2011, este jueves 25 de agosto.

PRESTIGIOSOS INVITADOS

Este evento es parte de un esfuerzo internacional de los empresarios del APEC, dirigido a fortalecer las capacidades de las PYME. Este año habrán tres Cumbres, una en el Perú (25 de agosto), otra en China (setiembre) y la última en Hawaii, EE.UU. (10 de noviembre).

Este año, la conferencia magistral estará a cargo de Lindsay Fox, fundador de Linfox, la mayor compañía privada de soluciones de cadena de suministros en la región del Asia-Pacífico. La Cumbre de PYME contará además con la presencia de cuatro destacados empresarios del APEC: Deb Henretta, presidente del Consejo Empresarial del APEC 2011; Doris Ho, presidenta de Magsaysay Group of Companies; Ning Gaoning, presidente de COFCO Corporation; y Fauziah Talib, *managing partner* de IQ-Quest Company.

Asimismo, Gonzalo Torres, conocida figura de la TV y la radio local, será el maestro de ceremonias y moderador del evento, lo cual le dará un toque más dinámico y entretenido. En cuanto a la sede, esta vez se realizará en el flamante hotel Westin Libertador Lima.

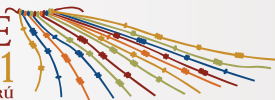
La Cumbre ha venido ganando prestigio y audiencia en el Perú: en el 2010, a los más de 1,000 asistentes se sumaron más de 700 que pudieron seguir el evento por videoconferencia en siete regiones del país: Apurímac, Arequipa, Cajamarca, Cusco, Junín, Lambayeque y San Martín, lo cual constituye un avance respecto del 2009, cuando solo Cusco accedió a la videoconferencia.

TEMÁTICA RELEVANTE

Esta cumbre abarcará temas de vital importancia que cualquier dueño o administrador de una PYME no puede dejar pasar. Por ejemplo, se dará la charla "Manual de supervivencia para el éxito de una PYME", la cual tratará sobre lo que una PYME tiene que saber para superar los obstáculos de hacer empresa en el Perú y tener éxito. Habrá también espacios dedicados a exposiciones de empresarios acerca de sus experiencias en los negocios, mercados internacionales para explorar, herramientas de comercio electrónico, entre otros temas. Podemos afirmar que la satisfacción de los asistentes está garantizada.

Estos temas recogen las inquietudes mostradas por las PYME asistentes a las cumbres anteriores y van en línea con el objetivo del evento: capacitar y motivar a estas empresas para internacionalizarse, mirando particularmente al Asia-Pacífico y empleando modernas herramientas que reducen costos, como el comercio electrónico. Los invitamos a todos a ser parte de este ambicioso evento. Para mayor información, acceder al siguiente [enlace](#).

CUMBRE DE PYME
del APEC 2011
LIMA - PERÚ



jueves 25 de agosto
8:00 a.m.
The Westin Lima Hotel & Convention Center

S/. 80
(Incluye almuerzo)

regresar
página 1



¿Juez y parte?

Pese a que la Asociación de Industrias Farmacéuticas Nacionales (ADIFAN) formó parte de las entidades del sector privado con las cuales el MINSa trabajó en la elaboración del Reglamento para el Registro, Control y Vigilancia Sanitaria de Productos Farmacéuticos, Dispositivos Médicos y Productos Sanitarios, el pasado 5 de agosto del 2011 esta entidad emitió un comunicado en los medios en el que demandaba su derogación. En dicho comunicado, se señala que el reglamento relajaría los mecanismos de control de calidad de los medicamentos que se comercializan en el Perú y que, además, habría sido aprobado precipitadamente. ¿Por qué ADIFAN haría tal reclamo si participó en la elaboración del mencionado reglamento?

EL REGLAMENTO EN DISCUSIÓN

La Ley de Medicamentos N° 29459 fue aprobada y promulgada en noviembre del 2009 y su reglamento fue elaborado con la participación de gremios empresariales (entre ellos ADIFAN), colegios profesionales y organismos técnicos. Este último fue enviado a la Comunidad Andina de Naciones y a la Organización Mundial del Comercio, como lo establece la Primera Disposición Transitoria, Complementaria y Final de la Ley. Los comentarios de dichos organismos internacionales fueron recibidos entre febrero y abril del 2011. La versión final del reglamento fue elaborada por DIGEMID entre mayo y junio, y enviada al MEF para su evaluación y refrendo, siendo aprobada finalmente mediante el D. S. 016-2011-SA. ¿Se le puede llamar “precipitado” a un proceso que duró aproximadamente año y medio?

Asimismo, la Ley y su Reglamento aprobado establecen dos mecanismos principales para garantizar medicamentos de calidad: uno en el momento de la producción de los medicamentos, mediante la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que se complementan con Buenas Prácticas de Distribución (BPD), Buenas Prácticas de Laboratorio (BPL) y Buenas Prácticas de Almacenamiento (BPA), entre otras. Y el otro, previo a la distribución de los medicamentos, mediante un análisis de calidad de todos los lotes del producto respectivo.

Para las certificaciones: i) en el caso de los laboratorios que producen en el país, DIGEMID es la encargada; ii) en el caso de los laboratorios extranjeros que producen en países de alta vigilancia sanitaria es válida la certificación de la autoridad competente del respectivo país; y iii) en el caso de países que no son considerados de alta vigilancia sanitaria, DIGEMID tiene que certificar las BPM en el país de origen de todos los laboratorios que quieran vender medicamentos en territorio peruano. El análisis de calidad antes de la distribución está definido en el artículo 45 de la ley, que establece que debe hacerse “control de calidad de todos y cada uno de los lotes que se comercializan en el mercado peruano”. El artículo 166 del Reglamento de Productos Farmacéuticos establece “control de calidad de todos y cada uno de los lotes que se comercializan en el mercado peruano”; exactamente lo mismo que lo dispuesto en la ley.

Adicionalmente, sobre las excepciones a la importación de productos farmacéuticos sin registro sanitario, el artículo 16° de la Ley establece que el MINSa puede autorizarla en condiciones excepcionales y solo provisionalmente en los siguientes casos: i) usos en situaciones de urgencias o emergencia declarada; ii) fines exclusivos de investigación y capacitación; iii) situaciones de salud pública en las que se demuestre la necesidad y no disponibilidad del producto en el mercado nacional, entre otros. Esto se encuentra normado en el reglamento, en el que, además, se señala que “la autorización excepcional de importación no impide al MINSa verificar la documentación y realizar las comprobaciones de calidad de los productos”. Asimismo, “no impide al MINSa denegar, suspender o cancelar dicha autorización, así como aplicar las medidas de seguridad o sanciones a que hubiere lugar”.

¿POR QUÉ TANTA BULLA?

Tal parece que ADIFAN ha iniciado una campaña de desprestigio contra el trabajo que han realizado durante largo tiempo el Estado (MINSa y la DIGEMID) y el sector privado de manera conjunta. La verdadera intención de ADIFAN sería que la ley o el reglamento autoricen a los laboratorios nacionales a participar en la certificación de la calidad de los productos farmacéuticos importados, lo que no fue aceptado por el equipo técnico que elaboró las normas ya que los convertiría en juez y parte en el mercado nacional. Definitivamente, el MINSa no podría aceptar tal petición, porque, además de ser una práctica mercantilista, iría en contra de todos los tratados internacionales que el Perú ha suscrito con relación a la libre competencia en el mercado.

Esperamos que la actual administración del MINSa no se deje sorprender con solicitudes desmedidas que podrían poner en riesgo no solo la competencia en el mercado, sino también el acceso a medicinas de calidad y al alcance de todos.



Máster en Dirección de Negocios Internacionales

Fecha de inicio: 26 de agosto
419-2800 anx 3502
masters@upc.edu.pe

EOI Escuela de Organización Industrial

UPC ESCUELA DE POSTGRADO

regresar
página 1



Definiendo la inclusión, ¿con crecimiento?

Imaginemos dos islas que conforman una nación. Cada habitante de la primera posee un ingreso promedio anual aproximado de US\$ 1,277 dólares, casi la mitad del ingreso promedio de Camerún y ligeramente mejor que países como Sierra Leona o Mozambique, caracterizados por sus altos niveles de pobreza. Por otro lado, cada residente de la segunda posee un ingreso promedio anual aproximado de US\$ 32,500 dólares, similar al ingreso promedio de los habitantes de la zona euro y tres veces más que el promedio de los países de América Latina. Con estas diferencias, podría ser difícil la convivencia armoniosa dentro de un mismo país, ¿no?

UN PAÍS FRAGMENTADO

Aunque no lo crea, estas islas reflejan nuestra problemática actual. Si ordenamos de menor a mayor a todos los peruanos según sus ingresos y los dividimos en diez grupos de igual número cada uno (a los que llamaremos deciles), tenemos que el ingreso promedio del decil más pobre representa a la primera isla. Por su parte, la envidiable segunda isla representa a los habitantes del decil más rico.

Y la situación se torna peor si ahora comenzamos a definir mejor las 10 "islas". Por ejemplo, el noveno decil (segundo 10% más rico), posee ingresos promedios anuales (US\$ 15,280) casi similares al promedio de ingresos de América Latina, Malasia o el mismo Chile. Y si miramos hacia el otro lado, al otro Perú, observamos que el ingreso promedio del 30% más pobre (los tres primeros deciles) viven apenas mejor que países como Kenia o Camerún, así como toda el África subsahariana.

No hay que ser mezquinos: desigualdad, hay. Y este tema ha sido el gran protagonista de la última campaña electoral. Todos coincidimos en que el problema, si bien presenta mejorías, sigue latente; las diferencias radican en la forma de enfrentar el problema. Por un lado, estamos los que afirmamos que el crecimiento económico es la mejor forma de subsanar el problema. Sin embargo, podemos ver que, a pesar de que el Perú posee un PBI per cápita (US\$ 9,330) superior al ingreso promedio de todas las economías emergentes y en desarrollo (US\$ 6,104), aún existe una parte del país que vive con ingresos similares a los de los países más pobres. Por esta razón, existe otro grupo que considera prioridad la inclusión social, casi dejando de lado el crecimiento. ¿Qué se debe priorizar?

DEFINIENDO LA SOLUCIÓN... ¡Y CON CLARA EVIDENCIA!

Se escucha decir a no pocos analistas que el crecimiento económico logrado en los últimos años no ha disminuido la desigualdad. Veamos las cifras.

La economía peruana ha crecido, en términos de variación del PBI real, un 10.6%, 3% (por la crisis internacional) y 13.7% durante los años 2008, 2009 y 2010, respectivamente. Podemos afirmar, entonces, que hubo crecimiento económico, pero ¿qué pasó con los deciles más pobres? ¿Se cumple el diagnóstico de que el crecimiento detiene la inclusión?

Los datos revelan que los ingresos promedio del 10% más pobre (1.er decil) han crecido mucho más que los ingresos promedio del 10% más rico (10.º decil) durante el periodo 2007/2010.

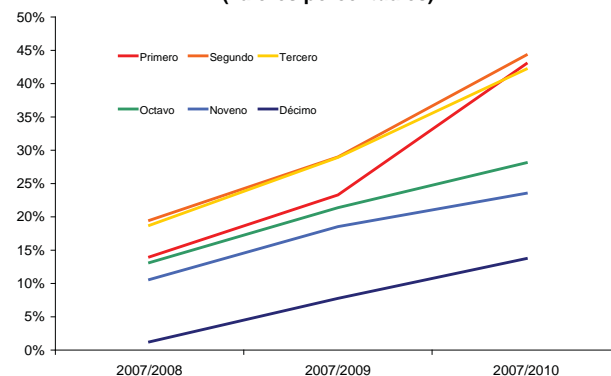
Por ejemplo, mientras que los ingresos del decil más rico crecieron un 13.8%, los ingresos del decil más pobre crecieron

Ingreso promedio anual por decil (expresado en US\$)

Decil	Año 2010
1	\$1,227.4
2	\$2,380.8
3	\$3,392.6
4	\$4,478.1
5	\$5,657.9
6	\$7,112.1
7	\$8,898.2
8	\$11,276.6
9	\$15,276.4
10	\$32,478.2
PBI per capita	\$10,470.5

Fuente: INEI. Elaboración: COMEXPERU.

Crecimiento del ingreso promedio por decil (valores porcentuales)



Fuente: INEI. 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



casi un 43%. Del mismo modo, los ingresos del segundo decil más pobre crecieron un 42.3%, los ingresos del tercer decil más pobre crecieron un 42.2%. Estos desempeños han sido mayores que el crecimiento de los ingresos del decil octavo (28.13%) y decil noveno (23.5%).

El análisis nos indica que, si bien la brecha entre ambos extremos es bastante amplia aún, la tendencia es que se reduzca; es decir, el crecimiento económico no solo no reduce la desigualdad, sino que, para el caso peruano, permite mejoras relativas en los sectores más pobres de la población.

¿HACIA DÓNDE DEBEMOS IR?

Por este motivo, consideramos al crecimiento económico como una herramienta necesaria y fundamental para fines de equidad. Afortunadamente, durante el discurso del 28 de julio se despejaron algunas dudas sobre la ya conocida frase "crecimiento con inclusión". Un aspecto muy importante del discurso fue garantizar el crecimiento económico para así generar inclusión (ver [Semana N° 624](#)).

Si es que aún se ven problemas de desigualdad, no es necesario culpar al modelo económico como mencionan algunas "joyitas" que incluso están en el Congreso. Los problemas pasan desde temas de corrupción, que se reflejan en la mala gestión de los recursos asignados (ver [Semana N° 617](#)), temas de trabas a la formalización, falta de infraestructura productiva y social, apoyo a las PYME y regionalizaciones con prioridades equivocadas, hasta regulaciones laborales rígidas que no hacen más que ampliar la burocracia y fomentar la informalidad.

Como en el caso de las islas, se necesitan recursos no solo para tener qué redistribuir, sino también para construir los puentes necesarios entre ambos que permitan consolidarnos como un país cada vez más rico en su conjunto.



¿Buscas una computadora?
*computadoras *notebooks *servidores *pdas *partes *software *servicio técnico

Ax: Tomás Marsano 2601 Higuera Central: 271-0630 Fax: 271-0631
info@pcperformance.com.pe www.pcperformance.com.pe

PC Performance

regresar
página 1



Productos destacados

En COMEXPERU seguimos señalando cuáles son los principales productos que vienen impulsando el dinamismo de las exportaciones peruanas no tradicionales. Esta vez, miramos más de cerca las exportaciones, durante el 2010 y el primer semestre del 2011, de dos importantes productos textiles: los polos o *t-shirts* y las camisas de punto de algodón.

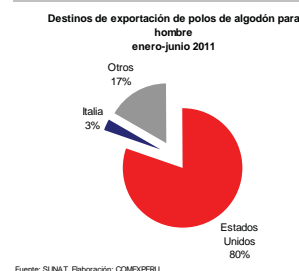
¡BIEN AL POLO!

Durante el año pasado, se exportaron *t-shirts* para hombres o mujeres de la partida N° 6109100031 por un valor de US\$ 158 millones, lo cual refleja un aumento del 2% con respecto al año anterior (US\$ 155 millones). Además, las perspectivas para el presente año con respecto a esta partida son muy alentadoras. Durante el primer semestre del 2011, se exportó por un valor de US\$ 90 millones, un 7.7% mayor al valor exportado durante el mismo periodo del año anterior (US\$ 84 millones).

No obstante, cabe resaltar que las turbulencias económicas que se viven actualmente en Estados Unidos podrían afectar la demanda por estos bienes. Durante el presente año, más del 80% de nuestras exportaciones de este tipo de *t-shirts* han sido realizadas a compradores estadounidenses, por un valor de US\$ 72.7 millones. Entre nuestros otros clientes se encuentran Italia (US\$ 2.81 millones, 3% del total), Venezuela (US\$ 1.7 millones, 1.9%), Brasil (US\$ 1.8 millones, 1.75%) y Canadá (US\$ 1.6 millones, 1.75%). En contraste, en el caso de las empresas que han exportado sí se observa una mayor diversificación ya que, en el presente año, 160 empresas han destinado sus productos al exterior en comparación con las 151 que exportaron en el 2010. Entre las más importantes se encuentran Devanlay Perú (US\$ 10.78 millones, 11.9% del total), Confecciones Textimax (US\$ 9.83 millones, 10.9%), Inka Designs (US\$ 8.89 millones, 9.83%) y Topy Top (US\$ 8.87 millones, 9.8%).

Por otro lado, dentro del rubro de polos con estampados y otras variaciones, de la partida N° 6109100039, se exportó por un valor de US\$ 136 millones durante el año 2010. Además, en lo que va del primer semestre de este año, se ha exportado por un valor de US\$ 86 millones, un 28.5% más que en el mismo periodo del 2010 (US\$ 67 millones).

Los destinos de exportación se encuentran más diversificados para este rubro. Estados Unidos sigue siendo el comprador principal, pues demandó dichos productos por un valor de US\$ 50 millones en este primer semestre, lo que representa el 57% del total. También nos compran estos productos países como Venezuela (US\$ 16.3 millones, 19%), Italia (US\$ 4.75 millones, 5.5%) y Colombia (US\$ 3,83 millones, 4,4%). Por su parte, entre las empresas más representativas se encuentran Confecciones Textimax (US\$ 10.7 millones, 12.5%), Hilandería de Algodón (US\$ 9.12 millones, 10.6%) y Topy Top (US\$ 7.9 millones, 9.18%).

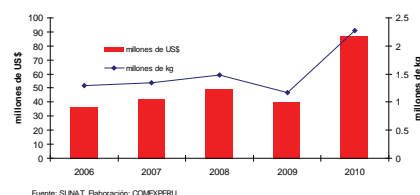


LA CAMISA NEGRA

La exportación de camisas de punto de algodón, de la partida N° 6105100051, sumó un total de US\$ 87 millones en el 2010. Esto representa un crecimiento del 118% con respecto al 2009 (US\$ 40 millones). Además, la exportación de estas camisas suma US\$ 51.85 millones durante el primer semestre de este año, un 45% más que en el mismo periodo del 2010.

Las confecciones peruanas tienen prestigio internacional, debido a la calidad de sus prendas y sus insumos. Dentro de las exportaciones textiles, las camisas son el tercer producto peruano más exportado en lo que va del año, con diversos destinos. El principal fue Estados Unidos (US\$ 34.1 millones; 66% del total de exportaciones), pero podría presentar reducciones en su demanda. Otros destinos de nuestras camisas fueron Brasil (US\$ 4.2 millones; 8%), Argentina (US\$ 2.2 millones; 4%) y Reino Unido (US\$ 1.8 millones; 3%). Por otro lado, las principales empresas que exportaron este producto fueron Devanlay Perú (US\$ 19.3 millones; 37% del total de exportaciones), Confecciones Textimax (US\$ 10.3 millones; 20%) e Industria Textil del Pacífico (US\$ 6.4 millones; 12%).

Evolución de la exportación de camisas con cuello y abertura delantera parcial para hombres 2006-2010



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

SUMMIT

DELFINES
HOTEL & CASINO

regresar
página 1