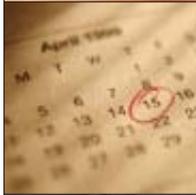




## Contenido

Del 31 de octubre al 06 de noviembre del 2011

	<b>Y AHORA... ¡EL MERCANTUR!</b>	<b>Editorial</b>	<b>2</b>
	<b>CUMBRE EMPRESARIAL CHINA-AMÉRICA LATINA 2011</b> <i>Esta vez tendrá lugar en el Perú, el 21 y 22 de noviembre próximo.</i> <b>CHINA: NUESTRO PRIMER SOCIO COMERCIAL</b> <i>Entre enero y setiembre, las exportaciones han aumentado un 28%.</i>	<b>Hechos de Importancia</b>	<b>3</b>
	<b>LEY DE COMPETENCIA DESLEAL: MADE IN AMERICA</b> <i>US\$ 28.7 millones bajo la lupa contra la piratería informática.</i>	<b>Actualidad</b>	<b>4</b>
	<b>EDUCACIÓN SUPERIOR: UN DIAGNÓSTICO</b> <i>La situación actual de la educación superior en el Perú, deficiencias y ejemplos a emular.</i>	<b>Economía</b>	<b>5</b>
	<b>EXPORTACIONES CRECIERON UN 33% EN ENERO-SETIEMBRE 2011</b> <i>Pero en setiembre cayeron un 19% respecto a agosto de este año, lo cual indicaría que la turbulencia global ya las estaría afectando.</i>	<b>Comercio Exterior</b>	<b>7</b>

### SEMANARIO COMEXPERU

#### Directora

Patricia Teullet Pipoli

#### Co-editores

Sofía Piqué Cebrecos

Ricardo Paredes Castro

Promoción Comercial

Helga Scheuch Rabinovich

#### Equipo de Análisis

Rafael Zacnich Nonalaya

Alonso Otárola Moore

Francisco Cava Quintero

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

Tel.: 625 7700 Fax: 625 7701

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



## RENAULT KOLEOS

TRANSFORMA LOS VIAJES EN EXPERIENCIAS ÚNICAS

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





## Y ahora... ¡el MERCANTUR!

MINCETUR es el acrónimo de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. No se llama MINEXTUR porque se reconoce, al menos entre los economistas, que los beneficios del comercio exterior llegan a los países no por el lado de las exportaciones, sino por el acceso a las importaciones.

Tom Palmer, de CATO Institute, lo explica más o menos así: imaginemos que alguien inventa una máquina maravillosa en la cual los países pueden poner todo aquello que producen de forma eficiente y barata. Luego, del otro lado de la máquina, aparecen las cosas que un país quisiera tener, pero que le cuesta más producir: los australianos meterían ovejas y sacarían automóviles; los japoneses meterían aparatos electrónicos y sacarían petróleo y trigo;... los peruanos meteríamos espárragos y cobre y sacaríamos camiones, computadoras y celulares. Todos aplaudirían este invento maravilloso... hasta que alguien demostrara que ¡se trata de un puerto!

Exportar, evitando importar, llevó a España al desastre. Y se llama mercantilismo.

El mercantilismo es una doctrina económica que se desarrolla entre los siglos XVI y XVIII, y considera que las exportaciones son buenas y las importaciones son malas. De esta manera, al exportar siempre más de lo que se importaba, se generaba una acumulación de metales preciosos. En términos actuales, esto implica buscar una balanza comercial siempre positiva.

Para lograrlo, se usan distintos mecanismos para dar protección a empresas particulares y se utilizan los recursos del Estado para apoyar a determinadas empresas, favoreciéndolas con créditos, exoneraciones tributarias y subsidios. Si esto no es suficiente, es usual complementar estas acciones con protección aduanera para hacer difícil la importación y forzar a que se compren productos nacionales (en esta línea van las propuestas de subir aranceles de Caillaux, que viola los TLC, y las de valorización de Abugattás, que viola el acuerdo con la OMC).

El gran propulsor del mercantilismo en Francia fue Colbert, miembro de una familia relacionada con la actividad textil... (caramba, ¡qué coincidencia!).

La mala noticia es que el mercantilismo favorece el contrabando, genera una industria ineficiente y condena al consumidor a pagar los precios de la ineficiencia, las prebendas e, incluso, la corrupción.

Cuando un ministro de Comercio confiesa: "lo único que voy a hacer en lo que se refiere a comercio exterior es promover las exportaciones y proteger a la industria nacional y la agricultura nacional", algo muy malo está sucediendo. Y, solo por si no quedó claro, eso se llama mercantilismo.

*Patricia Teullet*  
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



## CUMBRE EMPRESARIAL CHINA-AMÉRICA LATINA 2011

Entre el 21 y el 22 de noviembre, nuestro país será sede de la quinta edición de la Cumbre Empresarial China-América Latina, que lleva por lema "Crecimiento Inclusivo: Nuevo Capítulo para la Asociación China-América Latina".

El evento convocará a las más altas autoridades peruanas, así como a altos ejecutivos de reconocidas empresas de China y América Latina. Se estima que estarán llegando al país más de 300 empresarios chinos y se espera a 300 ejecutivos de Latinoamérica, además de la asistencia de 400 empresarios peruanos.

Esta cumbre constituye una excelente plataforma para el conocimiento mutuo y para ampliar los horizontes de nuestro intercambio económico. Para tal fin, consta de un formato básico que comprende un foro empresarial con sesiones plenarias, una rueda de negocios y una reunión de las agencias públicas de promoción de inversiones y comercio con las cámaras de comercio bilaterales de las dos regiones, así como una feria de exhibición.

El Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú y el Consejo Chino para el Fomento del Comercio Internacional (CCPIT) lideran la organización del evento, que comprende a distintas organizaciones peruanas que están trabajando conjuntamente para garantizar una cumbre de primer nivel. Así, COMEXPERU está encargado de organizar el foro que tendrá lugar el 21 de noviembre, la CCL tiene a su cargo la rueda de negocios el día 22 y CAPECHI es responsable de los encuentros de las cámaras binacionales. Asimismo, ProInversión está organizando actividades para poner al Perú en vitrina y se cuenta con el apoyo de PromPerú, así como de entidades internacionales como la CAF y el BID.

Vale mencionar algunos de los temas a tratar en el foro:

- El nuevo equilibrio global, los precios de los *commodities* y las implicancias para América Latina y China.
- Latinoamérica: competitividad, potencial y oportunidades.
- Ciudades sostenibles: la solución de las asociaciones público-privadas.
- El mundial de fútbol, las olimpiadas y oportunidades emergentes en Latinoamérica.
- La integración de América Latina, negociaciones comerciales y una nueva dimensión para la cooperación China-Latinoamérica.
- América Latina: un proveedor confiable de alimentos.

Como se puede ver, son temas de suma actualidad y relevancia no solo regional, sino global. Aprovechemos esta excelente oportunidad para poner a nuestro país en vitrina y buscar, junto con China y otros países latinoamericanos, formas de afianzar nuestro crecimiento ante un desalentador panorama internacional.

## CHINA: NUESTRO PRIMER SOCIO COMERCIAL

En lo que va del año, el Perú ha tenido un intercambio comercial de US\$ 9,972 millones con China, lo cual lo ha convertido en nuestro primer socio comercial. De este monto, US\$ 4,697 corresponden a importaciones (el segundo país del cual importamos más) y US\$ 5,275 a exportaciones (nuestro principal destino exportador). Por tanto, es importante fortalecer las relaciones comerciales con este país, dadas las perspectivas de crecimiento que posee, pues de ese modo se mantendrá la tendencia creciente de las exportaciones hacia la potencia.

En el sector primario, el cual registró un crecimiento del 28%, destacan el petróleo y derivados y la minería, los cuales han crecido un 112% y un 29%, respectivamente. En el caso del primero, este incremento se debe a las exportaciones de gas licuado hacia ese país iniciadas este año, las cuales suman cerca de US\$ 38 millones en los primeros nueve meses. Respecto de la minería, podemos destacar los minerales de cobre y sus concentrados, los cuales han aumentado un 36%, los minerales de hierro y sus concentrados sin aglomerar (+200%) y el zinc en bruto (+197%).

El sector manufacturero ha mostrado un mayor dinamismo que el sector primario al expandirse un 34% que, si bien solo representa el 5% de las exportaciones totales, tiende a expandirse más que las exportaciones tradicionales (Ver [Semana N° 597](#)). Dentro de este rubro, los sectores pesquero, químico y agropecuario son los que más han aportado a dicha expansión.

Con relación al primer sector, podemos mencionar el incremento debido al TLC con esa nación, además de la mayor demanda por productos marinos del país asiático, especialmente por los moluscos e invertebrados acuáticos, los cuales han aumentado un 244%. Respecto al sector agropecuario, se pueden resaltar las nuevas exportaciones de limones, que suman más de US\$ 1 millón, y de mangos y uvas frescas, que han crecido un 175% y un 137%, respectivamente. Finalmente, en el sector químico podemos destacar el aumento del tereftalato de etileno, cuyo monto exportado ha aumentado un 82%. Esto demuestra la diversificación en las exportaciones que se está dando en las exportaciones hacia China, especialmente desde la firma del TLC con ese país, y la necesidad de mantener la misma política comercial que se ha tenido en los últimos años y que nos ha traído excelentes resultados.

	2011	2010	Var%
<b>Primario</b>	<b>5,011.2</b>	<b>3,925.0</b>	<b>27.68</b>
Minería	3,948.5	3,054.2	29
Pesca	964.6	824.3	17
Petróleo y derivados*	97.6	46.1	112
Agrícola	0.5	0.4	32
<b>Manufacturado</b>	<b>264.1</b>	<b>196.9</b>	<b>34</b>
Pesquero	137.1	63.6	115
Maderas y papeles	39.2	62.6	-37
Químico	32.7	23.2	41
Agropecuaria	29.4	22.0	33
Textil	16.4	20.5	-20
Siderometalúrgico	5.9	3.6	66
Piel y cueros	2.4	0.4	554
Otros	1.1	1.1	-5
<b>Total</b>	<b>5,275.4</b>	<b>4,121.8</b>	<b>27.99</b>

\* Incluye gas natural, licuado.

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



## Ley de competencia desleal: *Made in America*

En julio de este año, en el estado de Washington, en EE.UU. (no confundir con Washington D.C.), entró en vigencia la Ley 1495, dirigida a combatir aquellos casos en los cuales exista uso indebido o ilegal de hardware o software -denominados por esta norma como tecnología de la información (TI)- que sirva para la fabricación, distribución, *marketing* o venta de productos que se comercialicen en dicho estado, y señala las penalidades del caso.

### EL ESTADO DE WASHINGTON LE DICE NO A LA PIRATERÍA

El objetivo principal de esta norma es que los fabricantes o productores de bienes que se comercialicen en el estado de Washington usen TI legalmente obtenida durante el desarrollo de sus procesos productivos y eviten la presencia de "prácticas anticompetitivas" que, potencial o realmente, afecten a los competidores del mercado del referido estado.

Asimismo, cabe resaltar que esta normativa apunta a reprimir la competencia desleal, pues exige que todos los productos puestos en venta en el estado de Washington, sin importar la ubicación del fabricante (puede radicar o no en dicho estado), sean elaborados o fabricados con TI que no haya sido usada ilegal ni indebidamente, es decir, sin la autorización del propietario de dicha información, lo que viola las leyes vinculadas a los derechos de autor.

En consecuencia y de conformidad con esta norma, los fabricantes en el extranjero cuyos productos sean comercializados en el estado de Washington y en cuyo proceso productivo se haya utilizado ilegal o indebidamente TI, podrían ser denunciados por un competidor del producto materia de comercialización o bien por el fiscal del estado, y ser sancionados con medidas judiciales contra los bienes (como la incautación), indemnizaciones que pueden alcanzar los US\$ 250 mil o, mucho peor, la prohibición de su comercialización en dicho Estado.

Adicionalmente, cabe mencionar los siguientes alcances y precisiones de la norma:

1. Los bienes fabricados por las empresas que se vean afectadas deberán estar a la venta en el mercado y competir con los productos fabricados por la presunta infractora.
2. Establece las acciones legales y compensaciones económicas (recuperación de los daños y perjuicios) que están a disposición de un competidor fabricante que se vea afectado por dichas prácticas desleales.
3. Esta ley no es aplicable para la comercialización de servicios, de productos como bebidas, alimentos o medicinas, ni cuando los productos estén protegidos por normas relacionadas con la propiedad intelectual.
4. La norma prevé aquellos casos en los cuales no debe procederse con denunciar a un infractor en la medida que, al ser notificado del uso de TI usada ilegal o indebidamente, deja de efectuar dicha práctica o regulariza su uso dentro de los noventa días de haber recibido dicha comunicación, lo que otorga una posibilidad de enmienda.

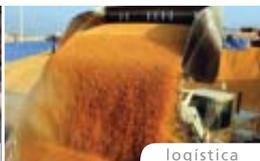
### PARA TOMAR EN CUENTA...

De acuerdo con cifras de Veritrade Analytic, en el año 2010, las importaciones norteamericanas provenientes desde el Perú alcanzaron un valor de US\$ 5,437 millones, de los cuales US\$ 28.7 millones representan los envíos desde Perú hacia el estado de Washington. Entre los principales productos se encuentran US\$ 15.6 millones en café, US\$ 2.7 millones en alcachofas, US\$ 997 mil en filetes de pescado congelado, US\$ 416 mil en pimienta piquillo, US\$ 328 mil en paltas, US\$ 166 mil en mangos, entre otros.

Aquellas empresas que realizan envíos a EE.UU., particularmente con destino al estado en mención, deberían de tomar sus precauciones frente a la norma establecida. Sería bueno que cuenten con la documentación necesaria en regla y a la fecha, por si eventualmente reciben la solicitud de sus clientes.



almacenes



logística



warrants



depsa files



www.depsa.com.pe

regresar  
página 1



## Educación superior: un diagnóstico

La productividad es uno de los motores de la economía. De ella depende el uso eficiente de los insumos para la producción de bienes y servicios de nuestro país. En un mercado mundial tan competitivo como el de hoy, debemos incrementar la competitividad de nuestras empresas, para que estén en condiciones de enfrentarse al resto del mundo.

Si para competir necesitamos productividad, para ser productivos necesitamos educación y capacitación del capital humano. La calidad de la educación superior que una población recibe tendrá impacto directo en sus habilidades profesionales y técnicas, ya que de estas depende la producción, especialmente la de manufacturas de alto valor agregado. A propósito, ¿cómo está hoy la educación superior en el Perú? ¿Cómo está en otros países de la región? Echemos un vistazo.

### DESIGUALDAD, CALIDAD E INVESTIGACIÓN

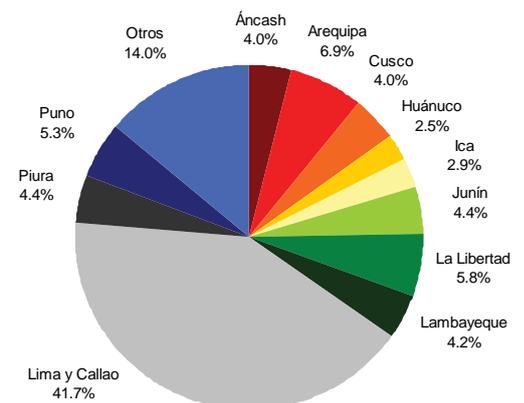
Según cifras del INEI, entre 1996 y 2010, el número de universidades ha crecido de 57 a 100. De manera desagregada, el número de universidades públicas se incrementó un 25%, mientras que el número de universidades privadas se incrementó un 124%. Esto resultó naturalmente en un incremento en la cantidad de alumnos de pregrado en el Perú, la cual creció un 6.2% promedio anual durante el período señalado.

Sin embargo, este acelerado incremento en la cantidad de instituciones de educación superior y de alumnos ha marcado aún más un problema de desigualdad de oportunidades al acceso de educación. Si bien Lima cuenta con aproximadamente el 27% de la población del Perú, cifras del INEI señalan que un 41.7% de la población de estudiantes de pregrado estudia en nuestra capital. En segundo lugar se encuentra Arequipa, quien concentra tan solo el 6.9% de los estudiantes. Existe también desigualdad respecto a la cantidad de universidades por región. Lima cuenta con el 39% de las universidades que forman parte del directorio censado por INEI en el 2010, mientras que las demás regiones la siguen de lejos. Esta centralización de la educación superior en Lima significa un "escape de talentos" de las regiones hacia Lima. Esto crea un círculo vicioso, que centraliza aún más la educación en Lima y hace que las provincias pierdan talentos que podrían contribuir al desarrollo de sus regiones.

Pero eso no se resuelve "sembrando" universidades por doquier, como ha hecho el Congreso en los últimos años. Si evaluamos la calidad de nuestra educación, nos encontramos con resultados aún más preocupantes. En el índice de Desarrollo Humano de las Naciones Unidas, Perú (0.891) está en el puesto número 71 de calidad de educación a nivel mundial y en el número 7 de Latinoamérica, detrás de países como Cuba (0.993), Uruguay (0.955) y Argentina (0.946). Así, no sorprende que ninguna universidad peruana esté considerada dentro de las primeras 30 universidades de Latinoamérica en el *ranking* desarrollado por Quacquarelli Symonds para el 2011.

También llama la atención la poca priorización de la investigación científica, crucial para la innovación y el desarrollo de tecnologías. Tal como señalamos en el *Semanario* N° 589, en el 2009 las universidades nacionales contaban con un presupuesto de S/. 793 millones, provenientes de la actividad minera, los cuales por ley debían ser destinados a la investigación. El resultado que se obtuvo fue una ejecución de apenas el 8% del total mencionado, y tan solo un 59% de lo ejecutado fue destinado a proyectos vinculados a la investigación científica. Queda claro que el compromiso con la investigación y desarrollo en el Perú es casi nulo.

Perú: estudiantes de pregrado por departamento, 2010



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

Textfono: 415 0300  
 info@infocorp.com.pe  
 www.equifax.com.pe

EQUIFAX PERÚ

regresar  
página 1



### SUDAMÉRICA, TOMA NOTA

Nuestra región también cuenta con un problema de calidad en educación superior. Esto se hace evidente al ver que, de todas las universidades de la región, solo la Universidad de Sao Paulo forma parte de las primeras 200 universidades del mundo. Un artículo de The Economist señala que esto se debe a medidas que obstruyen la mejora en los estándares de calidad, como universidades públicas completamente gratuitas, en las que el alumno no tiene incentivo económico de aprovechar los recursos ofrecidos, personal y profesores que tienen estabilidad de trabajo absoluta, falta de incentivos financieros a los buenos profesores e investigadores, entre otras medidas estructurales que obstruyen el progreso en materia educativa.

La comparación con las universidades en Asia debe dejar lecciones muy claras. Un estudio del Banco Mundial destaca que acceso a la educación superior en esta región se ha incrementado dramáticamente en las últimas tres décadas y, además, los países vienen promoviendo la investigación, para poder ganar competitividad. Esto se logra a partir de la creación de un sistema en el que las instituciones deben estar conectadas entre ellas, además de estarlo al sector privado, instituciones de investigación e instituciones que impartan niveles menores de educación.

¿Se puede lograr esto en el Perú? El Banco Mundial recomienda políticas públicas para mejorar la calidad de la educación superior:

1. Financiamiento adecuado para investigación y becas.
2. Dar mayor autonomía en la toma de decisiones a las universidades públicas.
3. Dar incentivos al sector privado para que se involucren con la mejora de calidad en las universidades.
4. Asegurar una comunicación asertiva entre las industrias y las universidades.
5. Tomar ventaja de las oportunidades ofrecidas por los mercados internacionales de educación superior.

A la luz de estas recomendaciones, es hora que el Gobierno, el SUTEP y el sector privado comprendan que deben trabajar juntos y no pelearse, en busca de obtener educación de calidad.



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

SUMMIT

DELFINES  
HOTEL & CASINO

regresar  
página 1



## Exportaciones crecieron un 33% en enero-setiembre 2011

Según cifras de la SUNAT, en el periodo enero-setiembre 2011, las exportaciones peruanas se incrementaron un 33% con respecto al mismo periodo del 2010, al alcanzar un total de US\$ 33,849 millones. Sin embargo, el valor exportado en el mes de setiembre fue un 19% menor al de agosto de este año. Los datos sugieren que esta caída no responde a un motivo estacional, sino al contexto de turbulencia global, el cual ya estaría afectando nuestras exportaciones.

### PRIMARIAS CRECEN UN 32% EN LO QUE VA DEL AÑO, PERO CAEN UN 22% DE AGOSTO A SETIEMBRE

Las exportaciones tradicionales (incluyendo el gas natural) ascendieron a US\$ 26,576 millones entre enero y setiembre (+32%). No obstante, las de setiembre presentaron una caída del 22% con respecto a las de agosto, lo cual dista del comportamiento usual del sector en ese periodo (desde el 2003, de agosto a setiembre siempre han crecido, menos en el 2008 cuando se desató la crisis). Ello se explica por las menores ventas del sector minero (-24%), ante un desfavorable escenario internacional.

#### Metales: cobre y oro

En ese resultado han influido particularmente las exportaciones de cobre y oro. Las primeras sumaron US\$ 832 millones en setiembre, un 31% menos que en agosto por la caída del 24% en el precio de este mineral en setiembre (según informes de Scotiabank), ya que el mercado le asigna cada vez mayores probabilidades a una desaceleración de la economía china, principal comprador de cobre.

En cuanto al oro, sus ventas al exterior sumaron US\$ 888 millones el mes pasado, un 11% menos que en agosto. De acuerdo con Scotiabank, el precio del oro cayó un 20% en los primeros veinte días de setiembre, de US\$ 1,921 a US\$ 1,532 por onza, pues los inversionistas estarían vendiendo este *commodity* en busca de liquidez para protegerse de una posible crisis.

#### Menor producción minera

A ello hay que añadir el descenso que este año viene presentando, en promedio, la producción minera (-5.4% entre enero y agosto vs. el mismo periodo del 2010, según el INEI). Esto se debe principalmente a que los yacimientos no presentan la misma cantidad de minerales existentes que en el pasado. Para revertir esta situación, se necesita ampliar las operaciones o modernizar las técnicas de obtención de mineral, es decir, una mayor inversión. En este contexto de menor producción y precios, se deberían tomar medidas para impulsar la inversión en este sector o, en todo caso, no desincentivarla, a fin de mantener la contribución de la minería a los recursos fiscales.

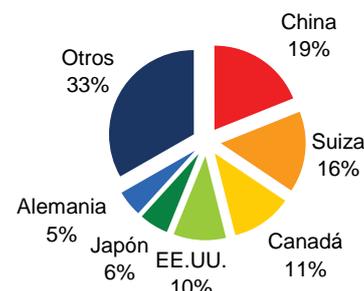
### MANUFACTURERAS ACUMULAN AUMENTO DEL 36%; CAEN EN SETIEMBRE, PERO NO TANTO COMO PRIMARIAS

Entre enero y setiembre, nuestras exportaciones no tradicionales alcanzaron los US\$ 7,272 millones, al crecer un 36% con respecto al mismo periodo del 2010. Sin embargo, se redujeron un 9% de agosto a setiembre. Si bien en este rubro setiembre ha presentado caídas en años previos, cabe notar que, en promedio, fueron ligeras y que en el 2010 hubo un crecimiento del 7%, lo que hace pensar que la coyuntura internacional también estaría empezando a afectar a estas exportaciones.

#### Agroexportaciones crecen un 31% en enero-setiembre, pero caen un 14% en el último mes

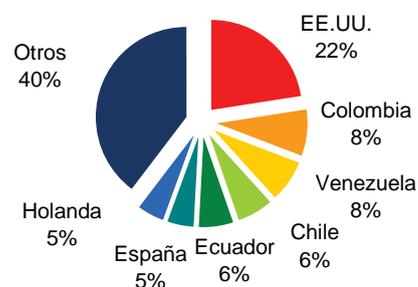
El principal sector fue el agropecuario, con US\$ 1,918 millones entre enero y setiembre (+31%), gracias al avance de productos como las paltas, los mangos y las uvas. No obstante, cayeron un 14% de agosto a setiembre del 2011, lo cual no refleja un comportamiento estacional (en

Exportaciones primarias según destino enero-setiembre 2011



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Exportaciones manufactureras según destino enero-setiembre 2011



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

**¿Buscas una computadora?**

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

Av. Tomás Marsano 2801 Higuera Central 271-0030 Fax: 271-0031  
info@pcperformance.com.pe www.pcperformance.com.pe

**PC Performance**

regresar  
página 1



la última década, han crecido a un promedio del 9% en setiembre). Si bien los principales destinos, EE.UU., Holanda y España, incrementaron sus compras en más del 20% respecto a enero-setiembre 2010, entre agosto y setiembre de este año las redujeron un 8%, 21% y 13%, respectivamente, y también influyó la caída de otro importante destino, el Reino Unido (-49%). Las mayores ventas a países latinoamericanos, como Venezuela, Bolivia, Chile, Colombia y Brasil, no compensaron la caída en ese mes.

#### **Textiles: cayeron en setiembre, pero en lo que va del año destaca dinamismo a varios destinos**

En cuanto al sector textil-confecciones, otro sector no tradicional de peso, este ha mostrado un desempeño destacable en lo que va del año (US\$ 1,392 millones, +26%), liderado por la exportación de los demás *t-shirts* de algodón para hombres o mujeres, *t-shirts* de algodón de tejido teñido de un solo color y las camisas de punto de algodón para hombres, de un solo color con cuello y abertura delantera parcial. Las ventas de los tres crecieron en valor, pero en volumen cayeron las de los *t-shirts* de un solo color.

Las exportaciones de este rubro también se redujeron en setiembre (-12%). Podría ser un efecto estacional por la tendencia total, pero el hecho de que las ventas a EE.UU., el principal destino, hayan caído un 25%, mientras que en los últimos tres años no lo hicieran en este mes y en setiembre del 2007 solo cayeran un 1%, deja dudas.

Si bien no compensaron esta reducción, cabe notar los aumentos de ventas a Venezuela (segundo destino, +14%), Italia (+25%), Colombia (+13%), Alemania, (+32%), Hong Kong (+41%) y -aunque aún representan menos del 1% del total- Dinamarca (+444%) y Lituania (+183%). Vale señalar que, entre enero y setiembre, las ventas a EE.UU. aumentaron un 10% respecto del mismo periodo del 2010, y las dirigidas a Venezuela, un 62%. Otros dos destinos que contribuyeron al aumento acumulado fueron Brasil (+76%) e Italia (+65%).

#### **DESTINOS**

Respecto a los principales destinos de nuestro total exportado, entre enero y setiembre, China lideró el ranking al crecer un 28% respecto del mismo periodo del 2010. Le siguió EE.UU., que cayó del primer lugar debido a una reducción del 4%, y luego se encontraron Suiza (+55%), Canadá (+29%) y Japón (+14%).

Sin embargo, nuestras exportaciones a estos destinos, con la excepción de Canadá, se redujeron de agosto a setiembre, especialmente por las menores ventas de productos primarios. Las exportaciones totales a China cayeron un 39%, a Estados Unidos un 34%, a Japón un 65% y a Suiza un 13%. No obstante, aunque no compensó, destacó el avance de Suecia (+731%), Corea del Sur (+67%, debido a nuestro TLC ya vigente), España (+25%, impulsado por el gas natural) y, en menor medida, Canadá (+4%), país con el cual también tenemos un TLC.

#### **EN SUMA**

Si bien el resultado anual de nuestras exportaciones a la fecha es destacable, el sombrío panorama global parece estar empezando a afectar su desempeño. Ante ello, una buena opción para un país pequeño como el nuestro, para el cual el comercio exterior es fundamental a fin de generar empleo de calidad a gran escala, es seguir diversificando productos y destinos. Una herramienta esencial para ello son los TLC.

Asimismo, para ir más allá de los recursos naturales y de “repartir la torta” existente, debemos centrar esfuerzos en “hacer crecer la torta”. Según expertos como Michael Porter, el factor clave para ello, es decir, para lo que llama la “prosperidad creada”, es la productividad, y el Gobierno debe concentrarse en crear las condiciones para incrementarla. Medidas como el gasto en salud y educación, la reforma institucional, la simplificación administrativa y la inversión en infraestructura son un buen camino hacia una mayor productividad y la meta de inclusión social del Gobierno, que son dos caras de la misma moneda.