



Contenido

Del 18 al 24 de setiembre del 2006

	CAMBIO DE TIMÓN; CAMBIO DE OPINIÓN	Editorial 2
	UNA MIRADA A JUNÍN <i>Aprovechando las oportunidades de los no tradicionales.</i> TUMBES: EXPORTADOR DE MANUFACTURAS <i>Representaron el 95% de sus exportaciones.</i>	Hechos de Importancia 3
	FRACCIONAMIENTO PARA LA IMPORTACIÓN DE BIENES DE CAPITAL <i>US\$ 75 millones mal invertidos.</i>	Bandeja Legal 4
	DOING BUSINESS 2007 <i>Ser amigables nos hace atractivos... para que venga más inversión.</i>	Actualidad 5
	EL IMPULSO DE LOS PERUANOS EN EL EXTERIOR <i>El efecto multiplicador de las remesas.</i>	Economía 6
	GASTRONOMÍA DE EXPORTACIÓN <i>Posicionándonos en el mercado internacional.</i>	Comercio Exterior 7

Links de interés

- [Asóciese a COMEXPERU](#)
- [Publicidad](#)
- [Cronograma de Eventos y Foros](#)
- [Suscripciones](#)

SEMANARIO COMEXPERU

 Directora
 Patricia Teullet Pipoli
 Editor
 Diego Isasi Ruiz-Eldredge
 Promoción Comercial
 Helga Scheuch Rabinovich

 Equipo de Análisis
 Sofía Piqué Cebrecos
 Elizabeth Herrera Geldres
 Marisa Podestá Torres-Llosa
 Publicidad
 Edda Arce de Chávez

 Suscripciones
 Giovanna Rojas Rodríguez
 Diseño Gráfico
 Pamela Velorio Navarro
 Corrección
 Angel García Tapia

Reg. Dep. Legal 15011699-0268



Cambio de timón; cambio de opinión

"[...] los beneficios comerciales adicionales que se podrían lograr serían marginales, dado que la gran mayoría de nuestras exportaciones ingresan al mercado norteamericano con arancel de nación más favorecida de cero por ciento [...]. Por lo tanto, un Acuerdo Comercial con los Estados Unidos solo significaría en la práctica la apertura de nuestro deprimido mercado a las importaciones originarias de los Estados Unidos.

En la actualidad, el país no cuenta con mayor oferta exportable, por lo que no existen oportunidades reales de beneficiarse del acceso al mercado norteamericano [...].

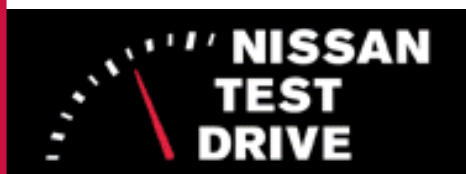
Estados Unidos nos otorga preferencias arancelarias en función de su interés nacional en términos de seguridad. Por lo tanto, no consideramos conveniente tener que dar concesiones gratuitas a cambio del acceso al mercado norteamericano.

Un posible acuerdo comercial con Estados Unidos involucraría temas altamente sensibles para los sectores productivos nacionales como son, entre otros, Propiedad Intelectual, Compras Estatales, Medio Ambiente y Derechos Laborales y el Comercio, todos ellos con un altísimo costo económico y sin posibilidades de beneficios recíprocos para el Perú [...]."

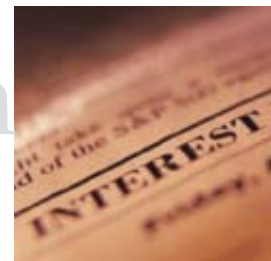
La carta tiene el número Pres 039-2002 y viene con el logo de la SNI y la firma de su entonces presidente Manuel Guillermo Yzaga Salazar.

¡Saludamos el cambio! Y nos enorgullece haber contribuido a él.

Patricia Teullet
Gerente General
COMEXPERU



◀ regresar
página 1



UNA MIRADA A JUNÍN

Este año, las exportaciones de Junín han sumado US\$ 702.77 millones hasta julio del 2006. Solo en el mes de julio, Junín exportó al mundo US\$ 123.55 millones. Estas cifras se explican básicamente por la minería, que para el 2006 representó el 95% del total de exportaciones de Junín, siendo el producto estrella la plata refinada, que representa el 33.78% de las exportaciones totales del departamento. Además destacan los envíos de cobre (US\$ 181.29 millones), plomo (US\$ 110.66 millones) y zinc (US\$ 99.81 millones). Cabe resaltar que la empresa Doe Run Perú exportó US\$ 562.08 millones hasta julio del 2006 y es responsable del 80% del comercio del departamento. En el sector agrícola tradicional destacan las exportaciones de café -donde Junín lidera la producción a nivel nacional- que ascienden US\$ 21,358 millones. Finalmente, los principales destinos de las exportaciones de Junín fueron EE.UU. (34.77%), Brasil (15.14%) y Japón (10.01%).

Si bien Junín exporta básicamente productos derivados de la minería, se puede apreciar un gran dinamismo en el sector agropecuario. En lo que va del 2006 hasta julio, Junín ha sabido diversificar su oferta exportable y explorar nichos de mercado. Así, exportó más de US\$ 1 millón en truchas, US\$ 850 mil de maíz gigante del Cuzco, cerca de US\$ 500 mil en jugos de maracuya y mango y exportó US\$ 140 mil de maca. Además, no se puede pasar por alto el hecho de que Junín es el primer productor a nivel nacional de naranja y piña y es también responsable por gran parte de la producción de otras frutas como lo son mandarina, palta y papaya. Muchos de estos productos son para consumo local, pero se está comenzando a exportar -aunque en montos pequeños- cacao, trigo, palta y papa (los cuatro sumaron US\$ 34,150 en exportaciones).

Cifras sobre algunos cultivos producidos por Junín - 2005

Producto	Puesto producción nacional	% Producción nacional	Puesto superficie nacional	% Superficie nacional
Cacao	3	14%	3	13%
Mandarina	2	26%	2	38%
Naranja	1	47%	1	48%
Palta	3	19%	1	27%
Papa	3	11%	3	9%
Papaya	4	6%	3	15%
Piña	1	51%	1	46%
Trigo	4	4%	3	5%
Café	1	19%	1	28%

Fuente: Inform@cción. Elaboración: COMEXPERU.

TUMBES: EXPORTADOR DE MANUFACTURAS

Tumbes exportó US\$ 36,792,000 entre enero y julio del presente año. En el sector primario, destacan las exportaciones de café cuyo valor ascendió a US\$ 1,806,914. Sin embargo, las manufacturas fueron las protagonistas pues representaron el 95% de las exportaciones del departamento. Dentro de las manufacturas, la industria pesquera obtuvo la mayor participación (89%), logrando vender US\$ 31,083,233 al exterior. No resulta sorprendente que uno de los productos estrella en las exportaciones de Tumbes fueran las colas de langostino congeladas con caparazón, cuyo valor ascendió a US\$ 18,979,573, seguido en mérito por los langostinos enteros congelados y demás jibias, globitos, calamares y potas en todas sus presentaciones. Por otro lado, las exportaciones de manufacturas agropecuarias alcanzaron los US\$ 3,600,000 y la exportación de textiles los US\$ 180,000.

Exportaciones estrella de Tumbes en el 2006

Producto	Monto (US\$)
Colas de langostino congeladas, con caparazón, sin coser en agua o vapor	18,979,573
Langostinos enteros congelados	4,094,032
Demás jibias, globitos, calamares y potas, congeladas, secas, saladas o en salmuera	3,486,135
Bananas o plátanos tipo "Cavendish Valery" frescos	2,383,424
Café sin descafeinar, sin tostar	1,803,404
Colas de langostino, sin caparazón, congelados	1,043,880

Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

Tumbes: principales destinos de sus exportaciones entre enero y julio del 2006 (en US\$)



Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.

US\$ 18,979,573, seguido en mérito por los langostinos enteros congelados y demás jibias, globitos, calamares y potas en todas sus presentaciones. Por otro lado, las exportaciones de manufacturas agropecuarias alcanzaron los US\$ 3,600,000 y la exportación de textiles los US\$ 180,000.

En lo que va del año, Tumbes exportó principalmente a EE.UU., España y Colombia. Las exportaciones a estos destinos alcanzaron los US\$ 20,156,437, US\$ 6,333,070 y US\$ 2,527,410, respectivamente. Le siguen en valor las exportaciones a Francia, Ecuador, Italia y Japón.



Central telefónica: 330-1004
ventas@depsa.com.pe
www.depsa.com.pe

- warrants
- almacenes
- logística
- depsa files



◀ regresar
página 1



Fraccionamiento para la importación de bienes de capital

¿Cómo reducir el costo de los bienes importados? No se requiere un doctorado en economía para llegar a la respuesta lógica: reduciendo los aranceles a la importación. Sin embargo, en el Congreso ha surgido una solución alternativa más compleja. Se pretende reducir el costo de la importación de bienes de capital nuevos mediante el fraccionamiento de los aranceles. ¿Por qué hacer las cosas difíciles?

¿Y LA INSTITUCIONALIDAD?

La Constitución otorga al Poder Ejecutivo la potestad de dirigir la política arancelaria. Ello se debe a que, acertadamente, considera que los aranceles son parte de la política comercial y no tributaria de un Estado, por lo que no requieren de la aprobación del Congreso para ser modificados. Basta con que el Ejecutivo verifique si puede asumir el costo (a pesar de que tampoco debiera ser un factor decisivo) y que considere que es comercialmente positivo para que se reduzcan aranceles.

Por ello, las decisiones sobre cualquier fraccionamiento, exoneración, mayor o menor gravamen, etc. de nuestra política arancelaria corresponden constitucionalmente al Ejecutivo y no al Congreso.

De otro lado, contra lo que la exposición de motivos plantea, el fraccionamiento por hasta nueve cuotas semestrales a la tasa de interés pasiva en moneda extranjera genera un costo considerable para el Estado. Así, una proyección realizada por Reflexión Democrática demuestra que dicho costo ascendería a US\$ 74.8 millones traído a valor presente.

Suponiendo que el Ejecutivo decida realizar una reducción arancelaria de una magnitud similar, el gasto sería el mismo, con algunas diferencias significativas. El fraccionamiento conlleva el costo administrativo adicional de verificar que se pague según el cronograma y el de que finalmente el importador no pague. Debemos tener en cuenta que es muy diferente cobrar contra entrega que de manera diferida.

Asimismo, la propuesta incluye casos flagrantes de discriminación. Las empresas que requieren de bienes de capital de segunda mano y aquellas que utilizan una mayor carga de bienes intermedios estarían viéndose perjudicadas, pues a estos bienes no se les aplica el fraccionamiento. Tampoco se ha considerado que los consumidores pagan aranceles mucho mayores y que esperan por reducciones hace varios años. ¿Y el Estado? No se oye, padre.

Sin duda, los aranceles se presentan como un costo en la mayoría de los casos innecesario para la economía, que perjudica o bien al consumidor o a la competitividad de nuestras empresas. La propuesta parece comprender este problema. ¿Por qué entonces no reducir los aranceles en lugar de seguir la ruta más larga y onerosa para llegar a lo mismo?

Costo de fraccionamiento para el Estado	
Tasa de interés pasiva promedio semestral	1.00%
Tasa de interés semestral de descuento (Libor + Riesgo País)	6.70%
Fecha de último pago en el VAN del fraccionamiento	Julio, 2010
Fecha de último pago en el VAN sin fraccionamiento	Julio, 2006
VAN (a mayo 2005) con fraccionamiento (US\$)	879,800,419
VAN (a mayo 2005) sin fraccionamiento (US\$)	954,681,935
Costo para el Estado (en US\$, traído a valor presente)	-74,881,517

Fuente: Reflexión Democrática. Elaboración: COMEXPERU.



Obtenga en línea Información de Comercio Exterior y Riesgo

Promoción Especial para los Socios de COMEXPERU



REINVENTANDO EL ROL DE LAS CENTRALES DE RIESGO

regresar página 1

CONTACTENOS AL 225-5010

<http://www.certicom.com.pe>

www.comexperu.org.pe



Doing Business 2007

Recientemente, el Banco Mundial ha lanzado la última edición de "Doing Business", su reporte sobre el clima de negocios a nivel mundial. La sorpresa es que, esta vez, el Perú figura como una de las economías más reformadoras entre enero del 2005 y abril del 2006.

LOS MÁS AMIGABLES

El informe considera a Singapur la economía más amigable a los negocios de las 175 analizadas. Se trata de un país con el que irónicamente algunos en el Perú no quisieran ser muy amigables. Dicha nación intercambió lugares con Nueva Zelanda (ahora en el segundo lugar), debido a que en esta última se incrementó la dificultad para obtener licencias para negocios.

Latinoamérica está liderada por Chile (puesto 28), que sin embargo descendió cuatro posiciones. Según el reporte, ello se explica sobre todo por retrocesos en la facilidad de apertura y cierre de negocios. En esto último nuestro vecino se ubica en el puesto 107 pues, por ejemplo, cerrar un negocio en caso de quiebra toma en promedio 5.6 años, mientras que en el Perú, 3.1 años. ¡Pero en Irlanda toma menos de 5 meses!

Las más amigables a los negocios		
Economía	Puesto 2007	Puesto 2006
Singapur	1	2
Nueva Zelanda	2	1
EE.UU.	3	3
Canadá	4	4
Hong Kong	5	6
Reino Unido	6	5
Dinamarca	7	7
Australia	8	9
Noruega	9	8
Irlanda	10	10

Fuente: Doing Business 2007 (Banco Mundial).
Elaboración: COMEXPERU.

En lo que Chile destaca especialmente es en la protección a los inversionistas (puesto 19). Si bien el Perú ha logrado ubicarse en el puesto 15 (debido a medidas como reglas de divulgación de información más estrictas, en beneficio de los accionistas minoritarios), aún estamos lejos de ofrecer la estabilidad económica y política que brinda Chile. Precisamente, cabe señalar que el informe advierte que no contempla factores como política macroeconómica, calidad de la infraestructura, volatilidad monetaria, percepciones de inversionistas o índices de criminalidad.

PERÚ: PASO A PASO

El reporte destaca a nuestro país como el quinto reformador mundial, gracias a medidas como la mencionada líneas arriba. Además, están la introducción de juzgados comerciales (que redujeron de 381 a 300 días el tiempo requerido para hacer cumplir contratos), la nueva ley de garantías (orientada a mejorar el acceso al crédito), y la mayor rapidez en los trámites para abrir empresas (ya no toman 102 días, sino 72). Por ello hemos pasado del puesto 78 al 65. Son pequeñas pero importantes mejoras. Y lo fundamental es que sigamos por ese camino, para estar cada vez más cerca de países como Australia, donde solo toma ¡2 días! abrir una empresa. Sin duda, un gran desincentivo a la informalidad.

Pero hay que considerar que, además del Perú, 42 economías entre las analizadas han emprendido reformas positivas respecto a la apertura de negocios (y solo 2, reformas negativas). Asimismo, otras 25 economías mejoraron el acceso al crédito; 14, la protección a los inversionistas, y 17, el reforzamiento de contratos. Por otro lado, el Perú figura entre las economías que realizaron reformas negativas respecto al cierre de empresas (menor flexibilidad en procesos de quiebra).

Además, hemos retrocedido en los rankings de comercio transfronterizo (considerando que 19 países, entre los que se halla Colombia, han realizado reformas para facilitarlos), manejo de licencias, registro de propiedades y pago de impuestos. Por ejemplo, aún toma mucho tiempo y es costoso obtener licencias y permisos para operaciones (201 días y 338% del ingreso per cápita), mientras que en Costa Rica se requiere 119 días y en Corea, 52. En este aspecto, 17 economías han efectuado mejoras y destaca también la cantidad de naciones que mejoró su sistema tributario (31).

CHINA REFORMA

Atención, inversionistas. China se encuentra en el cuarto lugar entre los más reformistas. Este país ya es uno de los destinos favoritos de la inversión extranjera directa (IED). Es más, continúa liderando el índice de confianza de IED de la consultora A.T. Kearney. El informe indica que China también facilitó la apertura de negocios, incrementó la protección a inversionistas y redujo trabas burocráticas al comercio. Además, ha establecido un registro de información para préstamos al consumidor. Sin duda, más amigable para ser más atractivo.



¿Buscas una computadora?

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

Av. Tomás Marsano 2601 Higuera
Central: 271-0630 Fax: 271-0631

PC Performance

regresar
página 1



El impulso de los peruanos en el exterior

La migración en el mundo se acerca a los 192 millones de emigrantes, cifra que representa el 2.9% de la población mundial. Las remesas se han vuelto un componente importante del PBI en los países en desarrollo. En el 2005 llegaron US\$ 54,000 millones a América Latina y el Caribe. Solo en América Latina existen más de 120 millones de emigrantes que son responsables del 36.9% de remesas a nivel mundial.

Más de tres millones de peruanos viven en el extranjero y se estima que en el año 2006 -considerando el sector formal y el informal- enviarán US\$ 3,250 millones de remesas a sus familias. Sin embargo, es difícil cuantificar a cuánto ascienden las remesas porque gran parte de ellas se envía a través de canales informales; por ejemplo, mientras que el BID estima que para el 2005 las remesas fueron de US\$ 2,495 millones, el BCRP las calcula en US\$ 1,440 millones (1.8% del PBI).

¿QUIÉNES ENVÍAN LAS REMESAS Y QUIÉNES LAS RECIBEN?

Los peruanos que envían remesas se encuentran principalmente en Estados Unidos (50%) y Europa (35%). El 75.6% de los inmigrantes se concentra entre los 20 y 49 años, precisamente la edad laboral. Adicionalmente, del total de inmigrantes, 27.7% son estudiantes, 26.5% son trabajadores y 12.1% son amas de casa (Rueda y de los Ríos 2005). Los expertos concuerdan en que más de la mitad de los fondos que provienen de Estados Unidos vienen de personas con ingresos inferiores a US\$ 20,000 al año, por lo que se trata -en su mayoría- de mano de obra poco calificada.

Las familias receptoras reciben en promedio nueve remesas al año y se concentran en Lima y la costa. De acuerdo al INEI, los pobres extremos reciben como mediana anualmente S/. 636, lo que representa el 19.1% de su ingreso. Por su parte, los pobres no extremos reciben S/. 1,400 (10.8% de su ingreso) y los no pobres S/. 4,200 (14.3% de su ingreso).

EL EFECTO MULTIPLICADOR DE LOS PERUANOS EN EL EXTERIOR

Además de las remesas monetarias, los inmigrantes les envían a sus familias remesas en especies -que no están cuantificadas- e incluso realizan compras para ellas a través de internet. Adicionalmente, al viajar al Perú aumentan el número de vuelos, fomentando indirectamente la agroexportación, ya que muchos productos -como el espárrago- se exportan en aviones comerciales y el cuello de botella se encuentra precisamente en el transporte aéreo. Además, tenemos que considerar el comercio de los productos propios del Perú que los inmigrantes demandan. Esto ha dado lugar a la creación de empresas como LatinoAndina de Perú (UE y EE.UU.) y Mi Tierra (Alemania) que se dedican a ofrecerles a los peruanos en el exterior productos como chicha morada, Inca Kola, e incluso carapulcra.

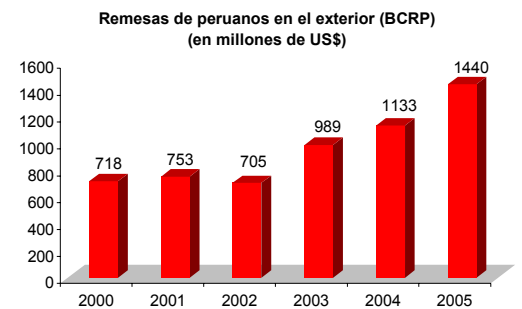
EL EFECTO EN EL DESARROLLO

En América Latina se estima que cada remesa ayuda en promedio a 4.5 familias. El grueso de las mismas -entre 80% y 85%- se utiliza para cubrir necesidades básicas. A diferencia de la ayuda exterior, las remesas no se gastan en burocracias y van directamente a familias en lugares donde la asistencia muchas veces no llega. Además influyen en el desarrollo porque se utilizan para financiar inversiones futuras como educación y herramientas para la microempresa.

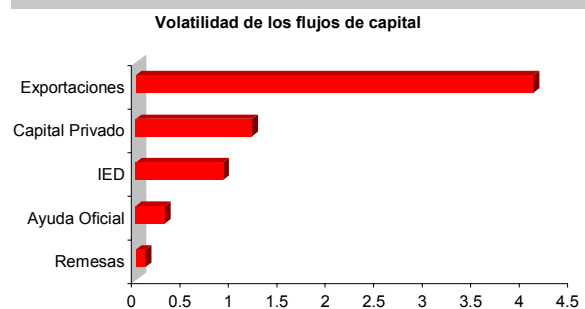
Las remesas también han mostrado ser un flujo permanente que baja la volatilidad del crecimiento económico. Mientras que las inversiones directas y otros flujos de capital han fluctuado según los ciclos del mercado, las remesas han aumentado. A su vez, funcionan como un amortiguador ante conmociones, tienden a aumentar tras los desastres naturales y existe evidencia de que son contracíclicas.

¿CÓMO AUMENTARLAS Y MEJORAR SU USO?

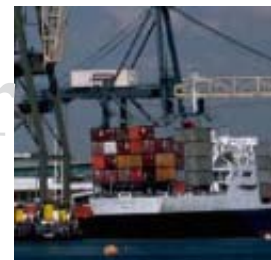
El primer paso es lograr reducir el costo de enviar remesas al Perú. Así, hace cinco años el costo promedio era más del 15% del valor de cada operación pero se ha logrado reducirlo a la mitad aunque hace falta reducirlo aún más. Para América Latina, esta reducción ha logrado que las familias dispongan de US\$ 3,000 millones adicionales cada año. Finalmente, hace falta crear mecanismos para el reconocimiento legal del dinero recibido por remesas a fin de permitir que quienes las reciben puedan acceder a financiamiento y tarjetas de crédito.



Fuente: BCRP. Elaboración: COMEXPERU.



Fuente: Fondo Monetario Internacional, WEO 2005.
Elaboración: COMEXPERU.



Gastronomía de exportación

La gastronomía peruana es producto y reflejo de un universo fascinante, de heterogeneidad y diversidad cultural influenciada por la cocina indígena, africana, española y oriental. Por ello se acreditó el récord Guinness a la cocina con la mayor variedad de platos en el mundo (491). También ha sido reconocida por el periódico francés "Le Monde" como una de las tres grandes cocinas del globo, compitiendo al lado de la francesa y la china. Por otro lado, *The Economist* señaló que el Perú podría reclamar el derecho de poseer una de las 12 grandes cocinas del mundo y, recientemente, la revista *Latin Trade* le dedicó unas páginas a esta industria con gran potencial, subrayando el trabajo realizado por nuestros emprendedores.

LOS EMPRENDEDORES

El número de franquicias peruanas en el extranjero ha aumentado considerablemente. Restaurantes como Alfresco, Astrid y Gastón, La Caravana, Pardo's Chicken, Heladerías 4D, entre otros, están triunfando en países como Chile, Colombia y Estados Unidos. Marcel R. Portmann, vicepresidente de Fomento Internacional de la Asociación Internacional de Franquicias en Washington, afirmó que "los alimentos étnicos tienen mucha fuerza en este momento... cualquier cosa nueva tiene gran demanda".

Latin Trade destaca especialmente el caso de Gastón Acurio, quien ha inaugurado restaurantes "La Mar" en las ciudades de México y Panamá, y ha vendido franquicias en Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay, exportando comida marina peruana. Para finales del 2007, Acurio planea abrir un local en Los Ángeles, con una inversión superior a US\$ 1,500,000. *Latin Trade* sostiene que la cocina peruana tiene oportunidades para crecer en los Estados Unidos y la publicación especializada de Zagat -calificada como la "biblia" de los restaurantes en Estados Unidos- enumeró a 41 buenos restaurantes peruanos en Boston, Chicago, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Filadelfia, Washington y San Francisco como destinos culinarios en dichas ciudades. La cifra es inferior a los 54 restaurantes brasileños, pero superior a los 40 argentinos.

Por otro lado, Pardo's Chicken espera llegar en el 2008 a tres países más de la región: Ecuador, Bolivia y Colombia. Actualmente cuenta con un local en Santiago de Chile donde el promedio de facturación es muy similar al de las tiendas en Lima. En el 2005 acudieron entre 200 y 300 personas al día y tan solo 2% de los consumidores eran peruanos. Tras su consolidación en la región, estudiarían aperturas en Miami. También cabe destacar a "Francesco", que en el 2005 fue calificado por Zagat como el mejor en restaurante de pescados y mariscos de Miami. También el caso del restaurante "Andina", al que en el 2005 el diario más importante del estado de Oregon, *The Oregonian*, nombró el restaurante del año.

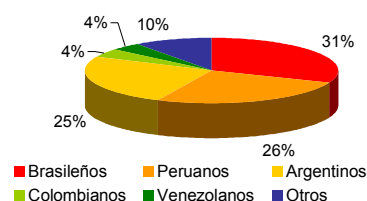
LECCIONES GASTRONÓMICAS

La comida peruana se encuentra en todo el mundo. Según PROMPEX, tenemos dulces como el king kong, que se exporta a Suecia y Puerto Rico, mientras que las chocotejas van a Estados Unidos. Sin embargo, cabe destacar algunas lecciones que nos da la gastronomía y entender por qué se va posicionando poco a poco en el mercado internacional.

Nuestra gastronomía es competitiva debido a la inmensa variedad de productos que nos brinda la diversidad biológica y climática que tenemos. Esto nos permite obtener una oferta constante de productos y así producir una inigualable cantidad de platillos. Es competitiva porque el mercado interno es exigente con los productores, lo que los impulsa a ser más sofisticados, y porque es una de las pocas industrias en donde el proteccionismo -que los malos empresarios reclaman- no ha tenido (aún) éxito en usar mecanismos que hacen menos competitiva a las industrias en desmedro de los consumidores.

No obstante, aún nos falta cumplir con ciertos estándares internacionales, un trabajo más eficiente entre los privados para que potencien el desarrollo de la gastronomía peruana, y más emprendedores que se aventuren a otros mercados y sean ejemplo para los demás. Ellos no solo difundirán nuestra cultura, sino que además ayudarán a crear una mayor demanda de insumos de nuestro país, que mediante su exportación soportarán a nuestra cultura culinaria en cualquier parte del mundo.

Restaurantes sudamericanos en EE.UU. clasificados por Zagat*



*Restaurantes en Boston, Chicago, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Filadelfia, San Francisco y Washington. Fuente: Encuesta de Zagat.

Exportaciones peruanas de chocotejas, tejas, pisco, Inca Kola y king kong (en US\$)

Producto	2004	2006*
Chocotejas	2,532	20,127
Tejas	1,976	2,142
Pisco	379,121	222,072
Inca Kola	83,707	55,881
King kong	10,306	11,765

*Enero - agosto. Fuente: SUNAT. Elaboración: COMEXPERU.



regresar página 1