

EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XIX - N° 103 - Edición Internacional
XIX - 103 - International Edition
www.exportar.com.pe



Intensa prospección

Cancillería promueve las oportunidades comerciales del Perú en el mundo.

Intense Prospection

Chancery promotes Peru's commercial opportunities in the world.

- Avanzada culinaria
- Turismo, servicios y despegue
- Escenario propicio
- Culinary Advance Party
- Tourism, Services, and Take-off
- Propitius Scenario

RENTA 2014

Declara y paga



Colegio IE 5127
Mártir José Olaya
Pachacútec - Ventanilla

Con nuestros impuestos el Perú está mejorando.

Todos podemos contribuir con la educación del país.

www.renta2014.pe



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FORMAMOS SERES HUMANOS PARA UNA CULTURA DE PAZ

ESCUELA DE POSGRADO

ADMISIÓN
2015 - I

DOCTORADOS

- ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES
- CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES

MAESTRÍAS

- ARQUITECTURA Y SOSTENIBILIDAD
- ARQUITECTURA
Mención en Gestión Empresarial
- INGENIERÍA INDUSTRIAL
Mención en Planeamiento y Gestión Empresarial
- INGENIERÍA INFORMÁTICA
Mención en Ingeniería de Software
- INGENIERÍA VIAL
Mención en Carreteras, Puentes y Túneles
- SALUD PÚBLICA
Mención en Administración Hospitalaria y de Servicios de Salud
- PSICOLOGÍA CLÍNICA Y DE LA SALUD
- PSICOLOGÍA
Mención en Problemas de Aprendizaje
- EDUCACIÓN POR EL ARTE
- CIENCIA POLÍTICA
- ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
- COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS
- SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD E INOCUIDAD EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA
- ECOLOGÍA Y GESTIÓN AMBIENTAL
- DOCENCIA SUPERIOR

INFORMES

Av. Benavides N° 5440 - Surco
Teléfono: 7080112 / Central: 7080000 Anexos: 4112 / 4320
E-mail: epg@urp.edu.pe

Síguenos
en:



www.urp.edu.pe/posgrado

Director / Director
Julio César Llaque Moreno

Editor Periodístico / Journalistic Editor
Renato Alfredo Manrique

Redactores / Editorial Staff
Diana Aguirre
Estefanía Ayala
Jenny Hilasaca
Nereyda Munte
Candy Sánchez

Diseño de Carátula / Title Page Design
Alejandro Morales

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Piero Pacheco

Fotografía / Photography
Jorge Gálvez
Alex Ramón
Segundo Santa Cruz
PromPerú

Corrección / Editing
Estefanía Ayala

Traducción / Translation
Gregorio Elguera

**Gerente de Comunicaciones /
Communications Manager**
Genoveva Llaque Moreno

Ejecutivos de Publicidad / Publicity Executives
Ana González
Melissa Villanueva

**Gerente de Ventas y Suscripciones /
Sales and Suscriptions Manager**
María Teresa Llaque

Colaboradores / Collaborators
Pedro Gamio Aita
Rómulo Mucho Mamani

**Corresponsales en el Exterior /
Foreign Correspondents**
Bélgica/Belgium: Julio Cabrera Moreno
Chile: Julio Rojas V.

Oficina Editorial / Editorial Office
Av. Pío XII 243, Of. 201
Urb. Maranga, San Miguel
Telefax: (51-1) 452 7529
Publicidad / Publicity: (51-1) 561 2846
E-mail: ventas@exportar.com.pe
prensa@exportar.com.pe
administracion@exportar.com.pe
Web-site: www.exportar.com.pe
Lima 32 - Perú



6

Intensa prospección

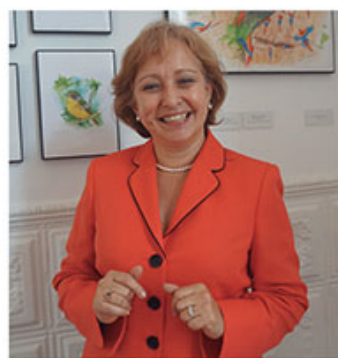
Intense Prospection

Cancillería promueve las oportunidades comerciales del Perú en el exterior.

Chancery promotes Peru's commercial opportunities abroad.



10



Turismo, servicios y despegue

Tourism, Services, and Take-off

Propuestas para potenciar el sector turístico del Perú.

Proposals to potentiate tourism in Peru.



14

Japón: oportunidad de negocios

Japan: Business opportunity

Potencial del Perú para exportar productos agroindustriales al país del sol naciente.

Peru's potential for exporting farming produce to the country of the rising sun.



18



Escenario propicio

Propitious Scenario

Oportunidades para la inversión privada en el Perú.
Private Investment Opportunities in Perú.

28



Camino a San Miguel

Road to San Miguel

Distrito limeño generaría importantes inversiones y mayor flujo de turistas.

District of Lima city would generate important investments and a higher tourist flow.

22



Avanzada culinaria

Culinary Advance Party

Gastronomía peruana en fructífero crecimiento.
Peruvian Gastronomy growing fruitfully.

32



Importancia de la minería

The importance of mining

La actividad minera y su efecto dinamizador en la economía del Perú.

Mining activity and its dynamic effect in Peru's economy.

24



Junín sostenible

Junin Sustainable

Carta de proyectos priorizados en la región central.
Prioritized projects' portfolio of the Central region.

44



Mirando al norte

Looking North

Oportunidades de negocios entre Perú y Florida.
Business opportunities between Perú and Florida.

PUERTO DE EMBARQUE



Políticas con resultados notables



El Fondo Monetario Internacional (FMI) señaló que la ambiciosa reforma educativa y las políticas de inclusión integral ya están mostrando resultados notables en el Perú, por lo que deben mantener su curso dentro del marco de la disciplina fiscal aplicada por el país. Destacó los esfuerzos del Gobierno para agilizar los procedimientos de emisión de licencias y permisos para las inversiones, acelerar la ejecución de proyectos de infraestructura, promover la innovación y diversificar las exportaciones. "Es relevante que se enfatice en el fortalecimiento de la capacidad de ejecución de las inversiones y en la capitalización del conocimiento del sector privado mediante Asociaciones Público-Privadas (APP)", anotó. Asimismo, consideró que un uso más efectivo de los programas existentes para respaldar a las pequeñas y medianas empresas, podría ayudar a mitigar el impacto de la desaceleración en el crecimiento y el debilitamiento de las condiciones del mercado laboral.

Mayores envíos de tilapia



La exportación de tilapia reportó un crecimiento de 79.3% en el primer bimestre del año al sumar US\$ 434 500, lo que sig-

nificó una cifra récord si se considera el mismo periodo de los últimos años, informó la Gerencia de Servicios e Industrias Extractivas de la Asociación de Exportadores (ADEX). La cifra de enero-febrero de este 2015 superó la del 2010 (mismo periodo) que alcanzó los US\$ 64 000, la del 2011 (US\$ 129 300), 2012 (US\$ 306 500), 2013 (US\$ 229 600) y la del 2014 (US\$ 242 300). Si bien en el mercado internacional las cifras son alentadoras, la Gerencia de Servicios e Industrias Extractivas de ADEX refirió que la tilapia es un producto que tiene mayor absorción en el mercado interno, que paga bien por este recurso, lo que origina que los volúmenes despachados no sean muy grandes. En el exterior, esa especie hidrobiológica fue enviada a tres destinos en el primer bimestre del año. El principal fue EE.UU. (US\$ 396 400) que concentró el 91.2% del total y logró un incremento de 66.2%. Los otros dos fueron Ecuador y Francia.

Inversiones del sector retail



Las ciudades del interior del país captarán el 70% de las inversiones del sector retail en el año, producto de dinamismo comercial que presentan las provincias y el optimismo de los inversionistas por seguir expandiendo el sector, señaló el Jefe de análisis sectorial de estudios económicos de Apoyo Consultoría, Víctor Albuquerque. Indicó que la desaceleración económica del país no ha desalentado las inversiones en el sector retail, quienes siguen identificado nuevos nichos de mercados en provincias. No obstante anotó que en el 2015 se incorporarán 100 000 metros cuadrados de nueva área arrendable, la mitad del promedio de los últimos años. "Pero este nivel es el reflejo de lo ocurrido en el 2014, por ello estimó que en el 2016 el ingreso de nueva área arrendable regresará a los 200 000 metros cuadrados", aseveró.

Negocios con la India



La delegación conformada por más de 20 empresas de la India realizó 372 citas comerciales durante los dos días de Exhibición y Rueda de Negocios de Artesanías de la India 2015 realizada en nuestro país. Las 108 empresas peruanas participantes están comprendidas en los rubros textil (ropa, alfombras, accesorios de vestir), joyería y bisutería, vajilla de cerámica, menaje, adornos para dormitorio y hogar. Entre las más conocidas participaron tiendas por departamento como Estilos, tiendas de decoración como PPPP Design, Carlo T Camusso, Plumas y marcas de ropa como Applauzi, RipCurl. La Exhibición y Rueda de Negocios, fue organizada por el Consejo de Promoción de Exportaciones de Artesanías (EPCH, por sus siglas en inglés), la Embajada de la India en nuestro país y la Cámara de Comercio de Lima (CCL). Esta importante reunión comercial permitió que las empresas de la India participantes muestren sus más recientes gamas de productos, como ropa para damas, bolsos de yute y algodón, alfombras de lana y algodón, cortinas, persianas y artículos decorativos.

Agroexportaciones al alza



En el primer bimestre de este año (enero-febrero) las exportaciones agrarias sumaron 801 millones de dólares, lo que representó un incremento de 1.7% en

comparación al mismo periodo del 2014, reveló el ministro de Agricultura y Riego, Juan Manuel Benites. Señaló que en enero y febrero se dieron los mayores envíos al exterior de los principales productos no tradicionales como mango fresco y congelado (29% y 35% respectivamente), espárragos frescos (23%), preparaciones para alimento animal (10%) y bananas tipo "cavendish valery" (30%). También se destacó el alza del cacao en grano (8%), así como por el mejor desempeño de Estados Unidos al aumentar sus compras en 10%. "Las exportaciones no tradicionales agrarias siguen su dinamismo al sumar entre enero-febrero ventas por 770 millones de dólares, lo que significó un incremento de 5% con respecto al primer bimestre del año pasado", resaltó.

Meta de exportaciones de servicios



Un total de 400 empresas peruanas deberán unirse al universo de las exportaciones de servicios el 2016, manifestó el director de Exportaciones de PromPerú, Luis Torres, quien dijo que esta actividad habría generado más 5 800 millones de dólares el año pasado. "En la actualidad tenemos más de 200 empresas que ya participan en nuestro proyecto de exportación de servicios y esperamos que al 2016 estas empresas sumen 400, porque hay varias líneas que se están trabajando", refirió. Por ejemplo, mencionó, está el desarrollo de software, los "call center" (centros de llamado para venta de productos), videojuegos, de marketing digital, consultoría en ingeniería y energía, franquicias, salud, así como de reparación y mantenimiento de naves y aeronaves. En ese sentido, precisó que existe el capital humano para llegar a la meta de exportaciones de servicios en el orden de los 18 mil millones de dólares al 2025, tal como dispone el nuevo Plan Estratégico Nacional de Exportaciones (PENX).

Grandes proyectos y cadenas de valor



Las ciudades ubicadas en la zona de influencia de los grandes proyectos serán las beneficiarias directas de estas obras, estableciéndose condiciones para generar cadenas de valor, aseguró la representante del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) en el Perú, Eleonora Silva. Dijo que para ello es necesario dotar a esas localidades de los servicios básicos y planes educativos para elevar la calidad de vida de sus habitantes y su desarrollo. "Estamos participando en una interesante iniciativa con el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS) para acompañar los proyectos de irrigación, que son financiados por la CAF, como Olmos y Chavimochic", declaró. Asimismo, refirió que el objetivo del MVCS es trabajar con las ciudades que están o se desarrollarán al lado de importantes proyectos de infraestructura. Mediante este trabajo conjunto, dijo, se promoverá que las ciudades se desarrollen de manera ordenada al lado de los proyectos de irrigación.

Productos andinos con valor agregado



Apurímac será la primera región en contar con "La Tiendecita Andina", un canal de venta promovido por Sierra Exportadora, en donde se ofertan una variedad de productos andinos nutritivos, innovadores y con valor agregado. Hasta el momento, este tipo

de tiendas solo se ubicaba en Lima y, ante el éxito que tuvo desde su creación, ahora ingresará a provincias, según se anunció durante el lanzamiento de la "Expo Feria Apurímac 2015", la cual iniciará este mes. De esa manera, en los próximos meses, se contará con los puntos de venta en la región Apurímac, en donde se ofertarán los productos andinos. Entre las empresas que participarán de esta propuesta están Agroindustrias El Tambo, tallarines de casa Doña Mica, la Cooperativa Cafetalera Valle Incahuasi, Santa Rosa, Márquez de Aranjuez, Agroindustrial Chacra Verde y Multiceresur. El jefe de Sierra Exportadora en Apurímac, José Laos, indicó que el objetivo del ingreso de "La Tiendecita Andina" es promover e impulsar la producción y comercialización de productos con valor agregado, en el marco de la campaña nacional "Cómprale a la Sierra, Cómprale al Perú".

Perú, destino de deportes aventura



Un estudio difundido por Adventure Travel Trade Association (ATTA) reconoce a Perú como uno de los destinos con mayor desarrollo para los deportes de aventura, junto a otros países emergentes como República Checa, Eslovaquia, Turquía, entre otros. En Sudamérica, se ubica en el tercer lugar, solo por debajo de Chile y Uruguay, y por encima de Colombia, Argentina, Brasil, etc., con mejores puntajes en la imagen del país sobre el turismo sostenible y las oportunidades para las actividades de aventura. En el Adventure Tourism Development Index 2015 (ATDI), Perú también obtuvo buena calificación en la infraestructura ligada a los deportes de aventura y a su oferta en recursos culturales para los visitantes. Según el informe, el mercado del turismo de aventura sigue cobrando fuerza en todo el mundo, con un crecimiento anual de 72%, con lo que ha pasado de mover US\$ 89 000 millones en el 2010 a US\$ 263 000 millones en el 2013.



Intensa prospección

Intense Propection

Cancillería promueve las oportunidades comerciales del Perú en el exterior.

Chancery promotes Peru's commercial opportunities abroad.

El Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de sus más de 120 Misiones Diplomáticas y Consulares alrededor del mundo, promueve nuestra oferta exportable y turística, así como la inversión extranjera en el Perú. Acerca de esta acuciosa labor declara Guido Loayza, Director General de Promoción Económica del MRE.

¿Qué acciones viene desarrollando la Cancillería para fomentar la promoción económica en el exterior?

El Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, ejerce la representación del Estado en el ámbito internacional a través de sus más de 120 Misiones Diplomáticas y Consulares alrededor del mundo, promoviendo las exportaciones mediante la identificación de nuevos mercados y ampliación de los existentes, promoviendo nuestra oferta exportable, los atractivos turísticos, así como las grandes oportunidades de inversión que ofrece el país.

Entre otras acciones, se viene promoviendo la realización de misiones de prospección comercial en países y estados que serían atractivos para nuestra oferta exportable, especialmente en mercados donde no se cuenta con una Oficina Comercial (OCEX), como es el caso de Hong Kong, Polonia, Cuba, Honduras, Denver (EE.UU.), Utah (EE.UU.), entre otros. Asimismo, tenemos una activa coordinación con las instituciones y los gremios empresariales para la organización de eventos comerciales, como es el caso de las ferias Expoalimentaria, Perú Moda, Peru Gift Show, Expo Café, Mistura. Además, trabajamos coordinadamente y brindamos el apoyo a las gestiones realizadas por nuestras autoridades sanitarias para lograr el acceso de productos peruanos a

determinados mercados internacionales, como el caso de los capsicums a los EE.UU y la palta a México y China.

En el plano de las inversiones, entre otras acciones, nuestro Ministerio coordina permanentemente con los sectores competentes, políticas y acciones destinadas a promover las inversiones al interior del país, y se participa en la negociación y en la implementación de instrumentos internacionales bilaterales y multilaterales para la promoción de inversión extranjera en el Perú, como en el caso de road shows de inPerú y Proinversión.

¿Con qué instituciones nacionales coordinan tareas de promoción económica?

El Ministerio de Relaciones Exteriores se encuentra a disposición de todas aquellas instituciones nacionales que busquen promover las exportaciones de productos peruanos, la difusión de proyectos de inversión y el incremento de flujo entrante de turistas en favor del desarrollo económico del país y del bienestar de su población.

Actualmente, se tiene suscrito convenios interinstitucionales con entidades tales como PromPerú, Cámara de Comercio de Lima, Adex, Sierra Exportadora, Apega, así como universidades, como es el caso de la Universidad San Ignacio de Loyola, Universidad del Pacífico y ESAN, dando un especial énfasis al sector académico.

En el ámbito de las inversiones, esta Cancillería coordina directamente con el Ministerio de Economía y Finanzas, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, la Agencia de Promoción de la Inversión Privada, ProInversión; la Municipalidad Metropolitana de Lima

y los gobiernos regionales, en la elaboración de políticas conjuntas para la atracción de la inversión extranjera, así como para la internacionalización de la inversión peruana.

¿Cómo analiza la coyuntura económica mundial y la repercusión en nuestro país?

Nos encontramos en un mundo en el que la economía de los países es interdependiente, y en donde los hechos que afectan a una región repercuten en mayor o menor medida en las demás. Es innegable que la desaceleración en el crecimiento chino, la lenta recuperación europea de la crisis económica y la baja en el precio de los metales ha influido en el menor crecimiento de nuestro PBI, aun habiéndose previsto que el Perú será una de las economías latinoamericanas que más crecerá en el 2015.

No obstante, podemos decir con satisfacción que durante los últimos años, el Perú ha venido consolidando a nivel internacional la imagen de ser una economía sólida, con un incremento sostenido de su PBI, estabilidad cambiaria y bajos niveles de inflación.

La política económica responsable que el país ha mantenido a través de sucesivos gobiernos democráticos, así como un marco jurídico estable e instituciones independientes, constituyen una garantía de la transparencia e imparcialidad del sistema legal peruano.

Estas condiciones son las que generan confianza en los agentes económicos, que a pesar del menor crecimiento que presenta el país, lo siguen considerando como un destino atractivo para sus inversiones, toda vez que pueden realizar transacciones con menor riesgo y mayor expectativa de rentabilidad.



Guido Loayza, Director General de Promoción Económica del MRE.
Guido Loayza, MFA Economic Promotion's General Director.

Uno de los temas a destacar por su relevancia en la economía mundial es la promoción del turismo que se viene desarrollando a través de nuestras

Embajadas, Consulados y Representaciones. En ese sentido, se cuenta con el Programa de presentaciones sobre la promoción turística que se imparte

en colegios y universidades (una presentación por trimestre a un colegio o universidad con una audiencia de 200 personas por vez) con el objeto de mo-



tivarlos a conocer el Perú y orientarlos a visitar nuestro país. Se tiene estimado más de cien mil potenciales visitantes a nuestro país, con lo que estaríamos contribuyendo a expandir este importante sector nacional.

La asociación público privada MRE-EY realizada en su gestión funciona muy bien, ¿hay otras en el camino que se implementarán en el presente año?

Nos sentimos muy satisfechos por los resultados que viene mostrando la Alianza Estratégica que hemos formado con EY, lo cual es una muestra de la sinergia que se puede alcanzar entre el gobierno y el sector privado en favor de los intereses del país. Consideramos que el trabajo conjunto con las instituciones privadas es de gran importancia en la labor de promoción económica del Perú en el exterior. Es por ello que esta Cancillería emprendió en julio de 2014, una iniciativa que busca promover y potenciar el desarrollo e internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del país mediante la atracción de inversión extranjera a través de asociaciones o inversiones de capital y/o transferencia tecnológica que les permita desarrollarse, así como diversificar su oferta exportable.

Para tal fin, se suscribieron el 17 de noviembre del año pasado, Acuerdos de Cooperación Interinstitucional con los principales gremios empresariales del país (Asociación de Exportadores, Sociedad de Comercio Exterior del Perú, Sociedad Nacional de Industrias, Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas del Perú y Cámara de Comercio de Lima) y con el organismo público "Sierra Exportadora", a fin de que éstos puedan identificar listados de PYMES que cumplan con determinados requisitos formales. Ello permitirá garantizar la idoneidad y seriedad de las mismas, además de que se encuentren interesadas en atraer socios estratégicos del exterior. Con esta información, la Cancillería podrá difundir el interés de las PYMES a través de sus Misiones Diplomáticas y Consulares.

The Ministry of Foreign Affairs, through its more than 120 Diplomatic and Consular Missions all



around the world promotes our export and tourist offer, and foreign investment in Peru as well. Guido Loayza, MFA Economic Promotion's General Director, declares about this keen task.

What actions is the Chancery carrying out to encourage economic promotion abroad?

The Ministry of Foreign Affairs of Peru has the State's representation in the international area through its more than 120 Diplomatic and Consular Missions all over the world promoting exports by identifying new markets and widening the existing ones, promoting our export offer, tourist attractions, and the great investment opportunities the country offers as well.

Among these actions, we are promoting commercial prospection missions in countries that might be attractive to our export offer, specially, in markets where there is no Commercial Office (OCEX), like in the cases of Hong Kong, Poland, Cuba, Honduras, Denver (USA), Utah (USA), among others. Likewise, we hold an active coordination with entrepreneurial institutions and unions in order to organize commercial events like the cases of Expoalimentaria, PerúModa, PeruGift Show, Expo Café, Mistura. Besides, we work coordinately

and offer support to paperwork done by our sanitary authorities to achieve access of Peruvian products to certain international markets like capsicums to the USA, and avocado to Mexico and China.

Regarding investments, among other actions, our Ministry coordinates permanently with the pertinent sectors policies and actions devoted to promote investments in the inner country. We participate in the negotiation and implementation of bilateral and multilateral international instruments to promote foreign investment in Peru like in the case of InPeru and Proinversion road shows.

What local institutions do you coordinate economic promotion tasks with?

The Ministry of Foreign Affairs is available to all those local institutions trying to promote exportation of Peruvian products, diffusing investment projects and the increase of the incoming flow of tourists to favor the economic development of the country and people's welfare.

At present, inter-institutional agreements with entities as PromPerú, Cámara de Comercio de Lima, Adex, Sierra Exportadora, Apega, and Universities like the case of San Ignacio de Loyola University,



Pacific University, and ESAN have been signed, emphasizing the academic sector.

In the area of investments this Chancery coordinates directly with the Ministry of Economy and Finances, the Ministry of Foreign Trade and Tourism, the Private Investment Promotion Agency, Proinversión, the Municipality of Lima Metropolitana and regional governments, the production of joint policies to attract foreign investment and the internalization of Peruvian investment.

How do you analyze the world economic moment and its repercussion in our country?

We are in a world where the countries' economy is interdependent, and where the facts affecting the region have an effect in a large or small way over the others. We cannot deny that the loss of acceleration of the Chinese growth, the slow European recovery from the economic crisis, and the drop of mineral prices have influenced the minor growing of our DGP despite the fact that it has been predicted that Peruvian economy will be one of Latin American economies that will grow more in 2015.

Nevertheless, we can say with satisfaction that during the last years, Peru has consolidated internationally its image of solid economy, with a sustained DGP increase, exchange rate stability, and low inflation rates.

The responsible economic policy that the country has maintained during different democratic governments and the stable legal framework with independent institutions has been a transparent and impartial guarantee on Peruvian legal system.

These are the conditions that give confidence to economic agents despite the lower growth that the country shows. Perú is still considered an attractive destination for investments because transactions can be done with lower risk and higher profit expectation.

One of the topics to highlight due to its relevance in the world economy is the promotion of tourism that is developing through our Embassies, Consulates, and Representations.

In this sense, we have a Presentations' Program about tourist promotion which is taught at schools and Universities (a presentation per trimester in a school or University with an audience of 200 people) with the goal of motivating and orientating them to know and visit the country. It has been considered that more than one hundred thousand potential visitors to our country will contribute to the expansion of this important national sector.

The public private association MRE-EY carried out during your administration works pretty well. Are there others on their way that will be implemented during this year?

We are very satisfied with the result that the Strategic Alliance that we have established with EY is showing which is a demonstration of the synergy that can be achieved between the government and the private sector to favor the country's interests. We consider that joined work with private institutions is very important in the economic promotion task of Perú abroad. For that reason this Chancery undertook in July 2014, an initiative

that tries to promote and potentiate the development and internalization of the country's small and medium companies (PYMES) based on the attraction of foreign investment through associations or capital investment and/or technological transference for their development spreading out their export offer as well.

For this purpose, Inter-institutional Cooperation Agreements with the main entrepreneurial unions of the country (Asociación de Exportadores, Sociedad de Comercio Exterior del Perú, Sociedad Nacional de Industrias, Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas del Perú, y Cámara de Comercio de Lima) and the public organism "Sierra Exportadora" were signed last November 17 so they can identify lists of PYMES complying with certain formal requirements. This will guarantee the suitability and seriousness of them, and their interest to attract strategic partners from abroad. With this information the Chancery will be able to spread out the interest of PYMES through its Diplomatic and Consular Missions.



La Colonial

FABRICA DE HILOS S.A.

Hilamos Calidad desde 1945









Fabricamos Hilados de Algodón Tangüis y Pima

► **Mezclas con:**
Baby Alpaca - Tencel - Viscosa - Lino Modal - Acrílico - Bamboo - Polyester.

► **Hilados:**
Cardados - Peinados - Retorcidos Gaseados - Mercerizados - Teñidos.

- HEATHER
- MELANGE
- TRIBLEND
- FANTASÍAS



Av. Argentina 4151 - Callao - Perú
Telf.: (51-1) 613-0200
ventas@colonial.com.pe • www.colonial.com.pe



iacolonia



Turismo, servicios y despegue

Tourism, Services, and Take-off

Propuestas para potenciar el sector turístico del Perú.

Proposals to potentiate tourism in Peru.



Tibisay Monsalve

El turismo es una de las industrias más sostenibles para obtener beneficios. En ese sentido, el Perú posee una gran cantidad de atractivos que lo hacen un destino interesante como país. Sin embargo, necesita potenciar ciertas áreas para alcanzar un pleno desarrollo.

Tibisay Monsalve, gerente general de la Sociedad Hoteles del Perú, ex-

plicó que una de las ventajas del país es el número de atractivos turísticos. No obstante, tiene como desventaja la casi nula existencia de una conciencia turística en sus autoridades y en su población, referente a otras regiones latinoamericanas.

“Por cada pueblo se tiene un atractivo turístico. Pero en vez de repotenciarlo,

de ponerlo en valor, las autoridades se dedican a construir estadios para jugar fútbol. Lo que se necesita es implementar verdaderos recursos turísticos para utilizarlos a favor de la población”.

Respecto al desarrollo de la cultura turística, dijo que es una tarea que debe trabajar el gobierno de manera permanente. “Antes hubo algunos videos que se transmitían por los medios, pero se hicieron unas pocas semanas”.

Víctor Gorga, gerente general del Grupo Inmark de España, aseguró que una de las maneras para potenciar el turismo es consolidar y unificar sus atracciones para fijarlas en la mente de las personas.

“Perú tiene que buscar su puesto frente a competidores regionales consolidados desde hace muchos años. Para competir hay que tener una posición única en la mente del consumidor y Perú la tiene. La propuesta de valor de la Marca País ha sido un gran coadyuvante para promocionar y sustentar la reputación del país frente a los mercados”.

Asimismo, destacó la importancia de la promoción, la planificación de nuevas rutas y el control de precios de transporte en el desarrollo turístico. “Perú es un destino especializado, de nicho, lo que permite afinar la promoción y comunicación para acceder a sus públicos naturales, más dispuestos a pagar un plus por lo que ofrece; un esfuerzo de planificación, para desarrollar e impulsar una potente oferta alternativa o complementaria a Machu Picchu; y una política para facilitar la accesibilidad en temporada alta, ampliando rutas, plazas o frecuencias y favoreciendo la competencia para controlar los precios de los pasajes, comparativamente elevados respecto de otros destinos competidores”.



Mejorando Machu Picchu

Muchos expertos han recomendado limitar las visitas al santuario de Machu Picchu, debido a que la sobre explotación turística pone en peligro su integridad patrimonial.

Monsalve opinó que no se puede aumentar de flujo turístico en lugares sin control como Machu Picchu. Juzgó conveniente que las visitas deben restringirse hasta que no se las haya planificado al dedillo.

“Lamentablemente, acá ningún recurso tiene un manual de uso, ni señalización, ni circuitos. Entrás a Machu Picchu o a la fortaleza de Chan Chan y se ve que todos hacen lo que les da la gana; van a la derecha, a la izquierda. Habría que manejar la capacidad de carga por turnos”.

En tanto, Gorga consideró que pese a que el santuario inca recibe “casi los mismos visitantes que la Grotta Azzurra en Capri y está muy lejos de los 2.5 millones de visitantes al año del Taj

Mahal, la Alhambra de Granada, Giza o Pompeya”, sí existen formas de explotarlo sustentablemente siempre y cuando se controlen variables claves.

“El problema de Machu Picchu es que no hay recorridos trazados, cupos definidos, gestión de entradas, supervisión y vigilancia, instalaciones complementarias, accesos adecuados, alternativas de visita (por ejemplo, la Alhambra y las cataratas de Iguazú se visitan también de noche, esta última a la luz de la luna). No hay un debate serio porque hay muchos intereses en juego”, puntualizó Gorga.

Cuestión de orden y calidad

Sin capacidad logística ni orden es muy difícil avanzar en el sector. Monsalve explicó: “No se ha construido la segunda pista en el aeropuerto Jorge Chávez, y cuando hay eventos de Estado, no hay espacio donde estacionar los aviones de los líderes de Estado visitantes (...) tampoco tenemos autopistas por las cuales trasladarnos con facilidad a un destino turístico sin que compitamos contra los camiones de mercancías”.

En cuanto a la calidad, Gorga afirmó que el servicio debe orientarse hacia el cliente, es decir, “estudiar sus necesidades y un proceso de transformación cultural que implica constancia, convencimiento y supervisión”. Reveló también, que un destino de calidad percibe “tres veces más ingresos y multiplica por cuatro el empleo cualificado”.

Tourism is one of the most sustainable industries to gain benefits. In this sense, Peru possesses a great amount of attractions which make it an interesting destination as a country. Nevertheless it needs to potentiate certain areas to achieve comprehensive development.

Tibisay Monsalve, General Manager to the Society of Hotels of Peru, explained that one of the country's advantages is the number of tourist attractions. Though, its disadvantage is the almost no existence of tourist consciousness among the authorities and population compared to other Latin American regions.

“There is a tourist attraction for each





town. Instead of potentiating it, put it in value, authorities devote themselves to build stadiums to play soccer. What is needed is to implement real tourist resources to favor the population”.

Regarding the development of tourist culture, she said that this is a task that the government has to carry out permanently. “We had some videos that were broadcasted by the media, but just for a few weeks”.

Victor Gorga, General Manager to Inmark Group from Spain, assured that one of the ways to potentiate tourism is to consolidate and unify its attractions to fix them on people’s minds.

“Peru has to find a place among regional competitors which have been consolidated for many years. To compete we must have a unique position in consumers’ minds, and Peru has achieved this. The value proposal of Marca País has been a

great contributor to promote and sustain the country’s reputation in the markets”.

Likewise, he remarked the importance of promotion, new routes’ planning, and transportation fares control in the development of tourism. “Peru is a specialized niche destination, what allows fine tuning promotion and communication to get to its natural public ready to pay a plus for what is offered; a planning effort to develop and impulse a potent alternative offer complementing what Machu Picchu offers; and a policy to facilitate accessibility during the high season, widening routes, spots, and frequencies favoring competition to control transportation fares, comparatively expensive compared to other competitors’ destinations”.

Improving Machu Picchu

Many experts have recommended limiting the visits to Machu Picchu sanctuary due to the tourist over ex-

ploitation that puts in danger its patrimonial integrity.

Monsalve said that the tourist flow cannot be increased at places without control like Machu Picchu. He said it was convenient to restrict visits until they have been thoroughly planned.

Unfortunately, no resource has a user’s manual here, no signing, and no circuits. You enter Machu Picchu or Chan Chan fortress and you can see that people do what they want; they go right or left. We should manage the load capacity by shifts”.

Meanwhile, Gorga considers that despite the fact that the inca sanctuary receives “the same amount of visitors the Grotta Azzurra in Capri does, it is far away from the 2.5 million visitors by year that the Taj Mahal, the Granada’s Alhambra, Giza, or Pompeii receive,” there are forms to sustainably exploit it if key variables are controlled.

“The problem with Machu Picchu is that there are not routed walks, defined capacity, tickets’ management, supervision and vigilance, complementary installations, suitable entrances, visits’ alternatives (for example, the Alhambra and Iguazu Falls can also be visited at night, this last one during moonlight). There is no serious debate because there are many interests at stake”. Gorga pointed out.

A matter of order and quality

Without logistical capacity or order it is very difficult to move on in the sector, Monsalve explained, “The second landing strip at Jorge Chavez Airport has not been constructed, and when there are official events, there is no space to park the airplanes of those State leaders visiting the country (...) we do not have freeways to circulate easily to a tourist destination without competing against cargo trucks either”.

Regarding quality, Gorga affirmed that the service should be oriented towards the customer, in other words, “studying their needs and a process of cultural transformation implying perseverance, persuasion, and supervision”. He also revealed that a quality destination receives “three times more incomes and multiplies by four qualified labor”.

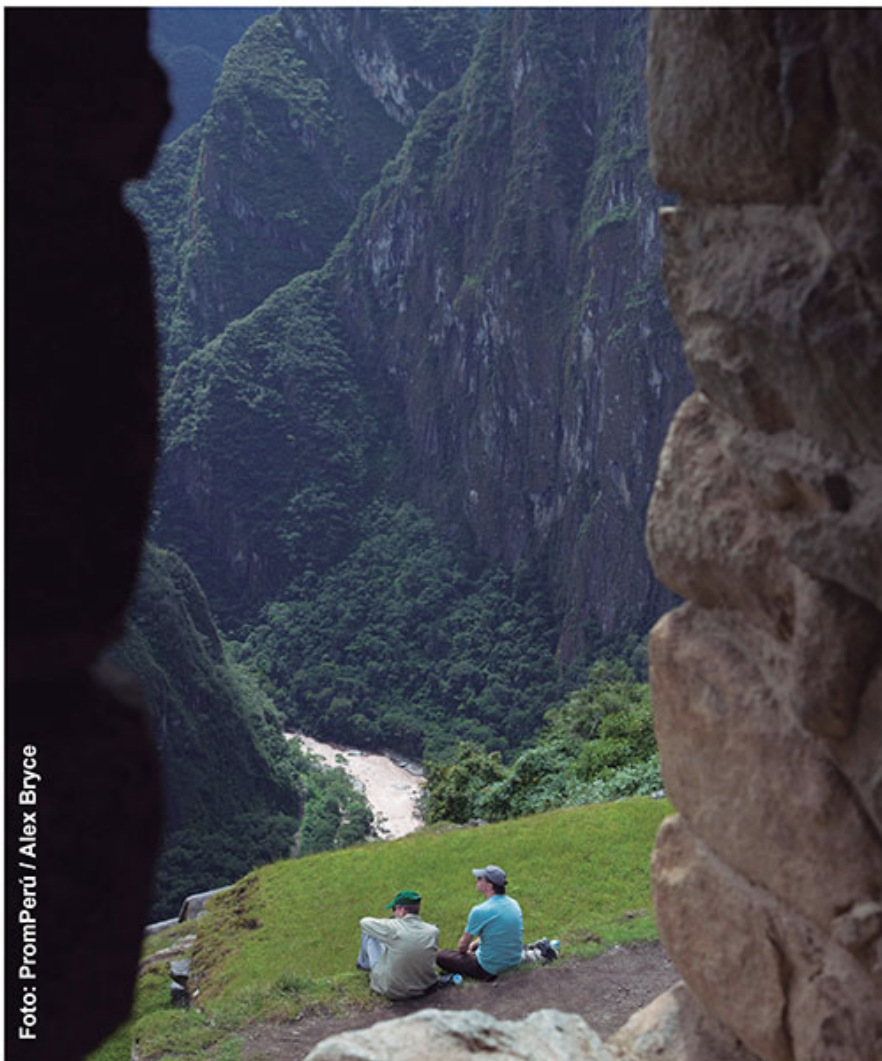


Foto: PromPerú / Alex Bryce

SOMOS PUCP,

SOMOS INNOVACIÓN ACADÉMICA

La **Pontificia Universidad Católica del Perú** inauguró el más moderno ecosistema educativo del país que integra ambientes de estudio con espacios de socialización y áreas verdes. En el nuevo **Complejo de Innovación Académica**, las estrategias de aprendizaje e investigación impulsarán el trabajo colaborativo y activo de la comunidad universitaria.





Japón: oportunidad de negocios

Japan: Business opportunity

Potencial del Perú para exportar productos agroindustriales al país del sol naciente.

Peru's potential for exporting farming produce to the country of the rising sun.



Japón es el país asiático con el cual mantenemos la relación comercial más antigua. Por tradición hemos importado bienes de capital como electrodomésticos de las empresas Sony o Seiko; en tanto, hemos exportado productos primarios, sobre todo mineros, como el zinc y el tungsteno.

Aunque hoy en día, Japón siga siendo, según el INEI, el quinto país en recibir nuestros productos tradicionales; en los últimos 20 años se ha abierto nuevos mercados gracias al desarrollo de la agroindustria, uno de los sectores actualmente más favorecidos para realizar negocios con ese país asiático.

Si bien, estos productos no tradicionales comportan poco valor agregado, se configuran como una importante oportunidad

industrial en el mediano plazo. Y el ligero aumento de esas exportaciones durante el 2014 alentó las expectativas. El embajador del Perú en Japón, Elard Escala, aseguró que incrementar ese tipo de envíos es el objetivo de esa misión diplomática.

“Se han diseñado diversas estrategias de promoción dirigidas al mercado japonés, desde participación en ferias especializadas como Perú Moda y Expoalimentaria, hasta misiones comerciales de compradores peruanos a Japón y viceversa”, afirmó. También dijo que se han organizado diferentes reuniones empresariales y eventos especializados en la Embajada para promocionar tejidos de alpaca, algodón pima, entre otros productos.

Aseguró que serán 3 sectores los que prosperarán este año: los alimentos de origen

vegetal (mango, espárrago, banano orgánico, palta fresca, cacao, café, quinua, chia, aguaymanto, chicha morada, maca, camu camu, lúcuma y chirimoya); los alimentos de origen acuícola (pota, huevos de pez volador, y recientemente los locos y el erizo de mar); y los productos textiles (lana de alpaca, algodón pima de fibra extra larga).

Mercado cinco estrellas

Japón es un mercado muy exigente. “Es un mercado cinco estrellas”, afirma el catedrático de la Universidad de Lima, Javier Zúñiga. De acuerdo con él, “el sector agroindustrial tendrá oportunidades con la quinua, en tanto que Japón se ha convertido en el cuarto comprador más importante de quinua del país”.

Indicó además, que hoy es más fácil exportar a Japón que hace 20 años. Y de



esta manera recomendó a quien quiera exportar a ese mercado: “Debe hacerlo sabiendo que el producto debe ser de altísima calidad y que debe contar con todas las acreditaciones, ya que a diferencia de otros seres humanos del Asia, los japoneses son gente muy ordenada, que se fija mucho en la calidad del producto como en la perfecta presentación de este (...) el precio no tendrá tanta relevancia como la calidad y el empaque”, expresó.

Foodex Japón 2015

Entre el 3 y el 6 de marzo se realizó una de las ferias de la agroindustria más importantes del mundo: Foodex Japón. Asimismo, representado por 19 empresas, una de las novedades exhibidas por Perú, fue la cerveza de quinua.

“La meta fue lograr contactos de alta calidad entre compradores japoneses y vendedores peruanos que permitan la concreción de negocios en el corto, mediano y largo plazo”, afirmó Escala. Finalmente, estimó que en términos monetarios, las negociaciones podrían haber superado los US\$ 4 millones en el transcurso de un año.

We keep the most ancient commercial relationship with Japan, an Asian country. By tradition we have imported capital assets like home appliances from Sony or Seiko companies; in the meantime, we have mainly exported to this country primary products as minerals like zinc and tungsten.

Even though these days, Japan remains, according to INEI, the fifth country to receive our traditional products, in the last twenty years new markets have opened their doors thanks to farming development, one of the most favored sectors to do business with the Asian country.

Although these non-traditional products imply little added value, they represent an important industrial opportunity in the medium term. And the light increase of these exports during 2014 encouraged expectations. The Peruvian Ambassador to Japan, Elard Escala, assured that increasing this kind of shipments is the objective of this diplomatic mission.

“Diverse promotion strategies have been designed towards the Japanese market from participating in specialized fairs like Perú Moda and Expoalimentaria, to commercial missions of Peruvian buyers in Japan and vice versa”, the Ambassador affirmed. He also said that different entrepreneurial meetings and specialized events at the Embassy were organized to promote alpaca and pima cotton fabrics among other products.

He assured that three were the sectors that will progress this year: vegetables (mangoes, asparagus, organic bananas, fresh avocado, cocoa, coffee, quinoa, Cape gooseberry, chicha dwelling, maca, camucamu, lucuma, and cherimoya); seafood (cuttlefish, flying fish eggs, and more recently locos and sea urchin); and textiles (alpaca wool, pima cotton extra-long fiber).

Five Stars Market

Japan is a very demanding market. “It is a five stars market”, Universidad de Lima’s professor, Javier Zúñiga affirms. According to him, “the farming sector will have opportunities with quinoa since Japan has become the fourth most important quinoa’s buyer of the country”.

He also pointed out that today it is easier to export to Japan than twenty years ago. Regarding this, he recommended to anyone who is interested in exporting to this market: “He must do it knowing that the product has to be of the highest quality with all kind of accreditations because Japanese people are different from other people in Asia, they are very organized paying attention to the product’s quality including their perfect presentation (...) the price is not as important as the quality and packing”, he said.

Foodex Japan 2015

From March 3th to the 6th one of the most important farming fairs in the world took place: Foodex Japan. Likewise, represented by nineteen companies, one of the novelties exhibited by Peru was quinoa beer.

“The goal was to make high quality contacts between Japanese buyers and Peruvian sellers to allow the concretion of businesses in the short, medium, and long term”, “Eland Escala stated. Finally, he estimated that in monetary terms, businesses could have exceeded four million American dollars in a year.





Fibra apreciada

La gran estrategia de los pequeños alpaqueros.

Encarar el competitivo mercado internacional requiere de buenas estrategias como a las que recurrieron más de dos mil alpaqueros del sur peruano al conformar el consorcio Calpex – Cecoalp, a fin de lograr la exportación de fibra de alpaca con destino a Italia.

En 2013, año que fue constituido oficialmente el consorcio, Cecoalp era una asociación con 20 años de experiencia en la producción y comercialización de fibra de alpaca. Junto con la novel Calpex -asociación creada en 2013 por pequeños productores de organizaciones base de Puno- lograrían incrementar la oferta de su producción individual de alpaqueros provenientes de Puno, Cusco y Ayacucho.

Marcelino Ramos, presidente de Calpex-Cecoalp, explicó el porqué del consorcio: “Teníamos el interés de organizarnos para comenzar a exportar y buscar mejores precios por nuestros productos”; en tanto que Juan Portada, gerente de Calpex, dijo: “Teníamos que unirnos puesto que las organizaciones base por sí mismas no podían producir lo suficiente para satisfacer la demanda de los empresarios italianos”.

Exportando a Italia

Gracias a un crédito de Agrobanco y a través de un programa de cooperación del Instituto Sindical de Cooperación al Desarrollo (Iscos por su sigla en italiano), los empresarios peruanos fueron presentados a los empresarios integrantes del Sindicato de Trabajadores Textiles de la Industria italiana de las regiones de Emilia-Romagna, Piamonte y La Toscana, interesados en la fibra de alpaca.

De acuerdo con César López, gerente de Cecoalp, la labor de Iscos consistió en proporcionales un mercado en Italia y garantizarle el pago por su producto. “Iscos es una ONG italiana que



Alpaca Huacaya

nos apoyó en la exportación en forma conjunta y en la búsqueda de un mercado”, remarcó.

El primer envío de Calpex - Cecoalp al país europeo se realizó en 2014 con un total de 28 mil toneladas métricas (TM). Ramos precisó que de ese total, 18 mil TM fue de fibra de

alpaca Huacaya y 10 mil TM de fibra de alpaca Suri. Detalló, también, que la producción anual para el mercado nacional es de 100 mil TM de fibra de alpaca Huacaya y 40 mil TM de fibra de alpaca Suri.

López, refirió igualmente, que el anhelo de los alpaqueros asociados es adquirir más adelante maquinaria que les permitiría producir tops, un producto de mejor calidad y valor agregado que obtiene mejores precios.

No todos son alpaqueros

Pese a que la fibra de alpaca es muy estimada en los mercados nacionales e internacionales por su calidad, el subsector de los pequeños alpaqueros no está bajo la protección de una política gubernamental que los favorezca, según informó Ramos. Además del bajo precio que reciben en muchos casos por sus productos, existen grupos comerciales intermediarios que con tan solo adquirir la fibra se autodefinen como asociaciones o cooperativas de alpaqueros y reciben ayuda del Estado.

“Se aprovechan de los pequeños alpaqueros (...) a nosotros no nos llega apoyo y si nos llega es en un mínimo porcentaje; el mayor porcentaje se lo llevan otras asociaciones intermediarias que están relacionadas con el Ministerio de Agricultura o con el Ministerio de la Producción”, enfatizó Ramos.



Alpaca Suri



La alta calidad de los textiles, confecciones, artesanías, joyería, calzado, artículos de regalo y decoración cautivarán la atención de los más de doce mil visitantes entre nacionales y extranjeros que se harán presentes en la próxima edición de Perú Moda y Perú Gift Show 2015, ferias organizadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur, a través de PromPerú anunció la Ministra Magali Silva Velarde-Álvarez.

“Para esta edición hemos puesto en marcha una nueva estrategia de posicionamiento de nuestra oferta exportable. Por ejemplo, entre las acciones a destacar tenemos un nuevo impulso para promocionar la marca Alpaca Perú”, señaló la Ministra Silva.

La titular del sector informó que los eventos se realizarán en dos fechas. En la primera de ellas, el 16 de abril, se desarrollará una macrorrueda de negocios con la participación de 100 compradores de diversas partes del mundo. Asimismo, se realizará el desfile de la reconocida marca italiana Max Mara, con el lanzamiento de una colección de prendas elaboradas con alpaca.

“Max Mara es una de las casas de moda más reconocidas a nivel mundial y engalana la pasarela de Perú Moda con la presentación de abrigos y prendas, confeccionados en alpaca, de sus colecciones otoño-invierno de los últimos años. Las piezas serán apreciadas por cientos de compradores internacionales y expertos de la moda, quienes podrán comprobar cuán versátil y elegante es la fibra de este camélido andino”, manifestó Silva.

Al respecto, precisó que se ha logrado gestionar la presentación en Lima de 25 abrigos de alpaca seleccionados de los archivos de la casa de diseño Max Mara & Co, y diseñará un abrigo de alpaca ad hoc para la presentación en Perú.

Cabe mencionar que esta empresa se creó en 1951, dedicada en un inicio a la alta costura, para luego pasar a producir prendas para un público femenino más diverso. Max Mara se caracteriza



Pasarela de lujo

Novedades en Perú Moda y Perú Gift Show 2015.

por su elegancia, con sus claras líneas, su gusto clásico y su corte de primera categoría.

Perú Moda y Perú Gift Show

En la segunda fecha, del 27 al 29 de mayo, se realizarán la exhibición comercial, el concurso de Jóvenes Creadores y las pasarelas Perú Moda en donde reconocidos diseñadores y marcas nacionales harán sinergias presentando colecciones novedosas.

“Perú Moda y Perú Gift Show se han convertido, hoy por hoy, en las mejores plataformas para establecer relaciones comerciales entre las principales compañías importadoras del mundo y las empresas peruanas de la industria textil, de confecciones y de la decoración”, dijo.

Perú Moda es uno de los eventos más importantes de América Latina especializado en confecciones, accesorios, calzado y joyería. “Es un referente de la moda en todo el contexto de la palabra, mostrándose no solo como una pasarela, sino como una importante zona ferial y de exhibición, una gran fuente de contactos comerciales y una potente vitrina internacional para generar negocios”, agregó Silva.

Por su parte, Perú Gift Show es la feria más importante en el rubro de artículos de regalo y decoración. El evento crece año a año y es considerada una de las principales herramientas para la difusión y promoción comercial del sector.



Carlos Herrera

Escenario propicio

Propitious Scenario

Oportunidades para la inversión privada en el Perú. | *Private Investment Opportunities in Perú.*

Existen cuatro factores básicos que constituyen un ambiente propicio para la inversión en el Perú: la seguridad macroeconómica, el clima favorable, la política de integración comercial y el crecimiento económico de los últimos años. A pesar de la desaceleración ocurrida en el 2014, se estima que este año se conseguirá un incremento mayor al 4% y se alcanzarán tasas de 5,6% anual. A raíz de ello, el Dr. Carlos Herrera, Director Ejecutivo de ProInversión (Agencia de Promoción de Inversión del Perú), expuso las oportunidades de inversión en el país.

Inversión extranjera

El crecimiento en materia de exporta-

ciones debido a los tratados de libre comercio, ha permitido a Perú consolidarse en mercados internacionales. Se ha establecido un régimen de protección a la inversión, reduciendo los aranceles promedio de 16% a 3% y el arancel efectivo a 1%. Del mismo modo, se ha establecido un marco legal favorable para la inversión extranjera.

“El inversionista extranjero recibe el mismo trato que el inversionista peruano. La política económica es estable, hay un acceso sin restricción a la mayoría de los sectores económicos, y hay libertad de movimiento de capitales. Las utilidades se manejan muy libremente, previo pago

de los impuestos correspondientes, y tenemos algunos regímenes especiales que garantizan la estabilidad de normas básicas para las inversiones”, señaló Herrera.

Dentro de los potenciales sectores para desarrollar la inversión extranjera, se encuentran: generación y distribución de energía, hidrocarburos (gas natural e industria petroquímica), pesca (maricultura y acuicultura), turismo, forestal y sector textil. Para ello, es necesario fortalecer la base de infraestructura, calculada en más de 80 mil millones de dólares, motivo por el cual se promueve la participación de inversión privada.

“Nosotros buscamos una empresa o un consorcio de empresas que se encarguen del diseño final del proyecto, del financiamiento, de la construcción, de la operación y del mantenimiento durante un periodo de 20, 25 o 30 años, dependiendo de cada proyecto”, sostuvo el Director Ejecutivo de ProInversión.

Proyectos

Se tiene previsto el desarrollo de un servicio de transporte de monorriel para la ciudad de Arequipa en el sur del país y la rehabilitación de un ferrocarril en la zona andina. Dentro de la zona urbana de Lima, se plantea construir una vía periférica hasta el puerto del Callao; culminar el desarrollo de la carretera longitudinal que atraviesa el país de norte a sur. “Tal vez los proyectos más importantes están ligados al desarrollo del Sistema del Metro de Lima”, expresó Herrera.

De igual manera, se prepara un plan de desarrollo del sector de energía para el país, cuya matriz energética está compuesta principalmente por energía hidráulica y gas natural. Se espera construir centrales hidroeléctricas para abastecer el mercado nacional, por medio de la participación de empresas, con una inversión entre 1 250 y 3 000 millones de dólares para regenerar 1 200 MW.

“En el mes de agosto debemos estar adjudicando un proyecto para el desarrollo de la central térmica de Quillabamba, que funcionará a base de gas natural para generar 200 MW. La inversión está estimada en 180 millones de dólares”, explicó Herrera.



Linea 1 del Sistema del Metro de Lima.
Line 1 of Lima's Subway System.

Entre otros proyectos para la zona sur de Lima se encuentran obras hidráulicas que aseguren el abastecimiento de agua; así como una planta de almacenamiento y distribución de gas licuado de petróleo. Mientras que, en materia de salud se hallan 3 complejos hospitalarios en Lima, Huaraz y Piura, respectivamente.

There are four basic factors which make a positive environment for investment in Perú: Macroeconomic security, favorable weather, commercial integrity policy, and the economic growth during the last years. Despite the loss of acceleration in 2014, it is estimated that we will get an increase higher than 4% and that 5, 6 annual rates will be achieved. For this reason, Dr. Carlos Herrera, Executive Director to ProInversión (Perú's Investment Promotion Agency) presented the country's investment opportunities.

Foreign Investment

Export growth due to free trade agreements has allowed Perú's consolidation in international markets. An Investment protection set of rules has been established, reducing the average tariff from 16% to 3%, and the effective duty to 1%. Just the same, a favorable foreign investment legal framework has been set up.

"The foreign investor receives the same treatment the Peruvian one does. The economic policy is stable, there is an access with no restrictions to the majority of economic sectors, and there is freedom to move capitals. The profits are handled

very freely, previous tax payments, and we have some special regimes to guarantee the stability of basic rules for investments", Herrera pointed out.

Among the potential sectors to develop foreign investment we have: Generation and distribution of energy, hydrocarbons (natural gas and petrochemical industry), fishery (mariculture and aquaculture), tourism, forestry, and textiles. To this aim, it is necessary to reinforce the basic infrastructure estimated in more than eighty thousand million dollars, reason why the foreign investment is promoted.

"We are looking for a company or a companies' consortium to undertake the project's final design, financing, construction, operation, and maintenance during a 20, 25, or 30 year's pe-

riod", the Executive Director to ProInversión affirmed.

Projects

It has been planned the development of a monorail transport service for Arequipa city in the country's south, and a railroad's rehabilitation in the Andean area. Within Lima's urban area, a peripheral way to Callao's port, finalizing the longitudinal highway that crosses the country from north to south. "Perhaps the most important products are linked to the development of Lima's metro system", Herrera said.

Just the same development plans in the country's energy sector, which energy matrix is mainly composed by hydraulic energy and gas natural, are being prepared. The construction of hydraulic centrals to provide of electricity to the local market through the participation of companies with an investment between 1 250 and 3 000 million dollars to regenerate 1 200 MW is expected.

In August we should be allocating a project for the development of Quillabamba's thermic central which will operate with natural gas to generate 200 MW. The investment is around 180 million dollars", Herrera explained.

Among other projects for the southern part of the country we have hydraulic works to assure water supply and a petroleum's liquefy gas storage and distribution plant. Meanwhile, in the health field there are three hospital complexes in Lima, Huaraz, and Piura respectively.



Gao Jinbao y Guido Loayza acompañan a Carlos Herrera luego de su presentación en ADEX.

Gao Jinbao and Guido Loayza walk with Carlos Herrera after his presentation at ADEX.



Potencial hidrocarburífero

Guía para la Inversión en Gas y Petróleo en el Perú.



Beatriz De la Vega

El Perú tiene una larga tradición como país productor de hidrocarburos y, en años recientes, el gran proyecto de Camisea se viene constituyendo como una de las más importantes reservas de gas de la región. Siguiendo ese derrotero, el país se encuentra en una posición expectante, por su atractivo y potencial, debido a las 18 cuencas petrolíferas no exploradas, la licitación de nuevos lotes, la infraestructura de gasoductos y refinerías, entre otros. Precisamente estos aspectos son destacados en la “Guía para la Inversión en Gas y Petróleo en el Perú 2015/2016”, elaborado por EY Perú con el apoyo de Perupetro y el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Información detallada

La segunda edición de la guía ha sido editada en inglés y reúne información

de la estructura política del Perú, cifras de producción y exportación de hidrocarburos, potencial de crecimiento, y futuras tendencias de la industria de gas y petróleo en el país; detalles sobre las normas que rigen la inversión, así como requisitos legales, fiscales y regulatorios para operar en el sector de hidrocarburos peruano.

Para Beatriz De la Vega, socia de EY Perú y especialista del sector, en un contexto de precios bajos en el mercado internacional del petróleo, no debe creerse que se deben paralizar las inversiones en el país por lo que lanzar esta publicación llega en un momento oportuno.

“Lo que interesa es mirar cual es el resultado económico del proyecto a lo largo de 30 y 40 años, porque de acuer-

do a la ley orgánica de hidrocarburos un proyecto de extracción petrolera puede durar 30 años y de gas 40 años. Entonces dicho esto, es un momento que debería considerarse propicio para lanzar una publicación como esta”, apunta De la Vega.

La experta agrega que en esta edición se han incluido temas adicionales que interesan a los inversionistas. “Por ejemplo hay una descripción más detallada de los temas como el de la consulta previa que involucra a asuntos medio ambientales, temas de transparencia, donde nos ponemos en vitrina diciendo de que el Perú ha tomado medidas anticorrupción, que es muy importante en el momento de invertir en el país. Hay además una descripción del rol de Petroperú actualmente y cuáles son las tendencias de qué es lo que queremos obtener con el desarrollo del tema energético”.

Recursos ingentes

En el capítulo del entorno del sector hidrocarburos, se presenta las cuencas sedimentarias que existen en el Perú con posibilidades de exploración y se destacan 18 cuencas de las cuales 10 están en el territorio peruano (onshore) y las otras 8 están en el mar (offshore). Al respecto, De la Vega señala que incluso 15 de ellas aún no son exploradas como corresponden.

“Potencialmente hablando tenemos recursos, lo que falta es atraer inversión, inversionistas con tecnología de punta, que nos permitan realmente medir y cuantificar este potencial hidrocarburífero para cumplir también con nuestros objetivos de demanda hacia el futuro. Así es como, en diciembre del 2014 el Ministerio de Energía y Minas publicó el documento Plan Energético Nacional 2014-2025, que plantea una serie de objetivos, como orientar al país hacia un abastecimiento energético competitivo y desarrollar los recursos de manera sostenible”, subraya la socia de EY Perú.



Por: Pedro Gamio Aita*



La eficiencia energética es otra brecha a corregir.

Desafío energético

Apuntes sobre el plan de energía del Perú.

No resulta muy convincente mantener la dependencia a los combustibles fósiles y que se diga en el plan 2014-2025 que seguirá siendo determinante al 2025. La contribución de los hidrocarburos alcanza el 80%, reducir sólo 5% en 10 años es tener una meta poco ambiciosa.

El crecimiento económico y la propia competitividad del país exigen esfuerzos para promover el uso de las energías renovables y masificar más el consumo de gas natural, donde es más eficiente sustituto. Se pueden usar más en el sector eléctrico, aumentando gradualmente la participación del agua, del viento, la energía solar, la biomasa y la geotermia. El gas natural se debe aprovechar más en transporte, en los hogares y la industria. Para ello, es necesario contar con Gasoductos, usar el Gas Natural Comprimido (GNC) y Gas Natural Licuefactado (GNL); de manera que nos permita ser autoabastecidos, cada día más, con un sector energético más limpio y disminuir las importaciones. Pero antes, necesitamos asegurar

las fuentes de abastecimiento del gas natural, con más reservas e infraestructura de transporte y distribución.

Se prevé que en el año 2025 la demanda de gas natural, que incluye el consumo final más lo requerido para la generación de electricidad y el desarrollo de la petroquímica a nivel nacional, ascenderá entre 1 900 millones de pies cúbicos día (MMPCD) a 2 400 MMPCD al 2025. Por tal motivo requerirá asegurar más reservas. La masificación del gas no solo a partir del desarrollo de los gasoductos, sino a través de su transporte por mar y tierra con GNL y el desarrollo de las redes de distribución en las principales ciudades del país. Hacer realidad el cabotaje con GNL.

El desarrollo de una política de eficiencia energética requiere la progresiva sustitución de la flota vehicular a gas natural, vehículos híbridos o eléctricos. Es urgente la ampliación del tren eléctrico y el uso de corredores de transporte masivo. Se puede reducir a la mitad el consumo de diésel.

El servicio de las distribuidoras estatales de electricidad en las regiones, requiere una urgente mejora, no se les permite reinvertir y asumir créditos más allá de un año. Debe abrirse las oportunidades para la participación privada mediante ofertas en bolsa y a través de asociaciones público privadas, que permitan contar con los capitales necesarios para garantizar el desarrollo de infraestructura de la transmisión secundaria y la mejor distribución de electricidad. Esta medida debe ser paralela a la implementación de prácticas de gobierno corporativo.

La eficiencia energética es otra brecha a corregir. La reducción del gasto y/o costos operativos se logra disminuyendo el consumo de electricidad y diésel, mediante el uso de tecnologías más eficientes tales como luminarias LEDs, termas solares, cocinas mejoradas a leña y el desarrollo de proyectos de cogeneración y la sustitución de calderos y motores eléctricos. Por otro lado, es urgente la aprobación de los Reglamentos de Etiquetado de Eficiencia Energética para los artefactos electrodomésticos, calentadores de agua, iluminación, motores eléctricos y calderos; y el establecimiento de estándares mínimos de eficiencia energética para los mismos.

Actualmente, se ha avanzado con el acuerdo y diseño de un enlace eléctrico en 500 kV con Ecuador, en adición al enlace de emergencias de 220 kV. Debe materializarse al menor plazo posible. Permitirá un intercambio permanente de los excedentes eléctricos en cada país, incluyendo Colombia, a precios de mercado muy competitivos. Además se ganará reserva técnica.

(* Ex Viceministro de Energía.



La gastronomía peruana, a pocos años de haber saltado a la palestra internacional, ha logrado éxitos que actualmente la hacen ser considerada una de las mejores a nivel mundial. Prueba de esto es la elección de Perú como “Mejor destino culinario del Mundo” en diciembre del 2014. Por tercer año consecutivo Perú obtenía este reconocimiento, superando a China, Francia, India, Italia, Japón, México, España, entre otros países.

El reconocido chef peruano y director de la Sociedad Peruana de Gastronomía (Apega), Adolfo Perret, afirma que estos logros se deben al “esfuerzo de todos aquellos que estamos involucrados dentro de la cadena productiva desde los agricultores hasta los cocineros”. Perret destaca que la gastronomía peruana ya ha conquistado exigentes paladares de diferentes partes del mundo. “España e Italia han sido grandes receptores de nuestra cocina. Inglaterra, Estados Unidos, Chile, Ecuador, Colombia, Venezuela, Bolivia y Argentina creo que han visto en nosotros no solo una buena oportunidad de negocio sino también un buen referente”.

Aspecto sanitario e inocuidad alimentaria

“La inocuidad alimentaria tiene que ser parte inherente de nuestro trabajo. Todo lo que tenemos que hacer es prevenir”, manifiesta Perret, quien considera que esta es una responsabilidad compartida entre los gremios gastronómicos, las instituciones gubernamentales, las universidades, entre otros.

Aquí, Perret señala lo conveniente que sería que todos los establecimientos de comida participen del programa “Restaurantes saludables” que lidera el Ministerio de Salud. “Es importante porque se beneficia el cliente y nos beneficiamos nosotros como empresarios. Los comensales tendrán confianza al llegar al restaurante y ver el certificado. Estamos alimentando a la gente y como tal tenemos una gran responsabilidad en ello”.

Gastronomía y turismo: el dúo perfecto
Perret tiene la firme convicción de que la gastronomía y el turismo son sectores



Adolfo Perret

Avanzada culinaria

Culinary Advance Party

Gastronomía peruana en fructífero crecimiento.

Peruvian Gastronomy growing fruitfully

que deben desarrollarse en conjunto y que unidos son potencialmente beneficiosos para el progreso del país. “La gastronomía siempre está ligada al turismo, ya sea al interno o al receptivo. Creo que con el esfuerzo de todos estamos logrando que el Perú se conozca más”.

Los ingredientes que posee la gastronomía peruana y la dedicación de los cocineros al momento de preparar los deliciosos platos son motivos para que el visitante, en este caso extranjero, se

vaya contento del Perú y al llegar a su país cuente de los manjares que saboreó. “Busquemos que digan que estar en el Perú fue una experiencia maravillosa”, dice Perret.

Mirando el futuro

Para el destacado chef “la gastronomía peruana ya marcó un hito y una pauta. Lo que se debe hacer ahora es cuidar nuestra cocina estando presentes en el exterior, mediante ferias, congresos y workshops, para que el Perú siga sien-



do un buen referente en gastronomía". También resaltó que es necesario aprovechar la coyuntura.

Los proyectos de hotelería que se iniciarán este 2015 y los siguientes años en Perú, serán una gran oportunidad para el sector gastronómico, así lo considera Perret. "Las cadenas hoteleras van a requerir mano de obra calificada y creo que en el Perú, las universidades, institutos y escuelas como Cenfutur, que están enseñando la carrera de gastronomía, lograrán satisfacer esos requerimientos".

Peruvian gastronomy, after a few years of coming to light internationally, has achieved success that at present makes it to be considered one of the best ones worldwide. Proof of this is the election of Peru as "Best Culinary Destination of the World" in December 2014. For a third consecutive year Peru has gotten this recognition overtaking China, France, India, Italy, Japan, Mexico, Spain, among other countries.

Adolfo Perret, well-known Peruvian chef and Gastronomy Peruvian Society's Chairman, says that these achievements are due to "the effort of all of us who are involved in the productive chain from farmers to cooks".

Perret points out that Peruvian gastronomy has conquered demanding tastes in different parts of the world. "Spain and Italy have been big receptors of our cuisine. England, the United States, Chile, Ecuador, Colombia, Venezuela, Bolivia, and Argentina have seen, I believe, not just a good business opportunity but also a good model".

Sanitary Aspect and Food innocuousness

"Food harmlessness has to be an inherent part of our job. All what we have to do is prevent", Perret remarks. He considers this a shared responsibility between gastronomic unions, Government institutions, Universities, among others.

Perret highlights how convenient it

would be the participation of all food establishments in the program "Healthy Restaurants" led by the Health Ministry. "It is important because it benefits the customer and us as entrepreneurs. Diners will have confidence to get to a restaurant and see the certificate. We are feeding people and we have a great responsibility doing so".

Gastronomy and tourism: the perfect pair

Perret has the firm conviction that gastronomy and tourism are sectors that should develop jointly because being united they are potentially beneficial to the country's progress. "Gastronomy is always linked to tourism, internal or receptive. I believe that with everybody's effort we are making Peru better known".

The ingredients of Peruvian gastronomy and cooks' devotion when preparing their delicious plates are reasons for the foreign visitors to leave the

country content and tell people in their own countries about the delicacies they have tasted. "Let's try them to say that being in Peru was a wonderful experience", Perret says.

Looking into the future

For this famous chef "Peruvian gastronomy has set a milestone and a guideline. What we have to do now is to take care of our cuisine showing up abroad through fairs, congress, and workshops to make Peru a good gastronomic standard". He also remarked that it is necessary to take advantage of the occasion.

The hospitality sector's projects that will set up in 2015 and the following years in Peru will be a great opportunity for the gastronomic sector, considers Perret. "Hotel chains are going to require qualified workforce and I think that in Peru, Universities, institutes, and schools like Cenfutur, which are teaching Gastronomy, will satisfy those requirements".





Las principales actividades económicas de la Región Junín son los servicios, la manufactura, la agricultura, el comercio, la minería y los transportes. Por otra parte, Junín posee un importante potencial turístico, aunque escasamente aprovechado por la carencia de una adecuada infraestructura. Ante ello, el actual presidente regional, Ángel Unchupaico se ha propuesto impulsar proyectos ambiciosos en beneficio de esta región en sectores como agroindustria, turismo e infraestructura vial.

Impulso al agro

Con el compromiso de promover la oferta exportable de la región, el Gobierno Regional de Junín (GRJ) en alianza estratégica con la Cámara de Comercio de Huancayo, PromPerú y Sierra Exportadora, recientemente dio a conocer la idea de construir la "Marca Junín", la cual se lanzará oficialmente en un mes en Lima, donde se espera la participación de unos 40 productores que tendrán este sello de calidad.

Unchupaico, comentó que con la "Marca Junín" se busca que los productores de la zona lleguen a tener un estándar de calidad de exportación. "Muchos de nuestros productos ya están en el mercado global, sin embargo queremos que por lo menos unos 30 productos puedan tener la calidad certificada de la Marca Junín, pues de los tantos que exportan solo dos tienen la certificación de la marca. En los próximos cuatro años si logramos certificar productos de calidad en sierra y selva, podría enriquecer los supermercados y toda la gente de Lima podría buscar un producto bueno y barato con el sello Marca Junín para adquirirlo con total seguridad".

A la vez, destacó que los productos de la región que tienen un gran potencial exportador son los lácteos, la alcachofa, el aguaymanto, la maca, el café, el cacao, entre otros.

Como otra muestra de que su gestión le dará un especial impulso al desarrollo agrario, adelantó que asignará un fondo de 5 millones de soles para

Junín sostenible

Junin Sustainable

Cartera de proyectos priorizados en la región central.

Prioritized projects' portfolio of the Central region.



Ángel Unchupaico

la ejecución de pequeños proyectos productivos mediante la Ley Procompite. Precisamente en dos meses se presentarán los programas Procompite Mujer, Procompite Juvenil y Procompite Regional.

"La idea es iniciar esto y si nos va bien el próximo año aumentar a 10 o 20 millones, hacer que gradualmente la producción evolucione y más la

marca Junín, se produciría una cadena interesante de desarrollo económico", añadió.

Turismo e infraestructura

En cuánto a los proyectos turísticos que piensan desarrollar en la región, el presidente regional mencionó que tiene prioridad la puesta en valor del Complejo Arqueológico de Tunanmarca (Jauja) y el Parque Nacional Otishi (Satipo).



“Está en cartera la puesta en valor de las ruinas de Tunanmarca, es un paraje turístico arquitectónico legado de los incas y queremos que esto nos permita venderle mejor al Perú. Lo otro es trabajar mucho con la reserva natural de Otishi, esperamos superar las expectativas de visita, siempre van con avioneta solo turistas europeos, pero la gente del Perú no conoce su potencialidad turística. Ahora se está contemplando en los programas por los promotores turísticos, que le han puesto la mirada a Otishi y sus cataratas”, expresó Unchupaico.

Finalmente, remarcó que los proyectos de infraestructura vial de mayor envergadura en la región son la construcción del Túnel Trasadino Lima - Huancayo y de una carretera alterna que una a la región central con Lima. “Ambos proyectos bordean la cifra promedio de 3 mil millones de dólares de inversión. De esta manera se reduciría el déficit de infraestructura vial en el centro del país”.

The main economic activities of Junín Region are services, manufacturing, farming, trading, mining, and transportation. On the other hand, Junín possesses an important tourist potential, yet scarcely taken advantage of because of the absence of appropriate infrastructure. For this reason, the present Regional Chairman, Angel Unchupaico has decided to drive ambitious projects to benefit the region in sectors like agro-industry, tourism, and road infrastructure.

Promoting Farming

With the commitment to promote the region's export offer, Junín Regional Government (GRJ) in strategic alliance with Huancayo's Commerce Chamber, PromPerú, and Sierra Exportadora has recently introduced the idea to create the “Marca Junín” which will be officially launched in a month in Lima where the participation of about forty producers with this quality seal is expected.

Unchupaico commented that with the “Marca Junín” they are trying to make producers of the zone have an export quality standard. “Many of our products

are at present part of the global market; nevertheless, we want at least thirty of our products to have Junín brand certified quality because only two have the brand's certification today. In the next four years if we get to certify quality products in the highlands and jungle, we can enrich supermarkets, and Lima's people would be able to look for good and cheap products with the seal Marca Junín and buy them with total confidence”.

At the same time, he highlighted that the region's products with a great export potential are dairies, artichoke, aguaymanto, maca, coffee, and cocoa, among others.

As another proof that his administration will give special drive to farming development, he said that he is going to allocate a five million fund for the execution of small productive projects through the Procompite Law. Precisely, in two months the programs Procompite Mujer, Procompite Juvenil, and Procompite Regional will be introduced.

“The idea is to start this and if everything goes well increase ten or twenty million next year, to make production evolve gradually and make Junín's brand grow even more to produce an interesting economic development chain”, he added.

Tourism and Infrastructure

Regarding tourist projects that they plan to develop in the region, the Regional Chairman mentioned the priority given to value the Tunanmarca Archeological Complex in Jauja, and the Otishi National Park in Satipo.

“It has been planned to value the Tunanmarca ruins which are an architectural tourist spot, a legacy of the Incas, so we want this to help us sell Perú image best. The other plan is to work a lot in the Otishi natural reserve; we hope to exceed the visits' expectation. European tourists always go there in small planes, but the people from Perú do not know its tourist potential. At present, this is being considered in the programs organized by tourist promoters who

have fixed their eyes in Otishi and its waterfalls”, Unchupaico said.

Finally, he remarked that the region's largest road infrastructure projects are the construction of the Lima-Huancayo's TrasAndean Tunnel, and an alternative highway to connect the central region and Lima. “Both projects are an investment of around three thousand million dollars. This way, the road infrastructure deficit in the central part of the country will be reduced”.



Foto: PromPerú/Victor Villanueva



AFEET, turismo solidario

Asociación gremial fomenta la sostenibilidad turística y el desarrollo social.



Isabel Quiñones

La Asociación de Ejecutivas de Empresas de Turismo del Perú (AFEET), con sus 32 años de trayectoria, se consolida como la red de cooperación liderada por mujeres más importante del sector turístico de nuestro país.

Esta asociación gremial sin fines de lucro cuenta actualmente con 38 socias en Lima; 12 en Arequipa; y 14 en Cusco. Todas ellas laboran en el gremio turístico, sean estas propietarias o colaboradoras de agencias de viajes, hoteles, casas de artesanía, restaurantes o líneas aéreas. El espíritu que las une es de cooperar entre sí en el competitivo mundo del turismo, pero además, el de fomentar una cultura turística basada en el desarrollo social y sostenible.

AFEET Perú es una plataforma que brinda además, oportunidades de capacitación profesional; contactos a nivel turístico / comercial; uso de la sede ins-

titucional para reuniones y conferencias; talleres de integración y vinculación internacional a través de la Federación Internacional de Asociaciones de Ejecutivas de Empresas Turísticas (FIASEET).

Isabel Quiñones, presidenta de AFEET, opina que el turismo es un rubro de predominio femenino. Afirmo que las mujeres saben cómo combinar la calidez y la fuerza de su capacidad de trabajo. "La mujer tiene calidez, percepción y capacidad para vender sueños; los sabe vender muy bien y construye buenos negocios".

Punto aparte del profesionalismo, Quiñones asigna el éxito de AFEET a la camaradería que las une. "Sabemos que somos mujeres y siempre nos apoyamos unas a otras porque además de ser socias, somos amigas".

El horizonte

La sostenibilidad turística y el desarrollo

social son algunos de los aspectos que más se discuten entre las lideresas de la AFEET; la vigencia de estos activos en el sector constituye una labor desafiante.

La contaminación y la deforestación son un problema que genera gran preocupación, dice Quiñones. "Cada socia en la AFEET en su agencia instruye a cada turista para que actúe con responsabilidad y no destruya o degrade el patrimonio turístico, botando botellas o pintando paredes".

Quiñones lamenta a su vez, que el gobierno no actuó efectivamente en contra de la deforestación y la contaminación, y de todo aquello que amenace la sostenibilidad del turismo. "Es una pena que el gobierno no haga nada para tener un turismo sostenible y luchar contra la contaminación del lago Titicaca por dar un ejemplo (...) Perú tiene probablemente 10 veces más zonas ecológicas que Costa Rica, pero contrariamente, ellos lo saben conservar y lo tienen muy bien cuidado".

Por otra parte, sostuvo estar en contra de perturbar el equilibrio paisajístico con la construcción de estructuras inadecuadas con el entorno. "Se construyen hoteles muy altos, que ahora están apareciendo en Cusco, especialmente en Chincheros; la arquitectura tiene que guardar relación con el paisaje y nos preocupa que los alcaldes permitan que proliferen edificios de más de cuatro pisos en zonas que por sus condiciones paisajísticas no van".

Asimismo, la presidenta de la AFEET, informó que su asociación no trabaja con proveedores cuyos trabajadores estén laborando en condiciones de explotación. "No toleramos ningún tipo de explotación; también estamos comprometidas con la protección contra la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes", enfatiza Quiñones.



Juan Francisco Raffo

Mirada conjunta

Panorama de la relación económica entre Perú y Chile.

Perú y Chile son países vecinos con economías que comparten grandes lazos en común. En la actualidad, ambos estados son miembros del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) y la Alianza del Pacífico, bloque comercial de ámbito subregional, lo que confirma que para ser parte del mercado mundial es necesario seguir estrategias que integren mercados, y no los separen. Todo apunta a ese objetivo.

Juan Francisco Raffo, presidente del Consejo Empresarial Peruano Chileno, entidad que tiene 10 años de creación, dio alcances de la relación económica entre ambos países.

Pilares económicos

En el ámbito comercial, en los últimos diez años se destaca el incremento de las importaciones y exportaciones entre Perú y Chile, en comparación con otros países. De 1993 a 2013, el crecimiento promedio anual fue de 16.23%, lo que coincide con la entrada en vigencia del Acuerdo de Complementación Económica (ACE), en 1998, y el Acuerdo de Libre Comercio, en 2009.

Otro ámbito es el de la inversión, pues el movimiento de capitales privados entre ambas economías alcanza los US\$ 21 000 millones. A diciembre del 2013, la presencia de capital chileno en el Perú ascendió a US\$ 14 000 millones, mientras que las

inversiones peruanas en Chile sumaron los US\$ 7 000 millones.

Cabe destacar que el Perú es el cuarto destino de la inversión directa de capitales chilenos en el extranjero. En el año 2011, se produjo el mayor número de inversiones, estas alcanzaron los US\$ 2 079 millones. “Las cifras lo dicen todo, el crecimiento ha sido de 16.8% anual, lo cual es muy importante y difícil de lograr”, afirmó Raffo.

En cuanto a la relación económico comercial entre Perú y Chile, se resalta el flujo de personas que se traslada entre Tacna y Arica. “Creo que alrededor de 5 millones de chilenos cruzan esa frontera para ir a Tacna, Cusco, Puno y hacer actividad turística. En cuanto al tráfico aéreo, este se ha incrementado a 14 vuelos diarios entre Santiago y Lima”, sostuvo Raffo.

A futuro

Para que la actividad comercial continúe su dinamismo y se incremente, explicó el titular del Consejo Empresarial Peruano Chileno, es fundamental realizar alianzas estratégicas que permitan la cooperación en materia económica, acompañado de un marco legal brindado por el país.

En este sentido, la exportación conjunta constituye una alternativa para que Perú y Chile trabajen unidos, con la finalidad de ingresar a otros mercados exitosamente. “Por ejemplo, en China y Estados Unidos, la colaboración de los empresarios peruanos y chilenos permitió la comercialización de varios productos”, indicó Raffo.

Si bien, en el último año las cifras se redujeron por factores como el precio y el contexto político y bilateral, las expectativas son esperanzadoras. En el 2016, el Perú organizará la 28ª reunión de líderes de la APEC, esta será la segunda vez que actuará como país anfitrión, pues anteriormente lo hizo en el año 2008. Este evento permitirá afrontar mayores oportunidades de comercio entre la región Asia Pacífico. El futuro ya no es cuestión de competencias aisladas, sino de cooperación económica.

Camino a San Miguel

Road to San Miguel

Distrito limeño generaría importantes inversiones y mayor flujo de turistas.

District of Lima city would generate important investments and a higher tourist flow.

Próximo a cumplir sus 95 años de fundación, el distrito de San Miguel inició la gestión 2015-2018, encabezada por el alcalde electo Eduardo Bless Cabrejas, quien se muestra dispuesto a contribuir con la generación de nuevas inversiones en su jurisdicción, y el reconocimiento de esta como una importante zona comercial, de riqueza histórica y cultural.

“San Miguel se está desarrollando y va a dar mucho que hablar en el tiempo, creo que va ser un espacio muy importante para que, al hacer obras públicas, el inversionista se anime a invertir en el distrito, en el desarrollo de proyectos inmobiliarios y comerciales”, indicó Bless.

Asimismo, señaló que en el ámbito comercial, el Centro Comercial Plaza San Miguel -que recibe aproximadamente 2.8 millones de personas al mes- y toda la avenida La Marina son lugares muy concurridos por gente del país y del extranjero. Por ello, realizarán trabajos que capten mayor interés del visitante y pongan en valor toda la historia cultural y milenaria del distrito.

“Plaza San Miguel va a crecer, hay un proyecto fuerte de tener nuevas cadenas de tiendas, que permitan tener atractivo turístico, que los turistas puedan venir a nuestro distrito a comer en lugares adecuados, tener un lugar comercial donde hacer compras y poder hacer un circuito turístico que muestre nuestra historia”, indicó el alcalde.

Proyectos culturales y urbanísticos

De igual manera, dijo que la comuna cuenta con una serie de huacas que serán puestas en valor, y que dentro de poco lanzarán proyectos enfocados a captar un mayor flujo turístico, entre



Eduardo Bless

ellos, la oficina turística que será colocada en el Boulevard de la Cultura. No obstante, resaltó que se busca involucrar a la empresa privada en proyectos que den a conocer lo que San Miguel ofrece turísticamente.

En esa línea, cabe destacar que en el mes de abril se inaugurará la nueva Casa de la Cultura con el fin de promover y fomentar una serie de obras educativas.

De acuerdo al alcalde, también, se tiene en agenda: el desarrollo del corredor turístico en el Boulevard de Precursores; el mejoramiento de avenidas, bermas centrales, pistas y veredas; la colocación de 140 cámaras de seguridad estratégicamente distribuidas en todo el distrito; el desarrollo de la próxima obra que culminará la Costa Verde, entre otras.

Por otro lado, destacó que actualmente

“hay muchos inversionistas peruanos y extranjeros apostando por el desarrollo inmobiliario de San Miguel, que según un sondeo de la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco) es considerado la primera opción para comprar un departamento o una casa”.

Bless aseguró que al margen de las obras públicas, su gestión pretende destacarse por el lado humano, haciendo que los vecinos sientan el apoyo de la Municipalidad en todo lo que requieran.

“San Miguel está próximo a cumplir 95 años, y en el centenario esperamos que todas estas políticas de gestión, que se están realizando, sean sostenidas en el tiempo. La idea es que todo lo positivo siga y se mejore planteando ideas nuevas que beneficien a todos”, concluyó la autoridad edil.

Next to its 95 years of existence, San Miguel District has started the 2015-2018 administration headed by the elected mayor Eduardo Bless Cabrejas who is eager to contribute to the generation of new investments in his jurisdiction, and make it an important commercial zone of historical and cultural richness.

“San Miguel is developing and it will make people talk over the time, I believe it will become an important space where, meanwhile public work is carried out, investors will feel attracted to invest in the district, in the development of housing and commercial projects”, Bless said.

Likewise, in the commercial field, Plaza San Miguel Center –which receives approximately 2, 8 million people per month- and all Marina Avenue are places crowded by people from the country and abroad. For this reason, works will be carried out to get visitors’ interest and value all the millenarian and cultural history of the district, he pointed out.

“Plaza San Miguel is going to grow, there is a strong project to have new retailers which will provide tourist attractiveness allowing tourists to come

to our district to eat at suitable places, to have a commercial spot where to go shopping and a tourist circuit showing our history”, the mayor indicated.

Cultural and Urban development Projects

Equally, he said that the community has a number of indigenous ruins (huacas) that will be valued, and that in a short time they will launch projects to capture a larger flow of tourists like a tourist office that will be placed in the Culture Boulevard. Nevertheless, he highlighted that he is trying to involve private companies in projects that can make people appreciate what San Miguel offers in the touristic aspect.

In this line, it is important to highlight that in April the new Casa de la Cultura will be inaugurated in order to promote and spread out a number of educational works.

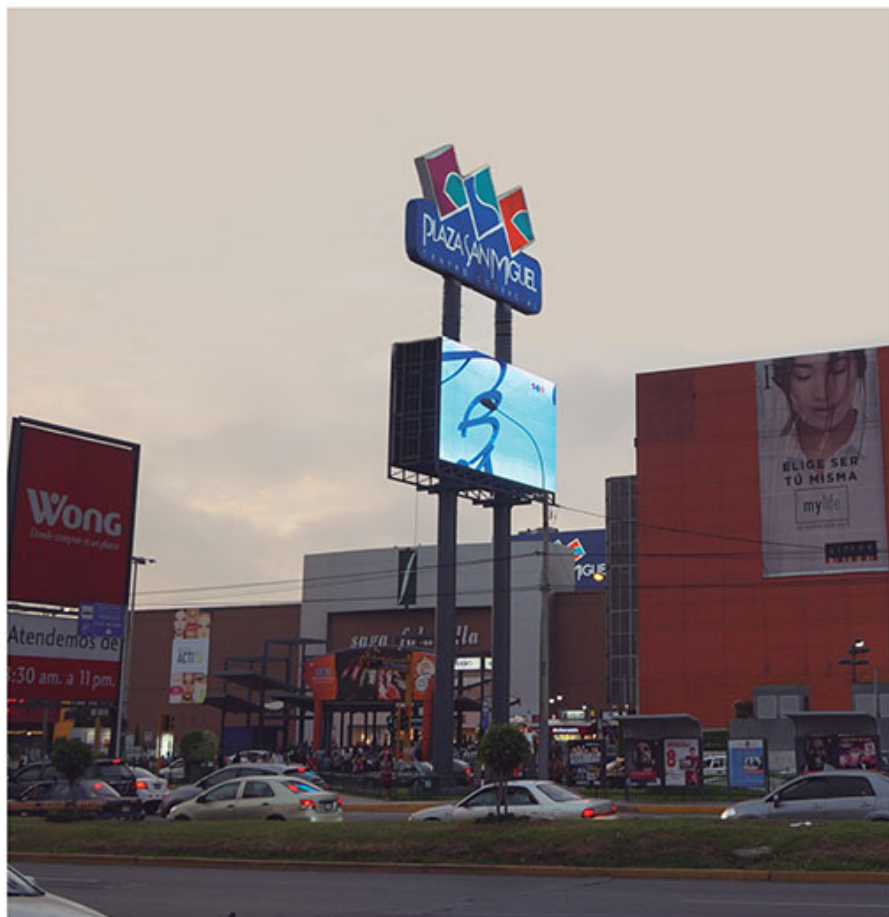
According to the mayor, there is also in agenda: the development of a tourist corridor in Precusores Boulevard; improvement of avenues, central roads, roads, walk

sides, the installation of 140 security cameras strategically distributed in the entire district; the development of the next works to finish the Costa Verde, among others.

On the other side, he remarked that at present “there are many Peruvian and foreign investors betting on housing development in San Miguel that according to a survey carried out by the Construction Peruvian Chamber (Capeco) is considered the first option to purchase an apartment or house”.

Bless assured that besides public works, his administration pretends to stand out on the human side making neighbors feel the Municipality’s support regarding their requirements.

“San Miguel is next to being 95 years old, and at his centenary we expect that all these management policies which are being carried out, will be sustainable over time. The idea is that all what is positive can continue and improve to introduce new ideas to benefit everybody”, the mayor concluded.





Central Café & Cacao

Culmina con éxito importante proyecto de Investigación de Flores Tropicales.

Gracias al financiamiento de Innóvate Perú, del Ministerio de la Producción cuatro especies de “heliconias” fueron probadas en dos pisos altitudinales como cultivos complementarios al café y cacao.

La Central Café & Cacao, asociación que agrupa a trece cooperativas, con más de 9 000 productores de café y cacao, viene contribuyendo al fortalecimiento de la cadena de valor de café y cacao orgánico y especial, en sus diferentes etapas; los objetivos principales son incrementar la productividad y mejorar la calidad con criterios de sostenibilidad; como también investigar

cultivos complementarios de alta rentabilidad, que mejoren el nivel de vida de los productores cafetaleros y cacaoteros.

Con miras a mejorar los ingresos de los productores, la Central Café y Cacao, gestionó el proyecto “Adaptación tecnológica de flores tropicales nativas (heliconias), para la diversificación de cultivos en las unidades productivas cafetaleras de las Cooperativas La Florida y Perené”. El trabajo de investigación se realizó entre marzo del 2013 y febrero del 2015 en Chanchamayo, distrito de Perené, Centros Poblados de Yurinaki (450 msnm) y Cajaan (1 320 msnm) en alianza con

las cooperativas La Florida y Perené y la Universidad Daniel Alcides Carrión, con financiamiento del Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad - Innóvate Perú.

Para el proyecto se incorporó tecnología de Costa Rica, país que lidera las exportaciones de flores tropicales en Centro América y donde nuestro equipo técnico realizó una pasantía.

Se probaron cuatro variedades de “heliconias” Bihai, Ortotricha, Psitacorum y Densiflora, variedades con alto potencial comercial en el mercado interno y con alto potencial para la exportación al mercado de Estados Unidos.

Las heliconias constituyen un género de plantas de variadas dimensiones, cuya altura varía desde 70 cm hasta 10 m; poseen hojas largas y grandes inflorescencias llamativas, además de vistosos colores.

Con el proyecto se realizaron diferentes pruebas, densidad de siembra, fertilización, manejo del cultivo, respuesta a diferentes pisos altitudinales, momento de cosecha, tiempo de vida después del corte, estudio de mercado y análisis de la rentabilidad. Las pruebas fueron respaldadas por la Universidad Daniel Alcides Carrión de Pasco, Filial – La Merced, especialistas docentes y 04 tesis de investigación en las diferentes etapas del cultivo.

Las mayores respuestas se obtuvieron en zona media, donde se realizaron las primeras cosechas a los 5 meses de instalado para la variedad psitacorum y 8 meses para la variedad bihai.

Los resultados muestran que una hectárea de heliconia puede producir hasta 10 400 docenas de flores por año, sobresaliendo la variedad psitacorum, seguida de la variedad Bihai con 5 200 docenas por ha. Las que pueden generar ingresos anuales hasta S/. 50 000/ha, y S/. 40 000/ha respectivamente.

El estudio de mercado muestra también que la demanda de heliconias en el mercado interno es muy vulnerable, pudiendo saturarse fácilmente. Por ello en una segunda etapa se buscará explorar el mercado de Estados Unidos donde estas variedades son altamente demandadas y cotizadas.

Se han instalado en total, 3 has de heliconias, también se ha realizado colectas de 24 variedades de heliconias que crecen de forma silvestre en la zona; la proyección es realizar el parque de heliconias en el fundo Yurinaki de propiedad de la Central Café y Cacao y establecer un punto de visita en la ruta turística promocionada a las cataratas del Vayoz.



• Una hectárea de heliconias puede generar ingresos anuales hasta de 50 000 nuevos soles.

• Se requiere explorar el mercado internacional, para asegurar la cadena comercial de este importante cultivo.





Importancia de la minería

The importance of mining

La actividad minera y su efecto dinamizador en la economía del Perú.

Mining activity and its dynamic effect in Peru's economy.

El avance de la ciencia y la tecnología a nivel mundial hacen posible que, hoy, los impactos ambientales de la minería sean mínimos. Por otro lado, a pesar de que los verdaderos responsables del desarrollo poblacional de las áreas influenciadas por las operaciones mineras son: (1) el Estado y (2) los pobladores de estas áreas; el sector minero va tomando conciencia de su rol como agente de cambio social. La minería peruana está en un proceso de aprendizaje en el manejo del tema social. Nos está costando pasar del esquema de relación transaccional empresa – población, a un modelo de desarrollo mutuamente sostenible. Un modelo en el cual, la empresa minera simplemente sea el dinamizador de la relación Estado – población en un marco de responsabilidad social compartida.

A los peruanos nos falta ponernos de acuerdo respecto a la importancia de la actividad minera. Quienes se oponen a la minería aún no llegan a valorar la necesidad de que nuestra población alcance un estándar de desarrollo global, el que pro-

pone la ONU a través del PNUD por medio del índice de desarrollo humano. La minería es fundamental para este propósito. El sector extractivo (minería, petróleo y gas) representa en este instante el 68% de nuestras exportaciones y el 14.8% del PBI. Proponer formas de desarrollo distintas al planteado por la ONU, en las que prima el cuidado del ambiente sin considerar otros aspectos como la desnutrición crónica infantil, el nivel de escolaridad y el nivel de vida, es alentar irresponsablemente el statu quo de la pobreza.

La minería dinamiza otros sectores de la economía como la construcción y el comercio, que también son importantes para el progreso de nuestro país. Urge crear un escenario que se caracterice por tener: (1) un Estado más fuerte que grande respaldando al sector extractivo y fiscalizando con justicia su desempeño ambiental, porque es consciente de que es lo que tiene a la mano para “hacer caja”, (2) poblaciones conscientes de que conjuntamente con el Estado, son los verdaderos responsables de su proceso de desarrollo y reconoce



Por/By: Ing. Rómulo Mucho*

que éste no es una responsabilidad de la empresa extractiva, y (3) empresas extractivas conscientes de su rol social.

Quizás la mayor responsabilidad que tenga el próximo gobernante del Perú a partir del 2016, sea la creación de una visión de desarrollo compartida por la mayoría de peruanos. Una vez que tengamos esa visión conjunta de desarrollo, será más sencillo el valorar a los sectores que más aportan para tal fin. Cuando esto se dé, la discusión se centrará, ya no en determinar si se debe hacer minería o no, sino en buscar la mejor manera de aprovechar los excedentes que la minería genera. Debemos abandonar el paradigma



ma de que el agro y la minería compiten por el agua. Ambas actividades coexisten durante siglos en nuestro territorio. Debemos trabajar en función de lo que el Perú necesita. Sólo así alcanzaremos la competitividad global que nos coloque como un país del primer mundo.

(*) Ex Viceministro de Minas

The advance of science and technology worldwide makes possible today minimal environmental impact on mining. On the other hand, despite the fact that the real responsible for people's development in the areas influenced by mining operations are: (1) the Government, and (2) the population in these areas, the mining sector is becoming aware of its role as social change agent. Peruvian mining is in a learning process regarding social field management. It is not easy to pass from an enterprise-population transactional relationship to a model of mutual sustainable development. A model in which mining companies simply become the dynamos of the Government-population relationship in a framework of shared social responsibility.

We Peruvians must agree on the importance of mining activity. Those who are against mining do not value our population's need to reach a global development standard, the one proposed by UNO through UNDP based on the human development index. Mining is fundamental to this goal. The extractive sector (mining, oil, and gas) represent these days 68% of our exports, and the 14.8% of our GDP. To propose development ways which are different to the one recommended by the UNO where what counts is taking care of the environment without taking into account other aspects like chronic children's malnutrition, school and life's levels is to encourage irresponsibly poverty's status quo.

Mining invigorates other economic sectors like construction and commerce which are also important to our country's progress. It is urgent to create a scenario characterize by: (1) a Government rather stronger than bigger to back up the extractive sector and fairly supervise its environmental performance because it is aware that that is what they have on

hand "to cash", (2) population conscious of being jointly with the Government responsible of their development process accepting that this development is not a responsibility of the extractive company, and (3) extractive companies aware of their social role.

Perhaps the greatest responsibility for the next Peruvian President in 2016 will be the creation of a vision of development shared by most Peruvians. Once we have that shared vision of development, it will be easier to value those sectors which contribute the most to that aim. When this happens, discussion will focus not in determining if mining should go or not but in looking for the best way to take advantage of the surplus provided by mining. We must forget the paradigm that states that farming and mining compete for water. Both activities have coexisted during centuries in our land. We ought to work thinking of what Peru needs. Only that way we will reach global competitiveness to place ourselves as a first world country.

(*) Ex Mining Vice Ministry

mallki

Línea de Abonos 100% Naturales

Incrementa la productividad y mejora la calidad de tus cosechas

Av. República de Panamá 4295, Surquillo, Lima - Perú
Telf.: (51-1) 213-5300 Anexo 4459 / mallki@san-fernando.com.pe
www.mallki.pe

Con la garantía de: **san fernando**
La buena familia

Un todo terreno. Así se puede definir la vida de Santiago Mozo Quispe, natural de Abancay, que vino a la capital hace más de 40 años para forjarse un futuro promisorio, y vaya que lo logró. Pues sus denodados esfuerzos, lo han convertido en un exitoso empresario, siendo en la actualidad dueño de fábricas de muebles, de telas, de colchones y de espumas, ubicadas en el cono sur de Lima.

Sin embargo, no todo fue fácil como nos cuenta Mozo, sino todo lo contrario. “La experiencia en los inicios fue bastante crítica, porque cuando yo llegué de mi tierra a los 16 años hice mi casita en Chacra Ríos, en ese lugar hice una chocita con cartoneros y no tenía ni agua, buscaba un tarro, un balde y latas, y traía agua del grifo, de esa manera vivía”, recuerda.

Comenta que después de trabajar en una casa, una señora le invitó a trabajar en un puesto de comida en el mercado de Magdalena. “En ese lugar empecé lavando las ollas, porque no sabía hacer otra cosa. Allí estuve trabajando como medio año, entonces me dije hasta cuando estaré aquí tengo que hacer otra cosa”, evoca Mozo.

Los avatares continuaron, se dedicó a vender camote frito, repartir periódicos y repartir fotografías, con resultados infructuosos. Pero su vida dio un giro trascendental cuando un día vio un aviso que solicitaba ayudante de carpintería, si bien fue admitido a regañadientes por el dueño debido a su inexperiencia, pudo permanecer 3 años en la empresa y conocer el negocio al detalle.

La empresa propia

Así es como, tras ese periodo, Mozo decide independizarse. “Desde ese momento ya era empresario, empecé con la fábrica de muebles, luego importador de telas, hilos y otros materiales y colocamos a veces por contenedor y a veces por partes. Asimismo tenemos fábrica de espumas y fábricas de colchones, hemos llegado a fabricar al día 500 colchones, tenemos algunas maquinarias computarizadas



Santiago Mozo

La forja de un emprendedor

Santiago Mozo, ejemplo de que el esfuerzo si puede conducir al éxito.

y hacemos una regular producción”, expresa entusiasmado.

El empresario, agrega que ahora está dándole prioridad a la fábrica de carpintería de Chorrillos. “Fabricamos muebles para el hogar, confortables, comedores, mesitas de centro, dormitorios, todo lo que es de madera, y nos está yendo bien. Tenemos algunos clientes o compradores que vienen a hacer su pedido. De esa manera nosotros exportamos, si no cancelan aquí nosotros no despachamos”, subraya Mozo.

Paso por la política

Como muchas veces sucede cuando una persona tiene éxito en los negocios, es requerida por la política. Así fue como Mozo Quispe, quien además es Pastor de la Iglesia “Dios es Amor”,

fue elegido alcalde del distrito de Villa El Salvador, no obstante su periodo fue interrumpido cuando fue vacado en diciembre del 2011 por ejercer el cargo mientras contaba con una condena consentida por delito de defraudación tributaria.

Al respecto, explica que sacarlo de la alcaldía fue un complot bien armado por su teniente alcalde, Guido Ñiño y un grupo de regidores. “A Ñiño lo creía mi amigo, seguro estuvo mal aconsejado, pero puedo decir que lo perdono porque soy líder pastoral. No hubo caso de corrupción en mi gestión y prueba de ello es que el Poder Judicial me repuso en mi cargo tres años después. Nosotros creamos y recuperamos áreas verdes como también reparamos pistas”, puntualizó Mozo.



Multiplataforma minera

PERUMIN 32 congregará a más de 100 mil visitantes del sector minero.

A lo largo de más de siete décadas de historia, el Instituto de Ingenieros de Minas del Perú (IIMP) ha contribuido con el forjamiento de las capacidades y formación humana de los profesionales vinculados al sector minero, quienes han contribuido, a su vez, al desarrollo económico y social del Perú.

Es importante señalar que el IIMP es una institución que ha marcado historia en la minería nacional. En tal sentido, Josefina Obregón Rodríguez, Gerente de PERUMIN - 32 Convención Minera manifiesta: “En efecto, si revisamos el aporte de cada uno de sus integrantes podemos apreciar la invaluable contribución de personajes como don Mario Samamé Boggio, el patriarca de la minería peruana, quien fue uno de los impulsores de la primera Convención Minera, en 1954”.

Obregón agrega que “su visión, al igual que la de otros destacados hombres que han liderado la institución, ha permitido convertir al IIMP en una fuente pródiga de conocimientos y una plataforma siempre renovada de propuestas sectoriales, que han permitido viabilizar una serie de proyectos y acciones en beneficio de los profesionales y del bienestar ciudadano”.

Convenios interinstitucionales

El IIMP tiene una serie de convenios nacionales e internacionales con diversas instituciones tanto gubernamentales como académicas. Cabe señalar que IIMP y la Universidad Nacional de San Agustín (UNSA) suscribieron un convenio de cooperación interinstitucional que permitirá la realización de PERUMIN - 32 Convención Minera, que se desarrollará desde el 21 al 25 de setiembre próximo en la ciudad de Arequipa.

El convenio permitirá al Comité Organi-

Trascendencia de PERUMIN

Gracias al esfuerzo del IIMP, el Perú puede darse el lujo de ostentar la organización de uno de los eventos mineros más importante del mundo, atrayendo a más de 100 mil visitantes que buscan conocer lo último de la innovación tecnológica, así como actualizar sus conocimientos en cada una de las múltiples especialidades que ha logrado diversificar la actividad minera.

Al respecto, Obregón comenta que “PERUMIN - 32 Convención Minera permitirá una vez más colocar al Perú ante los ojos del mundo, atrayendo a inversionistas globales, representantes gubernamentales, empresarios, expertos y académicos de talla mundial, quienes convergen en una multiplataforma en la que destacan EXTEMIN y los cinco encuentros como el empresarial, Top Mining, Logístico, de Innovación y Legal”.

Tecnología y promoción minera

EXTEMIN es considerada la feria de exhibición tecnológica más diversa del mundo y permite un espacio amplio donde se incuban importantes negociaciones comerciales, que en el último año representaron más de 3 500 millones de dólares. “Aquí, se unen y dialogan todos los integrantes de la cada vez más diversificada cadena de la

zador de PERUMIN 32 realizar las obras de mejoramiento y ampliación de la infraestructura del complejo universitario,



Josefina Obregón

actividad minera, promoviendo el fortalecimiento empresarial en bienes de capital y servicios”, expresa Obregón.

Si de promoción se trata, el Top Mining es la gran vitrina de los principales proyectos mineros que marcarán el desarrollo futuro de la minería en el Perú, cuya cartera de inversión supera los 60 mil millones de dólares.

necesarias para recibir a los más de 100 mil visitantes que registrará este año el evento minero más importante del mundo.



Ing. Antonio Samaniego, presidente del IIMP y el Dr. Víctor Linares, rector de la UNSA luego de la firma del convenio.



Contacto en Taiwán

Empresarios de país asiático destacan a Perú como importante socio comercial.



Gee San

La reciente visita de una delegación de empresarios taiwaneses al Perú, muestra la voluntad e interés que tiene Taiwán por fortalecer las relaciones comerciales con el país.

“El propósito principal de esta visita es fortalecer la relación económica y de comercio entre Taiwán y Perú”, sostuvo Gee San, Líder Honorario de la misión comercial y Vicepresidente de Taiwan External Trade Development Council (TAITRA), entidad que promueve el comercio exterior de Taiwán.

Dicha delegación, compuesta por 56 empresarios de diversos rubros -como electrónica, textil, metalurgia, ferretería, autopartes, etc.- llegó al

país como parte de una gira Latinoamericana que incluye también a Guatemala, Colombia y Brasil. Cabe destacar que con su visita a estos cuatro países esperan generar negocios por 40 millones de dólares.

“En estos últimos años, las negociaciones con Perú están creciendo cada vez más y se ha convertido en un país importante para los empresarios de Taiwán (...). La economía es estable, está creciendo y es un buen mercado. Por eso, siempre incluimos a Perú en una de las dos misiones que organiza TAITRA por año”, dijo el Dr. Gee San.

Asimismo, destacó que han encontrado en el país un gran mercado para el sector de autopartes. Además

de detectar oportunidades en el rubro textil, de maquinarias y equipos médicos.

Importaciones e inversiones

Indicó que no solo buscan promover sus productos, sino también importar más de Perú. “Actualmente estamos importando productos minerales, de agricultura y pesca, y exportamos a Perú mucho de maquinarias, autopartes, textil, productos químicos, etc.”, señaló.

En cuanto a la decisión de invertir en el país, dijo que es un tema a desarrollar a largo plazo para los empresarios porque existen diferentes temas a considerar. No obstante, opina que este tipo de eventos es una buena oportunidad para que los empresarios de ambos países puedan tener contacto.

En ese sentido, agregó que la Alianza del Pacífico es muy importante porque deja a Perú en una posición estratégica, muestra su compromiso de ser un mercado más abierto, y es un buen signo para quienes tienen relación con el país.

El representante de TAITRA considera que este año el comercio bilateral podría incrementarse entre 5% a 10 %, respecto al 2014. “De acuerdo a datos estadísticos, del año pasado, el comercio bilateral fue de 585 millones de dólares. De los 585 millones de dólares, Taiwán exporta a Perú alrededor de 280 millones de dólares e importa alrededor de 300 millones de dólares”.

Por otro lado, aseguró que las relaciones comerciales entre Perú y Taiwán siguen creciendo, y que si bien aún no tienen una relación diplomática formal, existen posibilidades futuras de fortalecer el comercio y la econo-



mía de ambos países a través de un acuerdo comercial.

La misión comercial que estuvo en nuestro país, del 21 al 25 de marzo, realizó una rueda de negocios con el apoyo de la Oficina Económica y Cultural de Taipei en Lima y la Cámara de Comercio de Lima.



Tecnología taiwanesa

En el marco de la Rueda de Negocios, Iván Díaz, Gerente General de Consorcio Eléctrico Industrial, manifestó que su empresa trabaja con Camsco Electric Co. hace 7 años, maneja 400 ítems en cartera y actualmente es distribuidor exclusivo de la que califica es "muy buena empresa de Taiwán, que constantemente va mejorando tecnológicamente sus productos". Produce componentes de panel eléctrico, interruptores de transferencia automática, metro digital, luz automática, temporizadores.

"Todos sus productos pasan controles de calidad y tienen certificación ISO, en muchos de los casos cuenta con productos con certificación americana UL", asevera. Camsco, cuenta con productos de alta tecnología y aquellos que encajan en el día a día de las personas, como interruptores horarios, llaves térmicas, canaletas pasa cables. Tiene una amplia gama que satisface a los clientes industriales



y residenciales. En el sector eléctrico los productos taiwaneses son muy bien vistos y tomados por las industrias. "Camsco es un producto competitivo intermedio muy bueno, es una buena marca que sigue creciendo a largo de los años", afirma Díaz.

**PERÚ
tecnoagro
2015**

Este 2015, en Lima...
¡La Mayor Feria Tecnológica del Agro Peruano!



Más de **1000 Soluciones** Agrotecnológicas por Descubrir

02 AL 04

JULIO 2015

Campo Ferial U.N. Agraria
La Molina - Puerta N° 04



Organiza: 

Patrocina:  **ORBES AGRICOLA**
Comprometido con la prosperidad del agro peruano



Auspician:



Regístrate en www.tecnoagroperu.com.pe y Visita GRATIS la Feria!



El Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo (PRONABEC), creado por la Ley N° 29837 el 13 de febrero del 2012, tiene la misión de otorgar becas y créditos educativos a personas talentosas, bajo estándares de calidad para formar capital humano con enfoque de inclusión social. Mientras que la visión, es ser la organización líder del Estado en el otorgamiento de becas y créditos educativos para la formación y especialización del talento humano en el país y el extranjero.

El Director Ejecutivo del PRONABEC, Raúl Choque Larrauri, manifiesta que el principal reto de esta institución es básicamente cerrar las brechas que tenemos en el tema de capital humano. Al respecto, expresa: "De acuerdo al mapa de capital humano que desarrolló Perú Económico el año 2013 en diferentes áreas y regiones, hay un déficit de 862 750 profesionales que se requieren en el país. En algunas regiones hay exceso de oferta y exceso de demanda, lo que hace este estudio es presentarnos que por cada región hay necesidades particulares que se tienen que cubrir tanto en pregrado como en postgrado, y las becas son un mecanismo enorme para lograr este objetivo".

Asimismo, Choque comenta que los sectores económicos que requieren capital humano son industria, construcción, comercio, transportes y comunicaciones, minería, hidrocarburos y turismo, "es decir, técnicamente establece cuál es la brecha, cuáles son las áreas de interés del país y de cada región donde se requiere capital humano y donde las becas son un mecanismo enorme para potenciar estas áreas".

En cuanto al tema de producción científica, revela que según este estudio de los documentos publicados, por cada 100 mil habitantes Perú tiene solo 5, mientras otros países de la misma región como Chile tienen 46. "Entonces, lo que indica es que necesitamos más investigadores, científicos, magisteres y doctores, y producto de eso son las becas que se tiene con la Beca Presidente de la República, así como todas las becas que nos ofrecen a través de embajadas, organismos internacionales, universida-



Raúl Choque

Crédito al talento

Más de 8 000 peruanos accedieron a estudios de pregrado y postgrado en otros países gracias a la cooperación bilateral.

des o fundaciones que están dispuestas a otorgar becas a peruanos".

Becas para más peruanos

Como resultado de la acción concertada del Gobierno Peruano y países cooperantes de todos los continentes, en los últimos cinco años 8 693 peruanos han realizado estudios de pregrado y posgrado con becas en diversas universidades del mundo. Esta cifra se dio a conocer durante la presentación del Catálogo de becas de la Cooperación Bilateral para peruanos en todos los continentes, que se realizó en la sede de la Cancillería Peruana.

En la cita, a la que acudieron autoridades del Ministerio de Relaciones Exteriores, del Ministerio de Educación, embajado-

res y funcionarios de las misiones diplomáticas acreditadas en el Perú, y también becarios que retornaron luego de culminar sus estudios en el extranjero, se informó que entre los años 2012 y 2014 un total de 1 122 jóvenes peruanos viajaron a otros países para estudiar maestrías mediante la Beca Presidente de la República.

Las estadísticas oficiales reflejan que los principales países de destino de los becarios son: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Colombia, Cuba, España, Estados Unidos, Holanda, México y Rusia. De otro lado, la inversión conjunta de los países participantes en el fortalecimiento del capital humano asciende a 434 millones con 100 mil dólares americanos.



Nicholas McCaffrey Embajador de Australia, Patricia Fortier Embajadora de Canadá y Anwar Choudhury. Embajador del Reino Unido.

Referente en innovación académica

La Escuela de Posgrado PUCP brinda excelentes oportunidades de especialización a los profesionales del país.

Con más de 80 programas de posgrado y cerca de 400 egresados entre doctores y magísteres en sus 40 años de trayectoria, la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú ofrece una formación académica a la vanguardia de los estándares internacionales con el fin de generar líderes que destaquen y transformen la realidad del país.

La Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, brinda excelentes oportunidades de especialización a los académicos y profesionales del país y el extranjero con programas de diplomatura, maestría y doctorado del más alto nivel, diseñados dentro de un marco educativo responsable que busca una formación activa y crítica de sus estudiantes.

La calidad de su formación está sustentada en una plana docente conformada por prestigiosos doctores y magísteres graduados de las más destacadas universidades nacionales y extranjeras, por lo que somos la primera Escuela de Posgrado en el Perú con acreditación internacional en docencia de Posgrado (AIC-CINDA). Enseñanza que va de la mano con un plan de estudios rediseñado siguiendo la vanguardia de los estándares internacionales más exigentes, una garantía para la inserción y competitividad en el ámbito laboral.

La escuela pone a disposición la biblioteca más completa de todas las universidades del país, así como la biblioteca virtual más completa del Perú y uno de los repositorios de tesis más consultados, que se ubica entre los primeros 30 del mundo.



Internacionalización

A nivel de posgrado, la PUCP ha firmado más de 120 convenios de cooperación y acuerdos con prestigiosas instituciones para realizar intercambio de estudiantes y de personal académico, proyectos cooperativos de investigación y desarrollo, diseño conjunto de cursos, conferencias, simposios, intercambio de material académico, etc. Es por ello que se ha puesto énfasis en los programas que otorguen doble grado, así como en los programas que promuevan la movilidad estudiantil y pasantías de investigación, movilidad docente y creación de redes internacionales.

Becas y fondo de investigación

Ofrecen la Beca Huiracocha, que financia los estudios de los alumnos a nivel doctoral, desde el ingreso, para que puedan dedicarse a tiempo completo a la investigación académica. La Beca Aristóteles, por su parte, reconoce la excelencia académica de

los alumnos de maestría y subvenciona hasta en 80% los derechos académicos por semestre. El Fondo Marco Polo otorga ayuda económica para alumnos de maestrías y doctorados que demuestren buen rendimiento académico para que participen en pasantías o en eventos académicos internacionales con el fin de desarrollar o divulgar sus trabajos de investigación. Por último, el Fondo Galileo busca reconocer la calidad de las investigaciones de los alumnos de maestrías, por lo que brinda ayudas económicas para la culminación de sus tesis.

Dobles grados o dobles certificaciones internacionales

La Escuela de Posgrado favorece la firma de acuerdos con universidades extranjeras para la obtención de dobles grados o dobles certificaciones, así se abren las puertas a sus egresados para que ejerzan profesionalmente en mercados internacionales. www.posgrado.pucp.edu.pe



Nueve meses es el periodo que ha transcurrido desde la promulgación de la nueva Ley Universitaria, y el camino para su implementación no viene siendo el más adecuado. Básicamente, la resistencia al cambio -es el caso de las universidades públicas- y la expiración de los plazos para echar a andar el nuevo sistema, hacen presumir un periodo complejo que dificultará el cumplimiento de los propósitos de la norma.

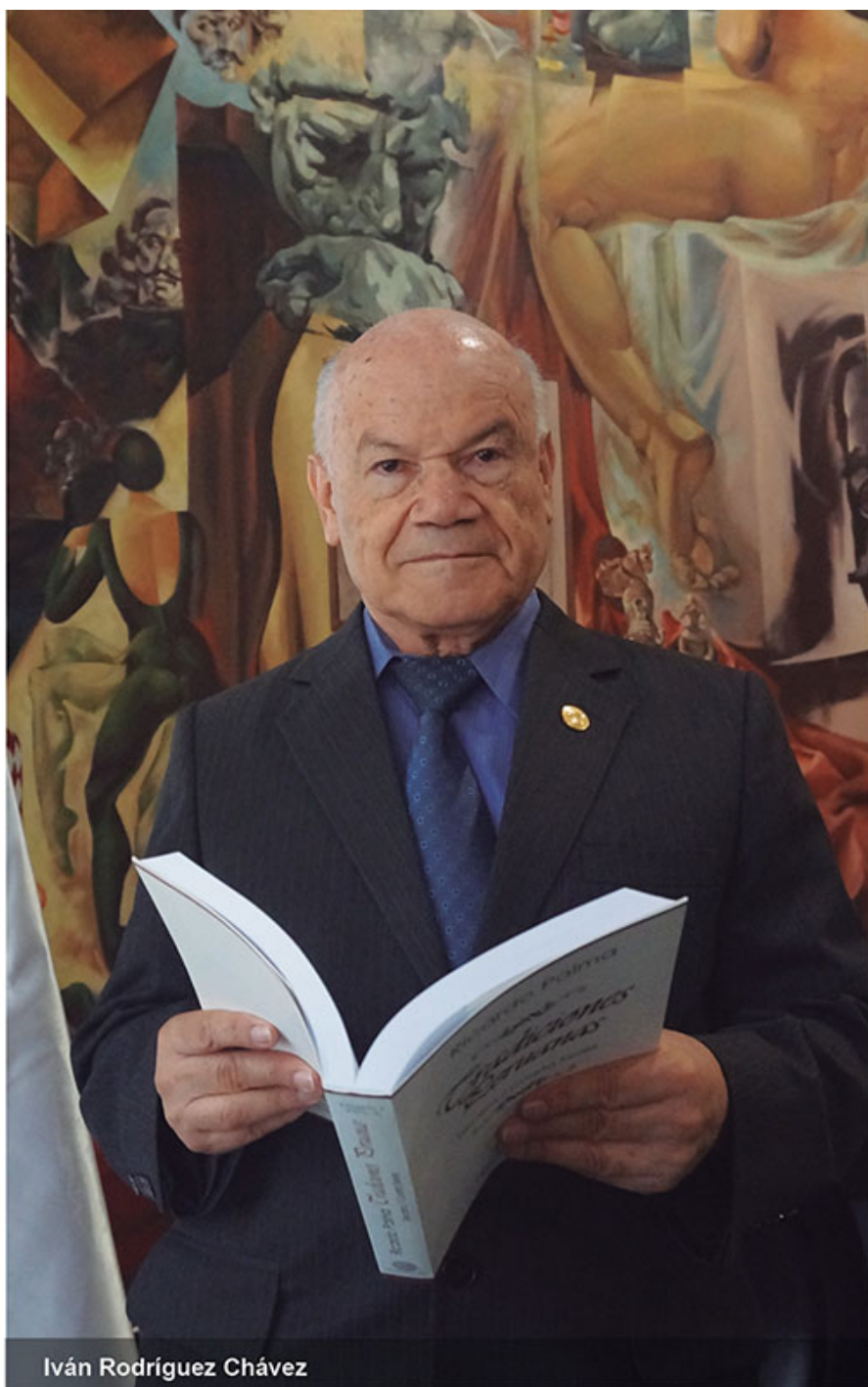
Un aspecto positivo es la puesta en funciones de manera provisional de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (Sunedu) desde los primeros días del presente año para atender las cuestiones administrativas. Si bien ya fue designada Lorena Masías, como superintendente, falta designar los cinco miembros de su consejo directivo para que puedan sentarse las bases del sistema de regulación que la ley ordena.

Proceso de adecuación

Acerca de esta problemática universitaria, el Dr. Iván Rodríguez Chávez, Rector de la Universidad Ricardo Palma (URP), sugiere que esta adecuación a la nueva Ley Universitaria requiere de ajustes para que llegue a cumplirse en óptimas condiciones.

“La Ley Universitaria N°30220 ya está rigiendo, las universidades en general están adecuándose, es un proceso que no puede sujetarse a las fechas de la ley, porque son de plazo muy corto y la vida universitaria es bastante compleja. Hay procedimientos que siempre están regulados en el tiempo. Así que, están en un proceso que tampoco va a ser solo de meses. Es un proceso que llevará unos años, porque hay que nivelar la situación de profesores, los cambios de las actualizaciones de planes de estudio, es decir, hay una serie de aspectos que requieren de ajustes para someterse, para estar completamente de acuerdo o plenamente de acuerdo a las disposiciones de la ley actual”, explica Rodríguez Chávez.

De igual manera, puntualiza que “los



Iván Rodríguez Chávez

Universidad regulada

Panorama del proceso de implementación de la nueva Ley Universitaria.

ritmos de adecuación no son iguales para todas las universidades, pues en algunas universidades es más fácil y en otras es un poco más lento y más difícil. No es fácil gobernar una uni-

versidad y no es fácil que en las universidades se adopten determinadas conductas porque así lo determina la ley”. Y aclara que “el proceso de adecuación no solo es complicado con

esta ley, ha sido con las anteriores, así que no es solo frente a esta ley, es la naturaleza compleja institucional de una universidad que tiene esas características”.

Camino a la acreditación

Lograr la ansiada calidad es un tema de interés de todas las universidades. Desde hace tiempo están en ese proceso algunas de ellas, de modo que al salir la ley ya han estado acreditadas a nivel internacional sus facultades más importantes. Tal es el caso de algunas universidades con facultades de medicina.

Al respecto el Dr. Rodríguez comenta que “más allá de órganos que midan la calidad de los servicios de una universidad, es el interés de cada una. Todas las universidades tienen el interés de dar un buen servicio y naturalmente las diferencias estarán marcándose también en relación a su financiamiento, en relación a su antigüedad, es decir, hay una serie de factores que van a determinar que una universidad pueda prestar servicios de calidad mejor que otra”.

En ese contexto, el catedrático indica que actualmente existe una normatividad transitoria que es la del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (Sineace), “pero una vez que se complete la conformación de la Sunedu, sin duda que aprobarán sus reglamentos, sus indicadores, sus criterios de evaluación, la reglamentarán sus procesos correspondientes y tendremos que acogernos a esas disposiciones y formalizar ese deseo interno de calidad que hay en todas las universidades”.

Fiscalización universitaria

Con la aprobación de la nueva Ley Universitaria, quedó instituido el surgimiento de la Sunedu, organismo autónomo responsable de inspeccionar y garantizar la calidad de la educación impartida por las universidades, estableciendo condiciones básicas para la oferta de carreras públicas y privadas.

Para Rodríguez Chávez, esta entidad por su naturaleza legal hace que ejerza sus funciones con una tendencia coactiva muy perceptible, “por lo menos en los 50 últimos años no ha habido esa experiencia en el Perú, de tal manera que no es fácil ni para la Sunedu ni para las universidades. En ambos casos está experimentándose, está introduciéndose mecanismos, procedimientos, concepciones que no pertenecen a nuestra tradición universitaria, ni a nuestra historia universitaria. Sin duda que va a tener y va a generar incomodidades para uno y para otro lado”.

El Rector de la URP añade que seguramente tanto la Sunedu como las universidades considerarán que no son suficientemente comprendidas, pero igual se trata de amoldarse unos y otros. “Nuevamente el mismo proceso. El primer proceso al que nos hemos referido es al interior de cada universidad. Este segundo proceso es interuniversitario, es para la organización de segundo piso, es decir, para la organización supra universitaria, en el cual ya se tejen relaciones

de verticalidad, no son relaciones de horizontalidad”.

Creación de la ASUP

La Asociación de Universidades del Perú - ASUP, institución sin fines de lucro que asocia a las universidades públicas y privadas del país, se constituyó oficialmente el 10 de setiembre de 2014 con el propósito de promover la coordinación interuniversitaria sustentada en los principios de autonomía, calidad, innovación e internacionalización.

Según el catedrático, esta asociación se ha formado a consecuencia de la ley, “pero ese derecho de asociación existió siempre. No se usó porque la Asamblea Nacional de Rectores era su canal natural, y al no existir esta, indudablemente las universidades en sus relaciones entre sí quedan desarticuladas, porque se fortalecía el aislamiento de una en relación a la otra. Entonces, la asociación existe ante la desarticulación de la universidad peruana como conjunto, pero su obrar tiene que ser siempre dentro de la ley cuidadosamente”.



Impulso empresarial

El IES de la USAT ofrece servicios orientados al fortalecimiento de la gestión empresarial.



MBA Rudy Salazar Cabrera, Director del Instituto Universidad Empresa - Sociedad (IES) de la USAT, Chiclayo.

El Instituto Universidad Empresa Sociedad (IES) de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) con el apoyo de la Cooperación Suiza y el programa Región Exportadora, han desarrollado servicios empresariales para fortalecer, la dirección y gestión empresarial para las empresas vinculadas al sector productivo y agro exportador de la macro región norte del país, tiene como objetivo principal promover y establecer relaciones con las entidades más representativas de la sociedad local, regional, nacional e internacional.

De esta manera, el IES oferta a las empresas y a la sociedad en general una gama de productos o servicios académicos que contribuyan al mejoramiento de las empresas del medio y al progreso socioeconómico de la región y el país.

Servicios de Desarrollo Empresarial

- Investigación de Mercados.
- Elaboración de Perfiles de Proyectos de Investigación Pública (PIP).
- Diplomado Internacional de Agro negocios.
- Plan de Negocios.
- Diplomado de especialización "Formación en Coaching Empresarial".
- Diplomado en Gerencia de Proyectos (bajo el enfoque del PMI).

Estudios de Mercado

Servicio de asesoramiento y consultoría en estudios mercado, a cargo de profesio-

nales altamente capacitados, que garantizan el éxito total.

Plan de Negocios

El IES, apoyando al desarrollo de la cultura emprendedora, ofrece un excelente servicio de asesoramiento y consultoría en la elaboración de un plan de negocios, a cargo de profesionales altamente capacitados, que garantizan el éxito total.

Diplomado de Gerencia de Proyectos

El Diplomado de Proyectos está dirigido a profesionales de cualquier campo laboral, vinculados a la gestión de proyectos, y profesionales que estén interesados en profundizar sus conocimientos en la gerencia de proyectos.

Project Management Institute (PMI) es una organización internacional que tiene como principal objetivo, capacitar bajo los estándares internacionales de Dirección de Proyecto. Los Profesionales que concluyan con éxitos sus estudios pueden certificarse como especialistas en proyectos PMP (Project Management Profesional) y como CAPM (Certified Associate in Project Management).

Programa tu sueño hecho negocio

Programa innovador diseñado para fortalecer capacidades y generar planes de negocios para ayudar a aquellas personas emprendedoras, creadoras, profesionales y pequeños empresarios con iniciativas empresariales o

para el fortalecimiento de sus pequeños negocios en zonas rurales y urbanas.

A este programa pueden acceder empresas interesadas en el desarrollo de un espacio territorial o para empresas que buscan generar iniciativas empresariales en las comunidades de su entorno.

Programas de Servicio de Acceso a Fondos Concursables y Financieros

Programa innovador diseñado para realizar diagnósticos, organizar a productores y generar proyectos y planes de negocios que permitan a actores de las cadenas productivas (proveedores, productores, transformadores, comercializadores) de zonas rurales y urbanas para acceder a fondos concursables no reembolsables o al sistema financiero.

Diplomado de Especialización "Formación en Coaching Empresarial"

Está dirigido a profesionales que tienen conocimientos básicos de Coaching y que tienen interés en adquirir las herramientas necesarias para lograr desenvolverse como coach profesional en el ámbito empresarial, desarrollando competencias específicas para las soluciones a los problemas.

Diplomado en Gestión y Dirección de Agronegocios

Diplomado diseñado para fortalecer capacidades a diversos actores de la cadena agroindustrial en sus diferentes etapas y roles: producción primaria, proveedores de bienes e insumos, de servicios y logística, elaboradoras de alimentos y otras, en sus distintas ramas distribuidoras y comercializadoras.

El programa comprende:

1. Test de Actitudes Emprendedoras
2. Capacitación y Asesoría
3. Plan de Negocios
4. Asistencia Técnica

Para mayor información contactarse con el Lic. Mauricio Bulnes Davies, RPC 968747411, ies@usat.edu.pe, encuentrenlos como IES-USAT en [f](#) [t](#) [YouTube](#) [in](#) O escriba a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Av. San Josemaría Escrivá 855, Chiclayo, Perú.



Fidel Ramírez

Educación con proyección

La UAP cumple 19 años formando profesionales de excelencia.

En 1996 bajo la presidencia del Consejo de Administración de la Cooperativa Alas Peruanas de Estanislao Chujutalli Muñoz y del Dr. Fidel Ramírez Prado como Gerente General, el CONAFU aprueba con fecha 26 de abril la Resolución N° 102 que autoriza el funcionamiento de la Universidad Alas Peruanas, con cinco carreras profesionales.

Desde entonces la UAP, se ha consolidado como la institución académica de mayor proyección en la formación de profesionales de excelencia. Actualmente apuesta por la Cooperación Internacional, lo que le abre las puertas para brindar estudios universitarios tanto en pre como en post grado con visión universal. Contribuyendo a ello, lidera un programa de suscripción de convenios de cooperación que faciliten el intercambio de docentes y estudiantes.

La Universidad Alas Peruanas ha establecido convenios de cooperación con

Universidades de Europa, calificando y acreditándose en la exigente Unión Europea; y próximamente firmará acuerdos con universidades de Suiza, Inglaterra, Francia e Israel. El gran reto de esta casa de estudios, es el de promover la participación de sus estudiantes y docentes en los diferentes intercambios que se están ofertando.

Cabe destacar, que la UAP ha inaugurado una nueva sede en Roma, Italia, cuyo fin principal es brindar educación a los inmigrantes, de tal manera que los egresados de la UAP en ese país, puedan ingresar automáticamente a la Universidad Italiana Roma III y realizar un master de dos años que les convalide el título para ejercer en Italia. Alas Peruanas se encuentra también en Japón y Estados Unidos. De esta manera, se consolida como una universidad que brinda educación del más alto nivel académico.

Bakau

BAKAU Small Batch
Seleccionados lotes de cacao y cafés de alta calidad

Chocolates en barra, Milk y Bitter, con 35 y 70% de cacao.

Milk Chocolate 35%
Chocolate 70%

Café gourmet y de especialidad, certificados por Q Graders de la SCAA.

Chocolate para taza, con 100% de cacao peruano.

Moka, Café y Pisco, Mandarina, Passione, Mango y Granadilla

Bombones rellenos con frutas frescas, con frutos secos, café y pisco e infusiones.

Global Coop S.A.C.
Navarra 561, Mayorazgo, Ate, Lima-Perú
Pedidos y Delivery:
Telf: (51-1) 340 1255 / 948 107 081
ventas@bakauperu.com / www.bakauperu.com

globalcoop_peru @GlobalCoop_



César Bustamante y Luciano García

Mirando al norte

Looking North

Oportunidades de negocio entre Perú y Florida. | *Business opportunities between Perú and Florida.*

El estado de Florida, ubicado en el extremo sur de la costa este de Estados Unidos, constituye una importante plaza para los inversionistas peruanos, pues cerca de 200 mil compatriotas radican en dicha región. Es preciso señalar, que el pasado mes de marzo arribó al Perú una delegación comercial de Florida con el fin de identificar y concretar oportunidades de negocio.

Como parte de la misión comercial que llegó a nuestro país, más de 80 empresarios de diversos rubros participaron en dicho evento con la intención de llevar sus productos al mercado peruano y de comprar productos nacionales para el mercado de Florida.

Inversiones en Florida

“En el 2013, las exportaciones de Perú

al estado de Florida fueron de US\$ 2.6 mil millones y las exportaciones de Florida al Perú fueron de US\$ 2.8 mil millones, lo que demuestra una diferencia muy pequeña entre lo que se importa y exporta. En ese sentido, creo que hay muchas líneas de producto que están esperando su oportunidad”, sostuvo Luciano García, Director Ejecutivo de CAMACOL (Cámara de Comercio Latina de Estados Unidos).

Los productos peruanos con mayor demanda en ese mercado son el oro, alimentos procesados de consumo masivo, productos requeridos por los restaurantes, textiles, productos agrícolas y servicios de publicaciones, indicó César Bustamante, Cónsul General de Perú en Miami.

A pesar de los logros, es preciso seguir impulsando el ingreso a los Estados Unidos que, por el tamaño, PBI per cápita y las regulaciones, resulta ser un mercado sólido. “Todo depende de la competitividad de los productos peruanos frente a otros, porque no hay ventajas comparativas. Se tiene que mejorar la calidad, abaratar los costos y cumplir las reglas del país”, exhortó el embajador Bustamante.

Consideraciones

En relación a la costa este de Estados Unidos, es preciso destacar la ubicación estratégica de Florida, que incluye 15 puertos y excelentes vías de comunicación por tierra y mar para el transporte de productos a otros estados, indicó García. Asimismo, existe la ruta de la zona franca del puerto de Miami, mediante el cual los exportadores pueden ingresar su mercancía sin gravamen, al margen del TLC.

Por otro lado, los empresarios nacionales deben tomar en cuenta la calidad del producto y el cumplimiento de las regulaciones que establecen los estándares internacionales para su desplazamiento y los estándares americanos para su ingreso. Esto incluye cumplir las reglas de iden-



tificación, de etiquetado y de licencia, evaluar si hay mercado y determinar si es rentable. “El objetivo es competir cumpliendo las reglas del mercado de destino”, aclaró el Cónsul de Perú en Miami.

El tema de los sobrecostos a la exportación también constituye un problema para el precio final de los productos y su competitividad. “Queda pendiente el trabajo a realizar entre el sector privado y el sector público”, señaló Bustamante.

De esta manera, la oportunidad de productos exportables entre Perú y el estado de Florida hace vislumbrar la sombra de una relación comercial que seguirá creciendo. Es importante recordar a los inversionistas que el mercado estadounidense es de 350 millones de habitantes, de los cuales 60 millones son hispanoparlantes. Todo un reto para entrar con calidad y competitividad, cumpliendo las reglas de juego.

The State of Florida located in the Southern extreme of the Eastern coast of the United States, is an important place for Peruvian investors because nearly two hundred thousand compatriots live in that region. It is important to remark that the last month of March a Florida’s commercial delegation arrived in Perú in order to identify and concrete business opportunities.

As part of this commercial mission arriving in the country, more than eighty entrepreneurs from different fields participated in such event with the purpose

of bringing their products to Peruvian market and buying local products for Florida’s market.

Investments in Florida

“In 2013, Peruvian exports to the State of Florida were 2.6 million American dollars, and the exports from Florida to Perú were 2.8 million American dollars. This shows a very small difference between what is imported and what is exported, in this sense, I believe that there are many products’ lines that are waiting their opportunity”, Luciano García, Executive Director to CAMACOL (United States’ Latin Commerce Chamber) affirmed.

César Bustamante, General Consul to Perú in Miami points out that the most demanded Peruvian products in that market are gold, massive consumption processed food, products required by restaurants, textiles, produce, and publication services.

Despite the achievements, it is necessary to keep on encouraging the entry to the United States because it is a solid market due to its size, DGP per capita, and regulations. “It all depends on the competitiveness of Peruvian products against others because there are no comparative advantages. We have to improve quality, lower costs, and comply with the country’s rules”, Ambassador Bustamante exhorted.

Considerations

García stated that regarding the Eastern coast of the United States, it is necessary to emphasize Florida’s strategic location

which includes fifteen ports and excellent land and sea communication ways for transporting products to other States. Just the same, there is a route at the Miami’s port free trade zone through which exporters can enter their merchandise free of duties, outside the TLC.

On the other hand, local entrepreneurs should bear in mind products’ quality, and complying with regulations which establish international standards for their transportation and American standards for their entry. This includes respecting identifying, labeling, and licensing rules; evaluate if there is a market and determine if it is profitable. “The objective is to compete obeying the rules of the destination market”, the Peruvian Consul in Miami explained.

About extra charges to exports, there is also a problem regarding the final price of products and their competitiveness. A coordinated work between the public and private sectors is still pending”, Bustamante pointed out.

This way, the opportunity of exportable products between Perú and the State of Florida envisages the shadow of a commercial relationship that will keep on growing. It is important to remind the investors that the American market represents three hundred and fifty million people, sixty million of which are Spanish speakers. This is a real challenge to enter this market with quality and competitiveness showing respect to the game’s rules.



Puerto de Miami
Port Miami



Rueda de Negocios

El embajador Jaime Wo, representante de la Oficina Económica y Cultural de Taipei, acompañado por los funcionarios Elena Yaling, Victoria Hsieh y José Wang, el día de la Conferencia de Prensa, en la cual anuncia la visita de una importante Misión Comercial de 56 empresas taiwanesas y la realización una Rueda de Negocios entre empresarios de Perú y Taiwán.

Expo Central China 2015

Con motivo de la visita de Lu Yanqun, director de Comercio de la Provincia de Hubei, China; se realizó el Foro de Cooperación Económica y Comercial provincia de Hubei, República Popular China - República del Perú. Ocasión en que LuYanqun presentó ante empresarios y funcionarios del Perú la Expo Central China 2015", que se realizará del 18 al 20 de mayo próximo en Wuhan, capital de la provincia central china de Hubei.



En la foto Carlos Herrera, Teresa Joo, Gao Jinbao, Lu Yanqun y Guido Loayza; funcionarios de Proinversión, Capecchi, Embajada Popular China y Cancillería.



Misión Comercial de Florida

Presidida por el Vice-gobernador del Estado de Florida, visitó Lima una delegación de empresarios, en busca de oportunidades de inversión.

En la foto posan Frank Artiles, Carlos López-Cantera, Vice-gobernador del Estado de Florida; Guido Loayza y Gilbert Lee Sanler, luego de una reunión en Torre Tagle.



En la foto Jaime Giesecke de Fomin, Patricia Camacho, Directora de HELVETAS Perú; Alvaro Quiñe, Director Ejecutivo de Agro Rural.

Cooperación interinstitucional
Agro Rural y HELVETAS Swiss Intercooperation, fundación suiza para el desarrollo, firmaron un convenio de cooperación interinstitucional en el cual se logre la implementación conjunta para la articulación de redes empresariales rurales en 6 regiones del país.

Directiva ASUP

El nuevo Consejo Directivo de la Asociación de Universidades del Perú, ASUP, está presidido por el Dr. Pedro Cotillo y la vicepresidencia fue asumida por el Dr. Iván Rodríguez, Rector de Universidad Ricardo Palma. Como vocales fueron designados a tres rectores de universidades públicas y tres de universidades privadas. Mariano Ramos García de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Alejandro Encinas Fernández de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica, América Odar Rosario de la Universidad Nacional del Santa, Juan Saldaña Rojas de la Universidad Científica del Perú, Fidel Ramírez Prado de la Universidad Alas Peruanas y Víctor Raúl Lozano Ibáñez de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo.



En la foto Alejandro Encinas Fernández, Iván Rodríguez, Pedro Cotillo, Mariano Ramos García, América Odar Rosario y Juan Saldaña Rojas.



Las premiadas fueron: María del Pilar Betalleluz, Magali Silva Velarde-Álvarez, Cecilia Chacón de Vettori, Cecilia Zapler Dubreuil, Rosario Olivas Weston, Marcela Olivas Weston, Cristina Suaña Coila y Sonaly Tuesta Altamirano.

Premio Afet Perú

En el marco del Día Internacional de la Mujer, la Asociación de Ejecutivas de Empresas Turísticas (Afet Perú) entregó el Premio "María Teresa de Betalleluz", en memoria a su pastpresident y directora de Fiaseet. Las galardonadas son mujeres que brindan un importante aporte profesional en el campo del turismo, destacando su invaluable dedicación, trabajo y su amplia trayectoria.

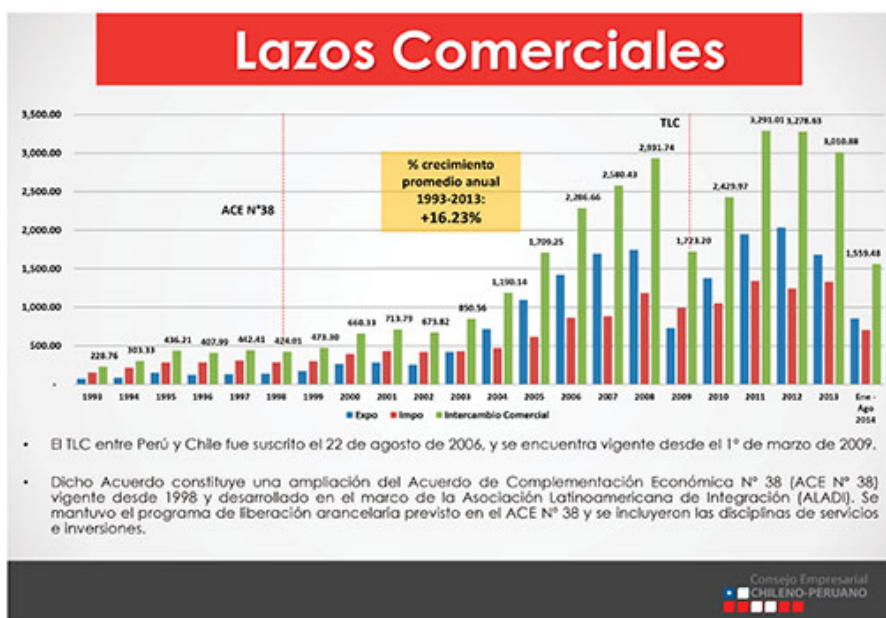
Cifras bilaterales

Información estadística de la relación económica entre Perú y Chile.

Movimiento comercial

El incremento de las relaciones económicas entre Perú y Chile se refleja en las cifras estadísticas que arrojan los últimos 21 años. Tal es así que en 1993, el intercambio comercial entre ambos países alcanzó los US\$ 228.76 millones; ya para el año 2000, la cifra fue de US\$ 660.33 millones.

A partir de entonces, los números se incrementaron considerablemente hasta el 2008, que alcanzó los US\$ 2 931.74 millones; posteriormente, esta cifra se redujo en los años 2009 y 2010. Sin embargo, en el año 2011 se elevó nuevamente a US\$ 3 291.01 millones, para luego ir descendiendo desde entonces.



Exportación e importación

En cuanto a las exportaciones peruanas a Chile, en el 2013 estas fueron el 45% de productos no tradicionales y 55% tradicionales. Los principales productos tradicionales que se exportaron fueron del sector minero 62%, petróleo y derivados 24%, pesquero 14%. De otro lado, los principales productos no tradicionales que fueron exportados son

del sector químico, con 33.59%; metal-mecánico, 13.84%; agropecuario, 13.64%; textil, 11.70 %; y minería no metálica, 10.76 %.

Respecto a las importaciones peruanas, durante los años 1993 a 2013 estas crecieron a una tasa promedio anual de 12.54%. En el 2013, se importaron bienes intermedios para la industria, 55.88% del total;

bienes de consumo no duradero, 27.33%; y bienes de capital, 16.36%.

Por otro lado, en la búsqueda de ingresar con éxito a mercados extranjeros, como China y Estados Unidos, desde hace algunos años los empresarios peruanos chilenos vienen trabajando en conjunto, con productos como la uva, palta, limón, mandarina y tangelo. Lo que se viene impulsando es la productividad y competitividad conjunta, que nace de la complementariedad de la oferta exportable.

Exportaciones Peruanas

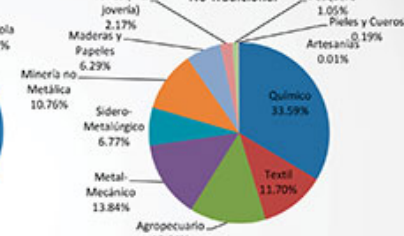
Composición de exportaciones 2013



Tradicional



No Tradicional



- Crecimiento promedio anual de las exportaciones peruanas(1993-2013): 23 %
- En el mismo período exportaciones tradicionales crecieron 35.5% y las No tradicionales: 15.7%
- Los productos más representativos del sector tradicional son los mineros (US\$ 578MM), petróleo o sus derivados (US\$ 220MM) y pesqueros (US\$ 126MM). En cuanto a los no tradicionales, lideran los productos químicos (US\$ 255MM), Metal-mecánicos (US\$ 105MM) y Agropecuario (US\$ 104MM).

Consejo Empresarial CHILENO-PERUANO

Organiza:

**PLASTIC
CONCEPT** S.A.C.

Ferias, Publicaciones y Eventos

22 al 25 de Octubre

Centro de Exposiciones Jockey

2:00 p.m. a 9:30 p.m.

Lima-Perú

¡Forme parte de la mejor plataforma de promoción comercial del Sector
Textil-Confecciones, Cuero y Calzado del Perú!

expotextil



Perú 2015

IX Feria Internacional de Proveedores
de la Industria Textil y Confecciones

En simultáneo con:

texmoda
Perú 2015

stampertex
Perú 2015

calzatex
Perú 2015

250 Expositores • 24,000 Visitantes • 12,000m² de exhibición
Conferencias Magistrales • Conferencias Técnicas • Desfiles de Moda
Concurso de Diseñadores

www.expotextilperu.com





Building a better
working world

Te ayudamos a
expandir tu negocio.

Podemos ayudarte a convertir las oportunidades en realidad, a través de nuestra experiencia y conocimiento, y así hacer crecer tu negocio.

Contamos con los mejores profesionales en Auditoría, Consultoría, Impuestos, y Transacciones y Finanzas Corporativas.

EY Perú

Investors Desk



Paulo Pantigoso
Country Managing Partner
+51 1 411 4418
paulo.pantigoso@pe.ey.com



Juan Paredes
Auditoría
+51 1 411 4410
juan.paredes@pe.ey.com



Jorge Acosta
Consultoría
+51 1 411 4437
jorge.acosta@pe.ey.com



David De la Torre
Impuestos
+51 1 411 4471
david.de.la.torre@pe.ey.com



Enrique Oliveros
Transacciones y Finanzas Corporativas
+51 1 411 4417
enrique.oliveros@pe.ey.com



Descarga nuestras
publicaciones en:
ey.com/PE/PeruLibrary

/EYPeru

@EYPeru

/company/ernstandyoung

/EYPeru