

EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XXII - Nº 122 - Edición Internacional
XXII - 122 - International Edition
www.exportar.com.pe



¡Hito histórico!

Perú cumple 20 años consecutivos de crecimiento.

¡Historic milestone!

Peru completed 20 years of continuous growth.

- Todo por el desarrollo
- All for the development of the country
- Tejiendo un buen futuro
- Weaving a bright future
- Kuélap hacia la cumbre
- Kuelap reaching the top

> Comunícate en inglés y destaca en tu vida profesional



> Inglés para ejecutivos

Beneficios

- Staff de profesores altamente capacitados y certificados.
- Seguimiento continuo de nuestro servicio.
- Metodología 100% comunicativa.
- Enseñanza personalizada.
- Modalidades inhouse y athouse.



Convenios Corporativos

atencion.cliente1@euroidiomas.edu.pe

www.euroidiomas.edu.pe/mundo-corporativo

215 5580 Anexo 1514

euroidiomas



La Colonial

FABRICA DE HILOS S.A.

Hilamos Calidad desde 1945



FIBRA DE ALGODÓN



FIBRA DE ALPACA



HILO MERCERIZADO



FIBRA DE SEDA



FIBRA DE LANA



FIBRA BAMBÚ

FABRICAMOS HILADOS

- **Mezclas:**
Algodón con Baby Alpaca, Tencel, Viscosa, Lino Modal, Acrílico, Bamboo, Polyester, Coolplus, Polyester con iones de cobre y plata, Lana, Seda, entre otros.
- **Hilados:**
Cardados, Peinados, Retorcidos, Gaseados, Mercerizados, Teñidos.
- **Hilos de Costura 100% Algodón**
- **Polipropileno**
- **HEATHER** • **MELANGE**
- **TRIBLEND** • **FANTASÍAS**

Búscanos en:



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



Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas transformados y empacados para consumo directo. Tenemos: licor de cacao, nibs de cacao, manteca de cacao, cocoa, frutas deshidratadas y cereales andinos, utilizamos como materia prima granos de cacao seleccionados de semillas florales: chuncho, criollo y porcelana.



Cereales Andinos



Maca



Cacao



Frutas Deshidratadas



Chocolates



Av. Los Angeles 104, Ate - Perú
Telf.: (51-1) 352-0565
Ventas@nutrybody.com / www.nutrybody.com



Director / Director
Julio César Llaque Moreno

Editor Periodístico / Journalistic Editor
César Ochoa Chávez

Redactores / Editorial Staff
Diana Aguirre
Pedro Criollo
Jenny Hilasaca
José Miguel Yap

Diseño de Carátula / Title Page Design
Piero Pacheco

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Piero Pacheco

Fotografía / Photography
Luis Cadillo
Florencia Moreno
Segundo Santa Cruz
PromPerú

Corrección / Editing
Estefanía Ayala

Traducción / Translation
Patricia Vallejos

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

Gerente Comercial / Commercial Manager
Romina Villanueva Llaque

Ejecutivos de Publicidad / Publicity Executives
Ana González

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

Colaboradores / Collaborators
Paulo Pantigoso Velloso da Silveira

**Corresponsales en el Exterior /
Foreign Correspondents**
Europa/Europe: Julio Cabrera Moreno

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



6

Todo por el desarrollo

All for the development of the country

Alejandra Velazco postula a la primera vicepresidencia de la Asociación de Exportadores (ADEX) en la lista de Eduardo Amorrortu.

Alejandra Velazco applies for the first vice presidential of the Association of Exporters (ADEX) in the candidate list of Eduardo Amorrortu.



17

A pescar oportunidades

Let's fish opportunities

El sector pesquero y acuícola han mostrado varios cambios el 2018. Los protagonistas hacen un balance y muestran sus cartas para el 2019.

Fishing and Aquaculture sectors have shown various changes in 2018. The players have made a balance and show their cards for 2019.



10



Sólidos rumbo al Bicentenario

Strong towards the Bicentennial

El Perú lleva veinte años consecutivos de crecimiento económico
Peru has twenty consecutive years of economic growth.



14

Tejiendo un buen futuro

Weaving a bright future

La industria de la vestimenta y decoración sigue impulsando su crecimiento en el exterior.

Garment and decoration industry continues to boost its growth abroad.



24



Un mercado amigo

A friendly market

España es una excelente plaza para que las pymes se inicien en la exportación de alimentos.

Spain is an excellent spot for SMEs to start food export.



26

Kuélap, hacia la cumbre

Kuelap, reaching the top

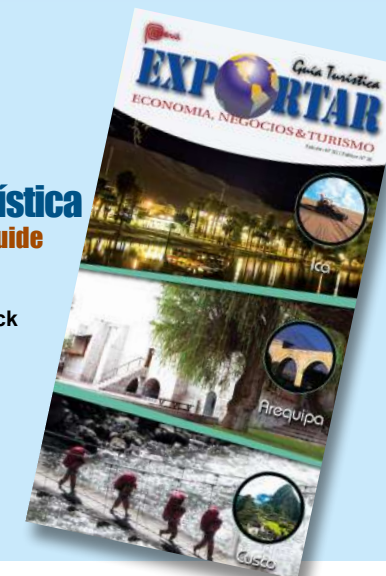
La famosa ciudad amurallada destaca por los exitosos resultados de su promoción turística.

The famous walled city highlights for the successful results of its tourist promotion.



Guía turística Touristic guide

Hacer Click



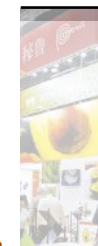
31

Agro: no bajar la guardia

Agro: Never let your guard down

El balance a fin de año muestra cifras positivas pero problemas en el sector cafetalero.

The balance at the end of the year shows positive figures but problems at coffee sector.



42

Unidas por La Huacachina

Joined together by La Huacachina

Mujeres empresarias de este hermoso destino turístico destacan los avances y oportunidades para mejorar su oferta de servicios.

Many entrepreneurs of this beautiful tourist destination highlight the progress and opportunities to improve their service offer.





Primer laboratorio de biotecnología



Con el fin de darle un mayor impulso a los sectores productivos del país, el Ministerio de la Producción, a través del Instituto Tecnológico de la Producción (ITP), inauguró su primer laboratorio de Biotecnología en el distrito de Ventanilla, proyecto que demandó una inversión de más de S/ 10 millones. El ministro de la Producción, Raúl Pérez-Reyes Espejo, sostuvo que este laboratorio permitirá al ITP mejorar la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en los sectores pesca, acuicultura y agroindustria, principalmente. “Se desarrollarán biotecnologías que permitirán el aprovechamiento de residuos industriales, esencialmente de la agroindustria, pesca y acuicultura, mediante la extracción de compuestos con valor comercial a partir de residuos”, detalló Pérez-Reyes. Explicó que se podrán identificar genes y especies de la biodiversidad peruana que contribuyan a desarrollar nuevos productos y a mejorar procesos industriales. Ello, dijo, se realizará mediante la ampliación genética, para lo cual se cuenta con equipos de última generación como un amplificador genético automatizado.

US\$60 mil millones de exportaciones al 2021



El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) señaló que la aplicación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025 posibilitará alcanzar los 60 000 millones de exportaciones al 2021. El PENX es la hoja de ruta para el sector exportador peruano y se constituye como política de Estado, trascendiendo distintas administraciones de Gobierno, y a través de él se busca desarrollar las exportaciones con un enfoque de competitividad. Mediante el fortalecimiento de las capacidades institucionales y el soporte al sector empresarial, se busca lograr la sostenibilidad del sector en el largo plazo, apuntando a la internacionalización de la empresa peruana. Mediante la implementación del PENX 2025, se espera alcanzar 18000 millones de dólares en productos no tradicionales, en la cual el Mincetur viene trabajando de la mano con PromPerú y las demás instituciones del sector público y el sector privado.

Remediación de pasivos ambientales mineros



En línea con el objetivo del Gobierno Nacional de brindar sostenibili-

dad a las actividades extractivas, el Ministerio de Energía y Minas (MEM) transfirió S/ 15 millones a favor de Activos Mineros S.A.C., destinados a la ejecución de proyectos de remediación de diversos pasivos ambientales mineros ubicados en diversas regiones del país. La transferencia financiera señala que el monto otorgado comprende los proyectos Dorado y Barragán, La Pastora, Chugur, Los Negros y Cleopatra, situados en la región de Cajamarca; así como los proyectos Huamuyo, Caridad, Huanchurina, y Acombamba-Colqui en la región Lima; así como Lichicocha, Carhuacayán, y San Juan y Delta Upamayo, en Junín. Asimismo contempla los proyectos mineros situados en las regiones de Pasco (Asulmina 1 y 2, y Caudalosa 1), Huancavelica (Santa Rosa 2), Áncash (Pushaquilca) y Puno (Esquilache).

Áncash: uva para exportación



Especialistas del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) trabajan en la certificación del lugar de producción, planta de empaque, así como la inspección del envío programado y el tratamiento de la uva que se alista a ser exportada desde las provincias de la zona costa de Áncash. Este procedimiento forma parte de la certificación fitosanitaria de la uva de mesa que ha emprendido el Senasa en Áncash, ante el inicio de la campaña de este año, que promete ser auspiciosa. En Áncash los principales centros de producción de uva se ubican en las provincias de Santa y Casma, lugares donde se

ejecuta permanentemente la vigilancia fitosanitaria de Lobesia botrana o polilla de la vid, a través del monitoreo de trampas tipo delta ubicadas estratégicamente en predios comerciales, sostuvo el Senasa Áncash. La finalidad de todos estos procedimientos es resguardar el estatus sanitario y fitosanitario de los envíos de exportación, buscando la consolidación de los productos peruanos en mercados internacionales y que se abran nuevos mercados para el beneficio de los pequeños y medianos productores.

Enero a octubre: exportaciones en alza



El Ministro de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) informó que, entre enero y octubre de este año, las exportaciones peruanas alcanzaron los US\$ 39 453 millones, creciendo un 10.3% con respecto al mismo período del año anterior (US\$ 35 781 millones). Se explicó que este resultado fue impulsado por el buen desenvolvimiento de las exportaciones no tradicionales, que ascendieron a US\$ 10 827 millones (+14.9%), principalmente, por productos como la papa (+65.5%), arándano (+54.1%), uva (+40.7%) y palta (+25.3%). Casi todos los sectores de mayor valor agregado han incrementado sus exportaciones, lo cual es manifiesto de que las exportaciones no tradicionales reportarán cifras récord en 2018 y superarán los US\$ 13 mil millones, destacó dicho ministerio. Por su parte, en dicho período, las exportaciones

tradicionales llegaron a US\$ 28 626 millones (+8.6%), principalmente, por las mayores ventas de gas natural (+50%) y nafta (+24%), que son productos vinculados a la explotación del proyecto Camisea.

Inversiones en distribución de gas natural



La empresa Quavii invertirá US\$ 214 millones para la distribución de gas natural en hogares, industrias, comercios y grifos en el norte del país al 2022, sostuvo su gerente general, Alberto Polifroni. “Hasta la fecha he-

mos invertido cerca de 80 millones de dólares y tenemos un plan para los cinco primeros años de operación comercial, con una inversión comprometida (214 millones de dólares)”, indicó. Cabe recordar que la empresa Quavii recibió la concesión Norte por parte del Estado en octubre del 2013, pero inició su operación comercial el 7 de diciembre del 2017. Asimismo, refirió que el gas natural ya es una realidad para 22 000 familias del norte del Perú, en las ciudades de Chimbote, Huaraz, Cajamarca, Chiclayo, Lambayeque, Trujillo y Pacasmayo. Alberto Polifroni señaló que se han construido siete estaciones de almacenamiento y regasificación que operan al 100% y se cuenta con más de 850 kilómetros de redes de distribución construidos. “Seguimos avanzando progresivamente con la masificación en el norte peruano. Agregó que actualmente han logrado 40 000 ventas en ese segmento y esperan alcanzar la meta de 150 137 conexiones residenciales al 2022.

Calle Sargento Lores 404, Iquitos, Perú
 Telf.: (51-65) 235350 / Snack “El Sitio”
 E-mail: sucamos24@hotmail.com

Todo por el desarrollo

All for the development of the country

Alejandra Velazco postula a la primera vicepresidencia de la Asociación de Exportadores (ADEX) en la lista de Eduardo Amorrortu.

Alejandra Velazco applies for the first vice presidential of the Association of Exporters (ADEX) in the candidate list of Eduardo Amorrortu.



Alejandra Velazco

EXPORTAR contactó con dos damas representantes de las dos listas que participarán en las Justas Electorales para elegir al Presidente de ADEX, periodo 2019-2020. Luz María Janampa es candidata a tesorera por la lista de Alfonso Velásquez Tuesta; mientras que Alejandra Velazco postula como primera vicepresidenta en la lista de Eduardo Amorrortu Velayos, quien por primera vez en ADEX lleva a tres mujeres en lista de una candidatura. Por estar fuera del país, Luz

María Janampa no pudo ser entrevistada. En esta entrevista, Velazco, quien es además gerente de exportaciones de Hersil, nos brinda un lúcido panorama en los temas centrales para el desarrollo del país.

ADEX es un epicentro de estudios para la exportación. Bajo esa experiencia ¿De qué manera se puede trabajar para la transformación de nuestra educación?

En el Perú la educación es un problema

aún sin resolver. Empieza en la educación inicial y con enorme dificultad. Alrededor de un 50% de niños, entre seis meses y los tres años, sufre de anemia, lo que trae consecuencias de aprendizaje en su educación base. En cuanto a la secundaria, las cifras dicen que en los últimos tres años se triplicó el número de estudiantes que la terminan. De ellos, solo el 44 % realiza un estudio superior o técnico. Debemos hacer que esa cifra crezca. Y ADEX es una de esas ramas para captar estudiantes.

La clave está en la educación superior....

Como ADEX, debemos ser atractivos para los estudiantes no solo del Perú, sino de afuera. Hay que potenciar el idioma inglés, en comercio exterior es indispensable. Vamos a mejorar las oportunidades para que un mayor número de jóvenes logre una formación superior que les permita potenciar sus capacidades y habilidades e intereses, para así insertarse en el mercado laboral. Somos conscientes de que nuestros estudiantes son nativos digitales. Optemos por la educación online y sedes descentralizadas. Por tanto el currículo debe adaptarse. Hay que modernizar para captar. Hay más de 140 universidades en Perú, muchas de ellas con mensualidades muy baratas, y nosotros siendo un instituto salimos de la opción. Tenemos que subir de nivel, lo podemos hacer.

La accesibilidad con calidad es entonces un punto central.

Debemos ofrecer un producto final adaptable, atractivo y de fácil accesibilidad económica. Comparto con César Guadalupe, presidente del CADE Educación 2018, que las bases de esta transformación han de ser la innovación, la adopción de la tecnología digital, el liderazgo, la gobernanza, la exigencia por la calidad. Este tema tiene que ver con mejorar la calidad de vida del peruano. Un país con igualdad de oportunidades permitirá que lo mejor que tenga salga a relucir, sin distinción de raza, género, religión, etc.

La exportación es clave para ir hacia un país competitivo y sostenible. ¿De qué manera el gremio exportador puede asumir el liderazgo?

En julio 2018, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) publicó una versión para comentarios de lo que sería el nuevo Plan Nacional de Competitividad y, en paralelo, desde el sector privado, también se elaboró un plan de competitividad, a cargo del Consejo Privado de Competitividad (CPC), cuyo presidente es Fernando Zavala. Los ejes planteados para el Perú en el tema de competitividad son infraestructura, mercado laboral, sistema de justicia, ambiente

de negocios, logística, capital humano y competencias, además de ciencia, tecnología e innovación.

Y ADEX debe interiorizarlos en sus planes de acción...

Así es. Se basan en los siguientes puntos. Por ejemplo, mercado laboral, debemos estar atentos a la nueva propuesta del gobierno sobre menos costos laborales. Esto ayuda en la formalización. Además, la propuesta del CPC sobre otorgar carácter de permanente al régimen laboral agrario, acuícola y forestal; y expandirlo a sus cadenas productivas y a otros sectores con estacionalidad. En el eje de logística, estar atentos a la implementación en el Callao del sistema de conectividad del puerto, con el cual se mantendrá interconectados a todos los actores logísticos, reduciendo costos y tiempos.

Tenemos además los temas de ciencia e innovación.

En lo que respecta a ADEX, nosotros debemos ser los promotores de exportación con valor agregado. Generar trabajo, más allá de las materias primas. Este plan de competitividad considera la secundaria técnica. ADEX puede ser escogido dentro de esos institutos para impartir esta rama. En general, no se trata de generar nada nuevo. Si el Estado ya generó un plan de competitividad hay que sumarse.

En cuanto a la brecha de infraestructura y logística ¿qué proyectos pediría que el gobierno priorice?

Infraestructura es un eje del plan de innovación. Se debe empujar el tema de la Carretera Central, el tren de cercanías y el tren bioceánico y revisar los 20 proyectos que ha priorizado el CPC, y apoyar los proyectos de infraestructura multimodal. Otro tema es ley de cabotaje, que está aprobada pero no está reglamentada. Esto ahorraría mucho. Se puede mejorar la infraestructura para la agroexportación con el trasvase de agua de la sierra a la costa e implementar riego por goteo. Hay que considerar que el Perú tiene 53 TLC firmados y que el 90% de la carga del país se mueve por el puerto del Callao, un cuello de botella que urge resolver en los siete puertos principales. Otros temas

a empujar es el sistema de conectividad del puerto en el Callao, donde los tiempos de espera de un camión son de entre 12 y 14 horas.

En medio de la política agitada, ¿Cuál es la agenda básica para recuperar la confianza y el crecimiento sostenido?

La sostenibilidad de las empresas es crucial, también es uno de los ejes de competitividad. Muchos socios de nuestro grupo son empresas sostenibles. Debe dejar de ser una frase de la visión de las empresas a ser una filosofía que aterrice en procedimientos internos. ADEX debe buscar que todos sus socios cumplan este requisito, con compromisos y procedimientos internos.

¿Qué falta para que se consoliden las regiones? ¿Cuáles son las mayores taras?

Siempre han destacado Lima, Arequipa, Ayacucho y Piura, que han tenido avances en calidad de vida. Pero Cusco, Arequipa, Lambayeque y Ayacucho alcanzaron valores récord de exportación en el 2018. Esto debido a las mayores ventas de minerales, pero también a los productos agrícolas. Estamos tratando de salir de la exportación tradicional a la no tradicional. Si tenemos demanda de afuera, debemos poder cumplir con ello. Hay que concretarse en lo mejor que puede hacer cada región. Desde el lado de ADEX necesitamos que el sector privado y el público se unan para hacer una cadena de valor. Hay que desarrollar productos con valor agregado.

EXPORTAR magazine contacted two ladies representing the two lists that will participate in the Elections to designate the President of ADEX, period 2019-2020. Luz María Janampa is the candidate for the treasurer position for the list of Alfonso Velásquez Tuesta; while Alejandra Velazco is postulating as first vice presidential in the list of Eduardo Amorrortu Velayos, which for first time in ADEX is presenting two women in the list of a nomination.

Luz María Janampa could not be interviewed because she was out of the country.

ntry . In this interview, Velazco who is also exports manager in Hersil, provides us a clear view in main issues for the development of the country.

ADEX is a center of studies for the exportation. Under that experience, in which way can we work for the transformation of our education?

In Peru the education is a problem still unsolved. It starts in early education, with great difficulty. Around 50% of children, between six and three years, suffer anemia, which brings learning consequences in their base education. At what regards the secondary, the figures say that in the last three years, the number of students that finish was triple. From them, only the 44% continue a superior or technical studies. We have to make this figure grows. ADEX is one of these branches to recruit students.

The key is in the superior education....

As well as ADEX, we must be attractive for students not only in Peru, but from abroad. We must boost English language that is necessary for foreign trade. We must improve the opportunities in order that a great number of young people could obtain a higher education to enhance their capabilities, skills and interests, and could be inserted in labor market. We are conscious that our students are digital native. Let's opt by online education and decentralized branches. To do so, curriculum must be adapted. To be modernized to recruit. There are more than 140 universities in Peru, most of them with cheap monthly instalments, and we are out of the option being an institute. We have to upgrade, we can do it.

Accessibility with quality is then the main point

We must offer an adaptable final product, attractive and with an easy economic accessibility. We shared with Cesar Guadalupe, Annual Conference of Managers (CADE) Education 2018 president, that the basis of the change are the innovation, the adoption of digital technology, the leadership, the governance, the demand of quality. This subject has to be done with the

improvement of Peruvian living standard. A country with equal opportunities, will permit that the best come to light, without distinction as race, sex, religion, etc.

Exportation is the key to go forward to a competitive and sustainable country. In which way the exporter sector can assume the leadership?

In June 2018, the Ministry of Economy and Finance Affairs (MEF) published a version for comments of what it would be the National Plan for Competitiveness and, in parallel, from the private sector, it also designed a competitiveness plan, in charge of the Private Competitiveness Council (CPC), led by Fernando Zavala. Proposed basis for Peru regarding the competitiveness subject are, infrastructure, labor market, justice system, business environment, logistics, human capital and competences, and also science, technology and innovation.

And ADEX must embrace them in their action plan...

That's right. They are based in the following points. For example the labor market, we must be vigilant to the new government proposal about less labor costs. This helps in the formalization. Also CPC proposal regarding to grant a permanent category for the employment, agricultural and forest regime; expanding their productive lines to other sectors with seasonality. Regarding the logistics basis, to be vigilant to the implementation of the connectivity system of Callao port, which will keep interconnected to all logistics actors, reducing costs and times.

We also have science and innovation issues

At what regards ADEX, we must be export promoters with value added. To generate jobs, beyond the raw materials. This competitiveness plan considers technical secondary level. ADEX can be chosen within one of those institutions to learn this education. In general, it is not the case of generating nothing new. If the State already generated a competitiveness plan, we have to go along with it.

Regarding the infrastructure and logistics gap, what projects will you ask the government to give priority?

Infrastructure is one of the basis of the innovation plan. The Central Highway (Carretera Central) must be pushed, the suburban train and the train connecting the Atlantic and the Pacific oceans and to review the 20 projects prioritized by the CPC, and to support multimodal infrastructure projects. Another subject is the coasting law, that is approved but not ruled. This would save much money. Infrastructure can be improved for the agro-export with water transfer from the mountain to the coast and to implement drip irrigation. It is important to consider that Peru has 53 Free Trade Agreements (TLC) signed and that the 90% of the cargoes from the country is transported by Callao port, a bottleneck that is urgent to solve in the seven main ports. Another subjects to push are the connectivity system of Callao port, where truck waiting times are between 12 and 14 hours.

In the middle of the unstable policy, which is the basic agenda to recover the confidence and the sustainable growth?

The sustainability of the companies is crucial, is one of the competitiveness basis. Many partners of our group are sustainable companies. This must not be a phrase of the vision of the companies and this has turn to be a philosophy that ends in internal procedures. ADEX must search that all their partners fulfill this requisite, with commitments and internal procedures.

What is lacking to consolidate the regions? Which are the main failures?

Lima, Arequipa, Ayacucho and Piura have always been stressed for their life standards developments. But Cusco, Arequipa, Lambayeque and Ayacucho reached record export values in 2018. This due to higher mining sales, but also agricultural products. We are trying to leave from traditional exports to the non-traditional. If we have a demand from abroad, we have to fulfill with it. From the part of ADEX, we need that the private and public sector are joined to make a value chain. Products with value added have to be developed.

Desarrollamos productos de alta calidad con materia prima de la Región Ucayali

- Chocolate para taza
- Coberturas de chocolate
- Ají charapita
- Piña en rodajas en almibar
- Macerado de huito
- Néctar de mandarina
- Licor de mandarina
- Ron de caña de azúcar
- Aguardiente de caña de azúcar
- Maíz amarillo duro
- Alimentos balanceados para aves, porcinos, peces y camarones.

Carretera Federico Basadre Km. 50.5, Distrito Campo Verde, Provincia Coronel Portillo, Región Ucayali - Perú
Teléfonos: (51-61) 632650 / 969 369 045 / 966 799 031
jmucayali@jmludafa.com.pe

GALIX TECH
Food Processing Machinery

Diseño y Fabricación de Plantas Industriales para:

- Molienda
- Extrusión
- Deshidratado
- Granos Andinos

Molino Pulverizador Módulo de Alta Producción Lavadora de tambor Extrusora de Cereales y Granos Andinos

E-mail: contacto@galixtech.com / gerencia@galixtech.com
Cel.: +51 996 611 989 / RPM: #996 611 989 / Cel.: +51 967 902 739 / RPM: #967 902 739
www.galixtech.com

Sólidos rumbo al Bicentenario

Strong towards the Bicentennial

El Perú lleva veinte años consecutivos de crecimiento económico. | Peru has twenty consecutive years of economic growth.



Por/By: Paulo Pantigoso Velloso da Silveira (*)

Al cerrarse el 2018, la economía peruana habrá sostenido 20 años consecutivos de crecimiento del PBI, acumulando una expansión aproximada de 151.1% para ese período (2018e: +4.0%), un notable logro luego de enfrentar décadas anteriores de profundas crisis económicas. Aun cuando las cifras oficiales del crecimiento de nuestro PBI a diciembre no serán publicadas sino hasta iniciado el 2019, estimo que alcanzaremos sin problemas esta histórica marca. En contraste, durante estos últimos 20 años, nuestros pares en la región registrarán períodos acumulados de crecimiento del PBI (que no han sido ininterrumpidos) estimados en 105.1% para Chile, 96.6% para Colombia y 54.6% para México.

En adición a los 113 meses de crecimiento consecutivo del PBI acumulados al mes de diciembre de 2018, cuando terminemos el presente año calendario, nuestra nación habrá más que duplicado su economía durante estas dos últimas décadas. Terminado el 2018 el Perú es el único país, dentro de la Alianza del Pacífico, con crecimiento consecutivo del PBI en los últimos 20 años (Colombia lo logrará previsiblemente en diciembre de 2019), y nuestra tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) para estos 20 años habrá de ser la más alta con un estimado

de 4.7% anual, versus los estimados de 3.7% para Chile, 3.4% para Colombia, y 2.2% para México, para estas mismas dos décadas.

Durante el 2008 que vio estallar la crisis financiera internacional, el Perú registró la tasa de crecimiento anual más alta en comparación con los países de la Alianza del Pacífico y de varios de los “tigres asiáticos”, obteniendo un crecimiento de 9.1%, muy similar al obtenido por China de 9.6%. Y si de más comparaciones se trata, al término del 2018 se estima que China, Hong Kong, Singapur y Corea del Sur habrán acumulado 462%, 109%, 174% y 137% de crecimiento del PBI, respectivamente, durante los mismos últimos 20 años.

Es importante considerar también que este crecimiento ha ido de la mano con una de las tasas de inflación más bajas de América Latina, con un acumulado aproximado de 71.3% (2018e: +2.0%) para el referido período. Por su parte, Chile registrará una tasa aproximada de 87.9%; Colombia, de 171.7%, y México, de 159.8%, de inflación para esos mismos 20 años de medición. Destaca también que al finalizar este 2018, nuestro país cumplirá 21 años (descontando la deflación del año 2001), con inflación anual de un dígito.

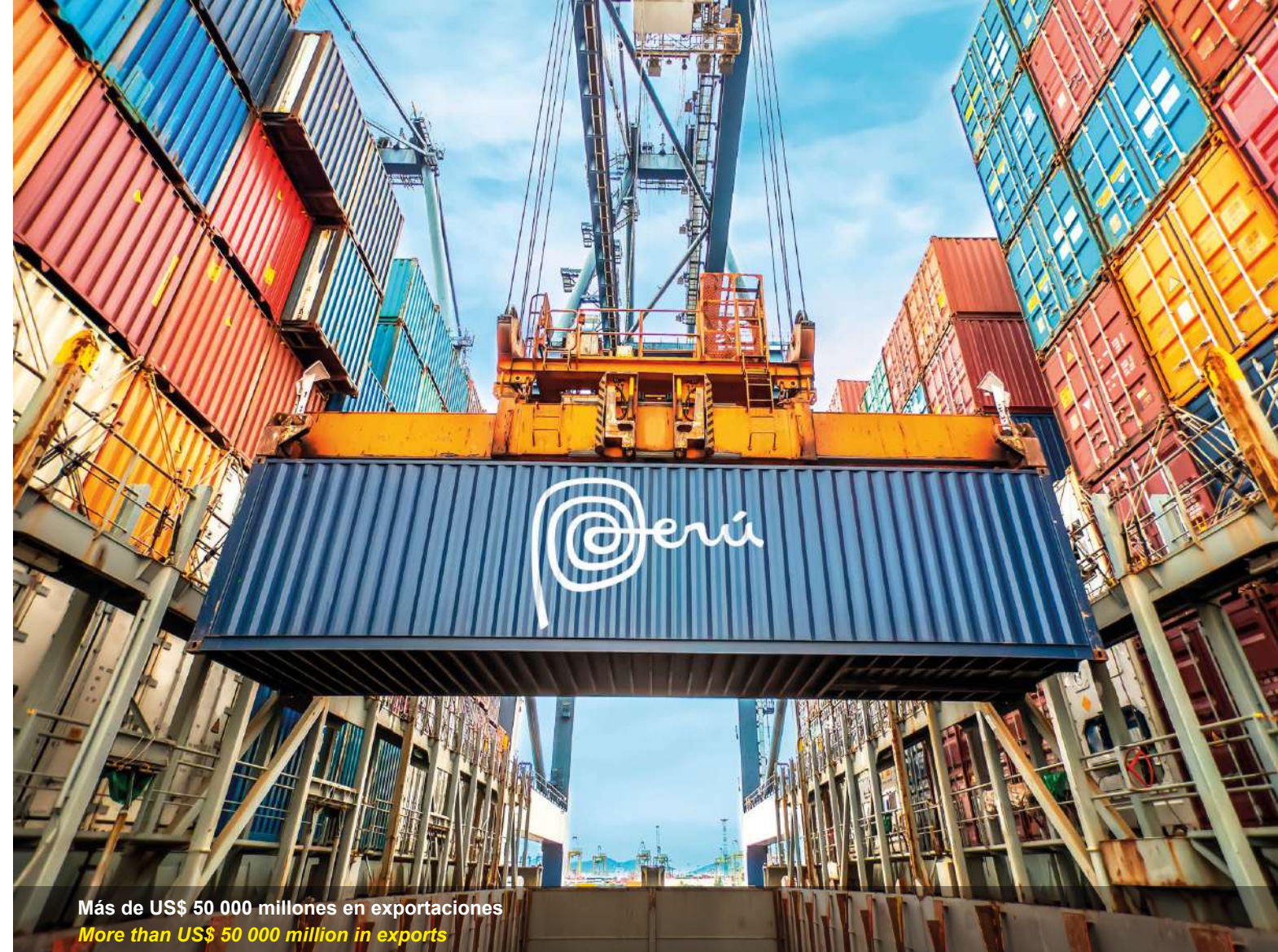
Dentro este periodo de crecimiento, el PBI real per cápita cobró un importante impulso, alcanzando un crecimiento anual promedio de 4.3% en 2001-2010 y de 3.2% en 2011-2017, las tasas más altas de nuestra historia reciente. Como reflejo de la mejora sostenida de estos años, The Economist Intelligence Unit (EIU) prevé que el PBI per cápita del

Perú -medido a niveles de paridad de poder adquisitivo- será equivalente a un tercio (32.2%) del nivel de EE.UU. para el 2050, siendo actualmente solo un quinto (20.4%).

Durante estos últimos 20 años, el Perú logrará importantes hitos: a diciembre de 2018, obtuvo 113 meses de crecimiento económico consecutivo contados desde agosto de 2009. Asimismo, previamente, acumuló 93 meses de crecimiento continuo desde julio de 2001 hasta marzo de 2009, demostrando el dinamismo de la fuerza laboral reflejada en la actividad económica y el atractivo de nuestro país para las inversiones extranjeras.

Por actividad económica, al término del presente año, varios sectores productivos habrán superado niveles 2.5 veces su valor hace 20 años. Por ejemplo, se estima que el mayor crecimiento acumulado habrá sido alcanzado por Electricidad y Agua (180.9%), seguido por el de Comercio (167.4%), Servicios (166.4%), Minería e Hidrocarburos (166.0%) y Construcción (160.0%). En tanto, habrán más que duplicado su valor los sectores de Pesca (132.1%), Agropecuario (119.8%) y Manufactura (102.3%).

Del mismo modo, destaca aquí la expansión ininterrumpida del sector Electricidad y Agua, incluso más allá de los 20 años, seguido de los 17 años de expansión continua del sector Servicios. También los 14 años ininterrumpidos del sector Agropecuario y los 9 años del sector Comercio. Así, aun en un contexto internacional agitado, en medio de crisis financieras en las principales economías del mundo y



Más de US\$ 50 000 millones en exportaciones
More than US\$ 50 000 million in exports

ante conflictos geopolíticos que generan incertidumbre en las decisiones de inversión, el Perú sigue afianzando su desarrollo y dando muestras de fortaleza en su economía.

Como reflejo de estos datos, solo en los últimos 10 años la clase media peruana creció 26.6%, estima el Instituto Peruano de Economía (IPE). Este extendido progreso ha ido acompañado de una tasa de actividad emprendedora por encima del 20% en los últimos 14 años (desde que se tiene registro), de acuerdo con el informe de Global Entrepreneurship Monitor. Es decir, casi uno de cada 5 peruanos ha estado involucrado en la puesta en marcha de un negocio o ya es dueño de uno con menos de 3.5 años de funcionamiento, muestra explícita de una población pujante en busca de y generadora de oportunidades.

Este crecimiento se refleja también en las exportaciones totales, las cuales en el 2017 alcanzaron US\$ 45 300 millones y que con el crecimiento anual sostenido hasta setiembre (15%), se prevé que superaremos los US\$ 50 000 millones al término del 2018.

Recientemente, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) destacó al Perú como uno de los países de América Latina -junto a Chile- con la mejor calidad de gasto público. De este modo, las actuales calificaciones de riesgo de Perú, categorizado en grado de inversión desde el 2008, reflejan el largo camino seguido por el país hacia la estabilidad macroeconómica y financiera.

Al alcanzar la marca de los 20 años consecutivos de crecimiento del PBI, tenemos varias lecturas mixtas: por un lado solemos juzgarnos “menos bien” internamente, de lo que cómo se nos

ve desde afuera. Lo cierto es que si macroeconómicamente despertamos reconocimiento y admiración, el reto del bienestar general resulta en la urgencia de los connacionales en ver que ese crecimiento permee de manera no desigual. Igualmente, cada vez es más notoria la generación de manifestaciones de frustración cuando la evidencia del no atendimento rápido y certero de las diferentes necesidades sociales no es atajada por las grandes reformas que urgen ejecutar. Dicho en sencillo, solemos calcular el (máximo) “crecimiento potencial” del país y para cuando obtenemos el (menor) “crecimiento real” simplemente confirmamos nuestras sospechas: el que las brechas en infraestructura (¡vaya que estamos llegando al límite de resiliencia en la vida urbana!), salud y educación siguen siendo graves, por citar algunas. Con un buen liderazgo y concreción

de acciones, de una vez, nuestro Perú de 32 millones de habitantes y que casi suma la totalidad de habitantes de, por ejemplo, Chile más Ecuador (35 millones) tiene efectivamente la potencia de crecer mucho más cada año, y mejor.

Ante este importante hito por venir en la historia reciente de nuestra vida económica republicana, resultará importante divulgar más este logro que conseguiremos próximamente, pues convendrá prestigiar a nuestro país y ser positivos y propositivos, y continuar con ello invitando a la inversión extranjera a venir al Perú, pues somos un país diferente y de mucho mayor estabilidad vista desde afuera, de lo que creemos y sentimos desde dentro. Todo esto se refrenda con la disminución de la pobreza en ese mismo lapso, desde un 54.8% de finales de 2001 a un estimado de 20.8% para finales de 2018, y por obtener y mantener la segunda calificación de grado de inversión más alta de Latinoamérica desde 2014, evaluada como “alta capacidad de repago”, cuando 20 años atrás éramos evaluados tres peldaños más abajo, con “alta incertidumbre de capacidad de repago”. Finalmente, el avance de la economía hasta el 2021 conllevaría a reducir la pobreza a aproximadamente 18% para el año de nuestro bicentenario.

Hemos recorrido un largo camino hacia la estabilidad económica siendo este un trabajo y logro conjunto entre todos los sectores y la población, y que si bien tenemos todavía mucho por hacer, vale ser conscientes y rescatar lo avanzado para darnos aliento y afinar nuestras estrategias. Sumamos a nuestra gastronomía, historia y cultura, este logro económico que es un incentivo para seguir trabajando comprometidos en este segundo tiempo rumbo al bicentenario, y que vigoriza el título de este artículo.

(*) Country Managing Partner de EY Perú

When closing 2018, Peruvian economy will have sustained 20 consecutive years of its GNP growth, building up an

approximate expansion of 151.1% for that period (2018e: +4.0%), a remarkable achievement after facing past decades of deep economic crisis. Even when official growth figures of our GNP to December will not be published until the beginning of 2019, I estimate that we will reach certainly that historic record. In contrast, during these last 20 years, our peers in the region will register accrued growing periods of GNP (that have not been uninterrupted) estimated in 105.1% for Chile, 96.6% for Colombia and 54.6% for Mexico.

In addition to the 113 months of GNP consecutive growth, accrued to December 2018, when we finish this calendar year, our nation will more than double its economy during these two last decades. Finishing the 2018, Peru is the only country within the Pacific Alliance with a consecutive GNP growth in the last 20 years (Colombia will predictably obtain it in December 2019), and our compound annual growth rate (CAGR) for these 20 years will have to be the highest with an annual estimate of 4.7%, versus the estimations of 3.7% for Chile, 3.4% for Colombia and 2.2% for Mexico, for these same two decades.

During 2008, international financial crisis precipitated, Peru registered the highest annual growth rate in comparison with the countries of the Pacific Alliance and various of the “Asian tigers”, obtaining a growth of 9.1% very similar to the one obtained by China of 9.6%. If it's about comparisons, at the end of 2018 it is estimated that China, Hong Kong, Singapore and South Korea will accumulate 462%, 109%, 174% and 137% of the GNP growth, respectively, during the same last 20 years.

It is also important to consider that this growth has come with one of the lowest inflation rates in Latin America, with an approximate accumulated percentage of 71.3% (2018e: +2.0%) of the referred period. On the other hand, Chile will register an approximate rate of 87.9%; Colombia, of 171.7%, and Mexico, of 159.8%, of inflation for those same 20 years of measurement. It is

also highlighted that when ending this 2018, our country will reach 21 years (discounting the deflation of 2001) with an annual inflation of one digit.

Within this growth period, the real GNP per capita gained an important boost, reaching an annual average growth of 4.3% in 2001-2010 and 3.2% in 2011-2017, the highest rates of our recent history. As a reflection of a sustained improvement of these years, The Economist Intelligence Unit (EIU) estimates that the per capita GNP in Peru -measured at purchasing power parity level- will be equivalent to a third (32.2%) at United States level for 2050, being actually only a fifth (20.4%).

During these last 20 years, Peru will obtain important milestones: to December 2018, obtained 113 months of consecutive economic growth starting since August 2009. In addition, previously, it accumulated 93 months of continuous growth since July 2001 until March 2009, demonstrating the dynamism of the labor force reflected in the economic activity and the attractive of our country for foreign investments.

Regarding the economic activity, when ending the actual year, various productive sectors should have exceeded levels 2.5 times its value 20 years ago. For example, it is estimated that the greatest growth accumulated would have been obtained by Power and Water (180.9%), followed by the Commerce (167.4%), Services (166.4%), Mining and Hydrocarbons (166.0%) and Construction (160.0%). Meanwhile, there will have more than duplicated their value the Fishing (132.1%), Farming (119.8%) and Manufacturing (102.3%) sectors.

At the same time, it highlighted herein the uninterrupted expansion of Power and Water sector, to go beyond the 20 years, followed by the 17 years of continuous expansion of Services sector. Also the 14 uninterrupted years of the Farming sector and the 9 years of the Trade sector. So, even in a turbulent international context, in between finan-

cial crisis in the main economics of the world and before geopolitical conflicts that generate uncertainty in investment decisions, Peru continues consolidating its development and proving its economy strength.

As a reflection of this information, only in the last 10 years, the Peruvian middle class grew 26.6%, as per estimated by the Peruvian Economic Institute (IPE). This extending progress has been accompanied by an entrepreneurial activity rate over the 20% in the last 14 years (since there is a registration), according to the Global Entrepreneurship Monitor report. In other words, almost one of each 5 Peruvian citizens has been involved in the implementation of a business, or is already the owner of one with less than 3.5 years of operation, an explicit sample of a vibrant population searching and generating opportunities.

This growth is also reflected in total exports, which in 2017 reached US\$ 45 300 million and with a yearly sustained growth until September (15%), it expected that we exceed the US\$ 50 000 million when ending 2018.

Recently, Inter-American Development Bank (IDB) rewards Peru as one of the Latin America Countries – together with Chile- with the best quality of public expenditure. In this way actual risk qualifications of Peru, categorized in investment grade since 2008, reflects a long way followed by the country through the macro-economic and financial stability.

When reaching the record of the 20 consecutive years of GNP growth, we have various mixed lectures: from one side we are used to judge us “less than good” internally, of what we are seen from outside. What it is true is that if on a macroeconomic way we receive recognition and admiration, the goal of general welfare is urgent for the co-nationals to see that this growth remains but not on an unfair way. At the same way, the generation of frustration manifests each time is more obvious when the different so-

cial needs are not obviously attended correctly by the big reforms that need to be executed. Simply stated, we use to calculate the (maximum) “potential growth” of the country and when we obtain the (minor) “real growth”, we simply confirm our doubts: that the infrastructure breaches (Oh Dear we are reaching the limits of resilience in urban life!), health and education are still serious, to mention some. With a good leadership and executed actions, from now on, our Peru of 32 million of habitants and that still sum the total habitants of, for example, Chile plus Ecuador (35 million) has effectively the power to grow much more each year, and better.

Before this important milestone to come in the recent history of our republic economic life, it will be important to expose more this achievement that we will soon obtain, because it is suitable to boost our country and to be positive and proactive, and continue inviting the foreign investment to come to Peru, as we are a different country, with much more stability seen from outside, of what we believe and feel from inside. Everything is endor-

sed with the reduction of the poverty in that same period, from a 54.8% at the end of 2001 to an estimate of 20.8% at the end of 2018, and to obtain and keep the second qualification of the highest investment record of Latin America since 2014, evaluated as a “high repayment capacity”, when 20 years ago we were evaluated three steps down below, with a “high uncertainty of repayment capacity”. Finally, the progress of the economy until 2021 will led to reduce the poverty to approximately 18% for our bicentennial year.

We have gone a long way through the economic stability being a joint work and achievement among all sectors and population, and although we still have much to do, it is worth to be conscious and rescue all what we have advance to give us a breath and refine our strategies. We add to our gastronomy, history and culture, this economic achievement that is an incentive to continue working committed in this second time through the bicentennial, and that energize the title of this article.

(*) Country Managing Partner of EY Perú



Entre 2008-2018 la clase media creció 26%
Middle class grew by 26% between 2008-2018



Tejiendo un buen futuro

Weaving a bright future

La industria de la vestimenta y decoración sigue impulsando su crecimiento en el exterior. | Garment and decoration industry continues to boost its growth abroad



El 2018 fue un año de logros para Jéssica Rodríguez, co-fundadora de Art Atlas, empresa peruana especializada en la confección de prendas de vestir hechas de fibras naturales de alpaca y algodón. En el 2018, su empresa, que exporta un promedio de 12 000 prendas mensuales, tuvo un crecimiento en ventas y reforzó las relaciones comerciales con sus clientes. Para el presente año, Rodríguez espera afianzar este crecimiento a nivel nacional e internacional.

“Para el 2019 tenemos miras a seguir creciendo en nuestras exportaciones con socios estratégicos en el mundo entero. Para nosotros es importante seguir conquistando nuevos mercados con nuestra marca propia, Anntarah. Queremos ingresar de una forma

agresiva en el comercio electrónico (e-commerce) que nos permita tener un trabajo sin fronteras y generar oportunidades increíbles de desarrollo en el mercado internacional, sin dejar de seguir creciendo con nuestras aperturas de tiendas a nivel local”, señala Rodríguez.

Parte del crecimiento sostenido de Art Atlas se debe al trabajo en conjunto con PromPerú, organismo público que, asegura Rodríguez, juega un papel muy importante en el acompañamiento y promoción de las empresas exportadoras peruanas. “Venimos trabajando con ellos desde hace muchos años. Participamos en ferias nacionales e internacionales logrando el conocimiento y apertura de nuevos mercados”, explica la co-fundadora de Art Atlas.

Promoción comercial

Si bien las ferias y misiones son las herramientas de promoción comercial tradicionales desarrolladas por PromPerú para conquistar nuevos mercados, en el último año la entidad ha buscado que las empresas que tienen la modalidad de producir con marca propia participen en plataformas comerciales a través de un fondo de promoción. “Ya estamos promocionando la internacionalización de la marca propia. Lo que tenemos que hacer es que cada empresa participe de acuerdo a su universo de producto”, señala Igor Rojas, coordinador de la industria de la vestimenta y decoración de PromPerú.

Como resultado de estas acciones de promoción comercial en el 2018 PromPerú consiguió promover 25 empresas e igual número de marcas en el rubro

textil y de confecciones. Además, según proyecciones, se logró alrededor de US\$ 2.5 millones de exportaciones de marca propia. Igor Rojas también destacó el lanzamiento de Alpaca del Perú. “Es la primera marca sectorial que hemos lanzando en PromPerú, generando interés de inversionistas que han colocado tiendas en el mercado chino.”, subrayó Rojas.

En el 2019 se tiene previsto realizar misiones comerciales a varios países con el fin de buscar y cerrar negocios con nuevos compradores. Se tiene en agenda Estados Unidos, el Perú Moda que se realizará en Sao Paulo (Brasil), la misión a Corea, Japón y China y un viaje de negocios a Europa, en donde se invitará a compradores. Igor Rojas explica que “lo que se quiere es incorporar 10 o 15% más de empresas sobre estas plataformas.”

Medidas de superación

Seguir creciendo en exportaciones es uno de los objetivos, indica Martín Reaño, gerente del Comité Textil-Confecciones de la Sociedad Nacional de Industrias. Para esto es fundamental el apoyo del Estado. “Para que el mercado sea transparente el Estado tiene que hacer su trabajo. Ese es un tema muy importante porque la cadena textil y de confección peruana está muy golpeada por la informalidad, la competencia desleal y por la excesiva rigidez laboral que existe”, aclara Reaño.

Con medidas correctivas las empresas exportadoras peruanas pueden hacerse más competitivas e incrementar el comercio con su principal mercado, el norteamericano. Además, tendrían mejores oportunidades de desarrollar mercados regionales en Brasil, Chile, Bolivia, Ecuador, Colombia y Argentina. Asimismo, se potenciaría el comercio textil con el mercado europeo y asiático.

“En Perú tenemos materia prima de excelente calidad y una capacidad de gestión muy alta. Los empresarios de textil y confecciones están capacitados para explotar y desarrollar de la forma más productiva sus negocios”, enfatiza Reaño. Otra fortaleza es que las empre-

sas siguen invirtiendo en forma sostenida. Se invierte entre 150 y 200 millones de dólares al año y de ese valor menos del 10% es de maquinaria usada. “Eso significa que la industria se sigue modernizando y está apostando por nuevos equipos. Esto es importante porque permite a las empresas estar al

día con los últimos avances y ofrecer al consumidor nacional y externo productos de calidad”, finaliza.

2018 was a year of achievements for Jessica Rodríguez, co-founder of Art Atlas, a Peruvian company specialized in garment manufacturing





investors that have positioned stores in Chinese market”, said Rojas.

In 2019 it is expected to organize commercial missions to different countries, in order to seek and close businesses with new buyers. It is expected United States in the agenda, Peru Moda fair will take place in Sao Paulo (Brazil), the mission to Korea, Japan and China and a business trip to Europe, where buyers will be invited. Igor Rojas explains that “the aim is to incorporate 10 or 15% more of the companies over these platforms”.

Overcoming measures

One of the objectives is to continue growing in exports, says Martín Reaño, manager of Textile-Garment Committee of the National Society of Industries. For this purpose, it is essential to have the support of the State. “For a more transparent market, the State has to make its work. It is a very important matter because the Peruvian textile and garment chain is hit by the informality, the unfair competition and the excessive existing labor rigidity”, clarifies Reaño.

With corrective measures the Peruvian export companies can be more competitive and increase the trade with their main market, the North-American. Also they would have better opportunities to develop regional markets in Brazil, Chile, Bolivia, Ecuador, Colombia and Argentina. Also, the textile trade will be boosted with European and Asian market.

“We have in Peru raw material of an outstanding quality and a very high management capacity. The textile and garment businessmen are trained to run and develop their businesses on a more productive way”, emphasizes Reaño. Our strength is that the companies continue investing on a sustainable way. Between 150 and 200 million dollars are invested yearly and less than 10% of this value is used machinery. “That means that the industry continues to be modernized and it is opting for new equipments. This is important because the companies could be updated with last developments and offering quality products to the national and foreign consumer” ended.

produced with natural fiber of alpaca and cotton. Her company which exports an average of 12 000 monthly garments had a sales growth in 2018 and reinforced its commercial relationships with its customers. For this year, Rodriguez expects to consolidate this growth at national and international levels.

“For 2019 we have set our sights on continue growing in our exports with strategic partners in the whole world. It is important for us to continue conquering new markets with our own trademark Anntarah. We want to enter aggressively in electronic commerce(e-commerce) that will enable us to have a work without borders, and generate incredible opportunities for the development of international market, without failing to continue growing with new stores opening nationwide”, said Rodriguez.

Sustainable growth of Art Atlas is partly due to work in conjunction with PromPeru, a public body that plays and important role in the assistance and promotion of Peruvian exports companies, said Rodriguez. “We are working with them for many years. We

participate in national and international fairs, obtaining the knowledge and opening to new markets”, explained the co-founder of Art Atlas.

Trade promotion

Even though fairs and missions are the traditional trade promotion tools developed by PromPeru to conquer new markets, in the last year the entity has been seeking that the companies producing with an own brand participate in commercial platforms through a promotion fund. “We are promoting the own brand internationalization. What we have to do is that each company participates according to its product universe”, said Igor Rojas, garment and decoration industry coordinator of PromPeru.

As a result of these trade promotion actions, in 2018 Prom Peru obtained the promotion of 25 companies and same number of brands in the textile and garment industry. Also, according to projections, around US\$ 2.5 million of own brand exportations were achieved. Igor Rojas also highlighted the launch of Alpaca del Peru brand. “It is the first trademarked brand that we have launched in Prom Peru, generating the interest in

A pescar oportunidades

Let's fish opportunities

El sector pesquero y acuícola han mostrado varios cambios el 2018. Los protagonistas hacen un balance y muestran sus cartas para el 2019.

Fishing and Aquaculture sectors have shown various changes in 2018. The players have made a balance and show their cards for 2019.

El Perú, conocido por su geografía diversa, posee condiciones favorables para el desarrollo de sus diferentes actividades productivas. El área de pesca y acuicultura muestra diferentes realidades sobre un fin común: el suministro de fuentes de alimento para la exportación. En la búsqueda de este objetivo, el sector se ha visto afectado por condiciones oceanográficas, de mercado, políticas y coyunturales que van desde anomalías en el mar hasta caídas en los precios internacionales.

Karl Berger, coordinador del departamento de Productos Pesqueros de PromPerú, explica que, en términos de producción acuícola, tenemos un ritmo creciente anual. Señala que este año se ha aprobado la ley que amplía los beneficios tributarios al sector acuícola. Esto se traduce en mayores beneficios al sector que se suman a los TLC.

“Tenemos la ventaja de los acuerdos comerciales y sobre todo un producto nacional reconocido de muy alta calidad” señala. Aunque no somos los únicos productores, países como Tailandia, Vietnam, Indonesia y Ecuador son competidores en langostinos. “No somos el productor más grande, pero nos destacamos por la calidad” concluye Berger.

Es una opinión que comparte Gerd Burmester, director comercial de Ecosac, la segunda empresa acuícola más grande del Perú. Ecosac va a diferentes mercados con propuestas inteligentes y evalúa dónde enfocar sus esfuerzos.



“En menor medida a Estados Unidos, Burmester explica que en China hay que calificar con un mayor nivel de calidad, ahí donde el producto indio



no califica. Subraya que el langostino no puede tener la cadena de frío interrumpida o un trayecto largo entre la zona de cosecha y planta de proceso. El sistema es aislado y totalmente inocuo. Agrega que el consumidor chino es exigente y Ecosac, empresa peruana con 17 años de experiencia, se alinea a sus requerimientos cumpliendo todas las certificaciones.

“Lo más importante de este año ha sido la apertura del mercado chino gracias al esfuerzo de los estamentos que han estado trabajando para esto. Es un paso gigantesco que se ha dado”, comenta Burmester en relación al protocolo sanitario para la exportación de langostinos peruanos, el cual fue suscrito por las autoridades de ambos países en setiembre de 2017.

El primer envío arribó al puerto de Taijin, Xingang, en setiembre de 2018. Sin embargo, a pesar de las buenas noticias este ha sido un año normal debido a las lluvias en 2017 y a la oferta mayor de los países asiáticos y de Ecuador, refiere Burmester. Señala que los principales merca-

dos, en orden de prioridad, son China, Corea, Estados Unidos y Europa. Concluye que, de enero a mayo, está estimado unos 190 contenedores de langostino.

Este 2019 Burmester espera, en relación a la acuicultura, que el clima tenga estabilidad y que no caigan los precios en el mercado internacional. “No se trata solo de sembrar lo que se escucha que está funcionando y darle para adelante, sino de ser conscientes de que vamos a ser capaces de hacer bien el producto. No solo es nuestra imagen como empresa sino la imagen del Perú”, finaliza.

En la pesca la situación en 2018 fue distinta. Carlos Milanovitch, Presidente de Comité de Pesca y Acuicultura de la Sociedad Nacional de Industrias, señaló que se presentaron graves anomalías oceanográficas que provocaron el alejamiento de la costa de diversas especies, como la merluza, la pota, los calamares y otros cefalópodos como el pulpo, lo que ocasionará una escasez de capturas de las especies mencionadas.

Milanovitch advierte que la mayoría de empresas pesqueras, congeladoras y conserveras están pasando por una situación muy difícil. Explica que, en Paita, de las 25 plantas industriales, hay 20 cerradas y 5 operan al 20% de su capacidad. Esta crisis ha originado la necesidad de querer pescar la anchoveta en cajas con hielo. Aunque esto conlleva un sobre costo que están dispuestos a asumir no obtienen la licencia para hacerlo.

“La anchoveta se ha transformado en un recurso de propiedad de los grupos que producen la harina de pescado. Son pocos y ellos consideran que la anchoveta es un recurso que está plenamente explotado y que no se deben dar más licencias” señala Milanovitch.

Las anomalías en el océano se han presentado en julio el 2018 y han reducido la captura de todas las especies, refiere. “Genera mucho desempleo, teniendo en cuenta además que la industria del congelado es la que genera entre el 80 y 85% del empleo

de toda la industria pesquera”. Señala que, a pesar de esta gran importancia como sector económico, aún no logramos transformar a nuestro sector: la pesca destinada al consumo humano, prioritario dentro de la pesquería en el Perú” concluye.

Known for its varied geography, Peru has favorable conditions for the development of different productive activities. Fishing and Aquaculture areas show different realities over a common concern: the supply of food sources for exportation. By searching this objective, the sector has been affected by oceanographic, market, political and contextual conditions that go from anomalies at sea until drop in international prices.

Karl Berger, coordinator of Fishing Products Department of PromPeru, explains that in terms of aquaculture production, we have an annual increasing rhythm. He mentions that in this year the law extending tax benefits of the aquaculture sector has been approved. This results in greater benefits for the sector that are added to the Free Trade Agreement (TLC).

“We have the advantage of commercial agreements and most of all a national product recognized by its high quality” said Mr. Berger. Even we are not the sole producers, countries such as Thailand, Vietnam, Indonesia and Ecuador are competitors in shrimps. “We are not the biggest producer, but we emphasize in quality” concludes Berger.

This opinion is shared by Gerd Burmester, commercial director of Ecosac, the second biggest aquaculture company in Peru. Ecosac goes to different markets with intelligent proposals and evaluates where efforts have to be focused on. “In minor scale to United States, because there we compete with products from India”.

Burmester explains that in China if you want to qualify, it is necessary to



have a product of high quality, and therefore the Indian product does not quality. He stresses that the shrimp cannot have an interrupted cold chain or a long route between the crop zone and the processing plant. The isolation system is completely safe. To this, he adds that the Chinese consumer is demanding and Ecosac, a Peruvian company with 17 years of experience, is aligned with their requirements, fulfilling with all certifications.

“The most important thing of this year has been the opening of Chinese market, thanks to the effort of the entities that have worked on this. It is a huge step that has been done”, says Burmester in relation to the sanitary protocol for the exportation of Peruvian shrimps, which was signed by authorities of both countries on September 2017.

The first shipment arrived to Taijing, Xingang port on September 2018. However, in spite of good news, this has been a normal year due to rains in 2017 and the greatest offer of the Asian countries and Ecuador, referred Burmester. He mentioned that the main markets, in priority order, are China, Korea, United States and Europe. He concludes that from January to May, it is estimated a number of 190 containers of shrimp.

Regarding the aquaculture, Burmester expects that this 2019 the weather

stability and the international markets do not fall. “It is not only to crop what it is being heard that it is working and go ahead, but to be conscious that we are going to be able to make a good product. Not only is our image as a company but the image of Peru”, ended.

The situation was different for fishing in 2018. Carlos Milanovitch, President of Fishing and Aquaculture Committee of the National Society of Industries, said that great oceanographic anomalies were presented, that originated the distance of different species from the coast, such as the hake, flying squid, common squids and other cephalopods as the octopus, that would cause a shortage of the capture of above mentioned species.

Milanovitch warns that the majority of refrigerated and canning firms, are in a very difficult situation. He explains that in Paita from the 25 industrial plants, 20 are closed, and 5 operates in 20% of their capacity. This crisis has originated that need of fishing anchovy in ice boxes. Although this generates an overrun that they are willing to assume, they do not obtain a license to operate.

“The anchovy has become a property resource of the groups that produce fish flour. They are few and they consider that the anchovy is a resource that is fully exploited and no more licenses must be done”, says Milanovitch.

Ocean anomalies have been presented on July 2018, and have reduced the capture of all species, refers Milanovitch. “This generates high unemployment, considering that also the refrigerated industry gives between 80 to 85% of the employment of all the fishing industry”. He says that despite the great importance as an economic sector, we still do not convert our sector: fishing destined to human consumption, a priority within fishery in Peru”, concluded.

Sistema de Alerta Temprana en el Cultivo de Café

En base a los resultados obtenidos, el SENASA convoca a los nuevos Gobiernos Regionales y Locales del sector cafetalero para que se integren al piloto de un Sistema de Alerta Temprana contra la roya amarilla del café y el ojo de gallo.

Glen Quintanilla Montoya¹, Marisela Yabar Larios¹, José Galarza Bazán¹, Roberto Atoche Acosta²

¹Servicio Nacional de Sanidad Agraria

²A2 Technic S.A.C.



Resumen

El Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA, con la empresa A2 TECHNIC SAC ejecutó el Proyecto: "Desarrollo de un sistema de alerta temprana de plagas priorizadas en el cultivo del café en la provincia de Chanchamayo", a través del Convenio N°546-FIDECOM-INNOVATEPERU-PIMEN-2015, mediante el Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad - FIDECOM del Ministerio de la Producción.

El Proyecto tuvo como objetivo desarrollar un sistema de alerta temprana (SAT) que permita controlar y dismi-

nuir las pérdidas ocasionadas por las plagas en el cultivo del café. Para tal efecto, se realizó la adaptación del modelo genérico de infección para patógenos fúngicos foliares, a las condiciones del área de estudio, y la instalación de una estación meteorológica automatizada ADCON, que cuenta con un potente Software de procesamiento de datos denominado AddVANTAGE Pro 6.5.

El modelo que se tropicalizó para el sistema de alerta temprana fue desarrollado por la Universidad de Carolina del Norte y adecuado a las condiciones

específicas de dos plagas de importancia económica para el cultivo del café, como son la Roya amarilla (*Hemileia vastatrix* Berkeley & Broome) y el Ojo de gallo *Mycena citricolor* (Berk. & Curtis) Sacc.

Este modelo permitió utilizar, como disparador de las alertas, las horas de humedad de hoja acumulada; para ello, de acuerdo a las características del patógeno y la fenología del cultivo, se consideraron tres niveles críticos de humedad de hoja acumulada con periodos de 8, 10 y 12 horas.

La mayor relación entre los niveles

de infestación de las plagas estudiadas con las alertas emitidas se observaron en el nivel II de horas de humedad de hoja acumulada para la Roya amarilla y del nivel III para el caso del Ojo de gallo; por lo que éstos parámetros podrían ser utilizados para la implementación del modelo a nivel de producción.

Introducción

Durante los últimos años, la problemática fitosanitaria del café, se ha visto afectada por la roya amarilla del café, que es causada por el hongo *Hemileia vastatrix*. Esta enfermedad es originaria del noreste de África; sin embargo, ya en el año 1970 su presencia fue registrada en Brasil, propagándose hacia Centroamérica, donde fue reportada en el año 1976 en Nicaragua y luego se expandió a diferentes países de Centroamérica, México, el Caribe y América del Sur.

Hacia el año 2012, la roya amarilla del café se manifestó como una epifitía que afectó a una serie de países productores de café, ocasionando daños considerables a la producción que van del 30 al 100%, afectando de esta manera, la exportación de café en grano y la economía de estos países.

En el Perú, esta situación se manifestó en el incremento de la severidad de esta enfermedad, en los principales departamentos productores de café, lo que motivó la declaratoria del estado de "Emergencia fitosanitaria" en el año 2013. Esto significó una alta inversión del estado en apoyo al sector cafetalero, para aplacar los estragos de esta plaga, con la adopción de una serie de medidas tanto de control, como de fortalecimiento de capacidades de los productores; así como de financiamiento orientado a la renovación de cafetales a través de créditos financieros.

Materiales y Métodos

El presente estudio, tuvo como objetivo evaluar la adaptación del Modelo genérico de infección para patógenos fúngicos foliares "Generic Infection Model for Foliar Fungal Plant Pathogens" a dos plagas priorizadas del café; como son la Roya amarilla (*He-*



mileia vastatrix Berkeley & Broome) y el Ojo de gallo *Mycena citricolor* (Berk. & Curtis) Sacc.

El modelo se basa en la estimación de la infección producida por un patógeno, teniendo en cuenta las temperaturas cardinales de un organismo y la duración de la humedad superficial de la hoja requerida para su desarrollo, o sea está en función de la temperatura de respuesta escalada a la duración de la humedad en la superficie de la hoja. Los autores de este modelo sometieron las predicciones obtenidas a través de este método a una comparación estadística con las observaciones sobre la enfermedad en 53 estudios de infección en condiciones ambientales controladas con resultados satisfactorios. Asimismo, denotaron que las interrupciones de humedad también son importantes para estimar la infección a través de los datos meteorológicos por hora; por lo tanto, a través de un análisis por separado se examinaron la influencia de la duración y el momento de tales interrupciones.

La parcela de estudio, está ubicada en el distrito de San Luis de Shuaro, en la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín. La fenología descrita y utilizada por el modelo, se determinó sobre la base de la escala estandarizada de códigos denominada BBCH¹.

Los datos correspondientes a los indicadores climáticos a considerar, fueron colectados a través de una estación meteorológica automatizada de la mar-

ca ADCON. Los cálculos estadísticos relacionados a las distintas variables medidas y a la configuración e implementación del modelo de alerta, fueron procesados con ayuda del software AddVANTAGE PRO 6.5.

El modelo genérico está basado en la interacción de la planta, el medio y el patógeno. Fig. 1.

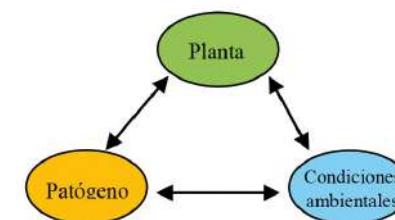


Fig.1 Relación planta - patógeno - ambiente

El modelo utilizado en nuestro estudio considera la interrelación de las variables de temperatura y humedad de hoja, asociada a la fase fenológica del cultivo.

El desarrollo de un patógeno está determinado por la siguiente ecuación:

$$\lambda(Y/(1-Y)) = b_0 + b_1W + b_2WT + b_3WT^2$$

Esta ecuación muestra la incidencia de la enfermedad (índice de riesgo) cuando se cumplen algunas condiciones.

El periodo requerido de humedad (W (T))

para un umbral crítico de la enfermedad a una temperatura dada, responde a una relación entre valor mínimo de la duración de la humedad (W_{min}) requerida y la función $f(T)$:

$$W(T) = W_{min} / f(T) \leq W_{max}$$

Donde:

$W(T)$ = duración de la humedad (en horas) para el umbral crítico de la enfermedad a temperatura T .

W_{min} = valor mínimo de la duración de la humedad requerida para el umbral crítico de la enfermedad a cualquier temperatura.

$f(T)$ = función de respuesta a la temperatura.

El modelo utiliza la función de respuesta de la temperatura de Yin, X., Kropff, M. J., McLaren, G., and Visperas, R. M. 1995, que es un método simplificado y una versión mejorada del modelo del "reloj del arroz".

La función utiliza las temperaturas cardinales de un patógeno para estimar el parámetro de forma y la respuesta de la temperatura:

$$f(T) = \left(\frac{T_{max} - T}{T_{max} - T_{opt}} \right) \left(\frac{T - T_{min}}{T_{opt} - T_{min}} \right)^{(T_{opt} - T_{min})}$$

Donde:

T = temperatura media (°C) durante el período húmedo.

T_{min} = temperatura mínima para la infección.

T_{max} = temperatura máxima para la infección.

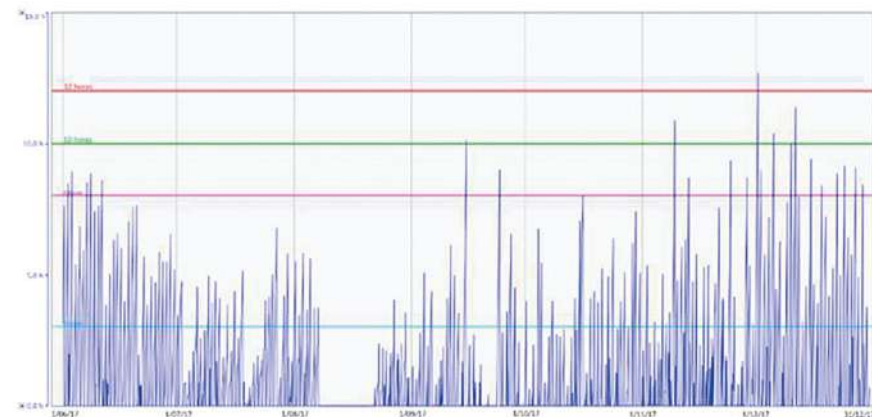
T_{opt} = temperatura óptima para la infección.

En función a lo antes mencionado, el modelo busca establecer el grado de riesgo en base a la intensidad del desarrollo de la plaga, que sirva como disparador de la Alerta para la adopción de medidas preventivas y de control.

La data de la evaluación de plagas en campo, ha sido sistematizada a través del Software Sistema Integrado de Información de la Subdirección de Moscas de la Fruta y Proyectos Fitosanitarios del SENASA (SIIMFPF); mientras

que los datos de las estaciones meteorológicas han sido sistematizadas a través del software AddVANTAGE Pro 6.5. Asimismo, se configuró un sistema de alertas, que son enviadas vía correo electrónico, a cada uno de los especialistas del equipo de trabajo.

Resultados y discusión



Sistema de Alerta Temprana contra la Roya Amarilla en el cultivo del café

La configuración de los parámetros de entrada del modelo propuesto, se realizó a través del aplicativo AddVANTAGE Pro 6.5, desarrollado por la empresa ADCON Telemetry en un ambiente WEB. Se establecieron tres niveles de "horas de humedad de hoja acumulada", bajo los cuales se podría iniciar una infestación, y de esta manera determinar el umbral crítico de la enfermedad a una temperatura (T °C) dada.

Tanto para el caso de la Roya amarilla del café (*Hemileia vastatrix*), como para el caso del Ojo de gallo (*Mycena citricolor* (Berk. & Curtis) Sacc), los niveles establecidos, de "horas de humedad de hoja acumulada" para una infestación, fueron de 8, 10 y 12 horas respectivamente.

La implementación del modelo se realizó a partir del 30 de mayo del 2017 y de acuerdo a las observaciones y cálculos realizados, se ha generado una serie de alertas cada vez que la humedad de hoja acumulada, ha alcanzado el nivel crítico para la infestación tanto para Roya amarilla, como para el Ojo de gallo.

En el caso de la Roya amarilla del café, durante el periodo comprendido entre el 1ro. de junio y 31 de diciembre del año

2017, el sistema generó un total de 15 alertas, mientras que en el caso del Ojo de gallo las alertas emitidas en total fueron 16.

Cabe mencionar que para los niveles de duración óptima de humectación de la hoja de 8, 10 y 12 horas, en el caso de la Roya amarilla, el número de alertas emitidas fueron de 15, 5 y 1 respectivamente;

mientras que para el caso del Ojo de gallo el número de alertas emitidas fueron de 16, 14 y 7.

Conclusiones

1. El nivel de riesgo para el Sistema de Alerta Temprana (SAT) está determinado por el tiempo de humedad de hoja acumulada, el cual es óptimo para el inicio de la enfermedad en función de las condiciones de temperatura.
2. Se estudiaron tres umbrales de horas de humedad acumulada de hoja (8, 10 y 12 horas) para determinar el nivel que mejor se adapta al modelo predictivo en concordancia con las observaciones de campo.
3. Para la Roya amarilla del café, el número de alertas emitidas, para los niveles de humectación de hoja de 8, 10 y 12 horas, fueron de 15, 5 y 1 respectivamente; mientras que para el caso del Ojo de gallo el número de alertas emitidas fueron de 16, 14 y 7 respectivamente.
4. Se requiere establecer una alianza con los Gobiernos Regionales y Locales que tenga vocación cafetalera para que el equipo integrado por organizaciones de productores, SENAMHI y SENASA validen y apliquen, a nivel de pilotos, este sistema de alerta temprana en sectores priorizados.

En Santo Domingo

Ciencias empresariales logra afiliación internacional.



Asistentes al V Coloquio del Sistema Internacional para la Medición, Mejoramiento y Aseguramiento de la Calidad de la Educación 2018

Todo esfuerzo tiene su recompensa, la constancia y el trabajo realizado en la Universidad Andina del Cusco se ven reflejados en los logros obtenidos en los últimos años, primero la Acreditación Internacional, luego el Licenciamiento Institucional y ahora la UAC fue ratificada como Universidad Paradigmática por parte del Sistema Internacional para la Medición, Mejoramiento y Aseguramiento de la Calidad de la Educación SIMMACE y la Red Internacional de Evaluadores RIEV.



Rector Dr. Emeterio Mendoza Bolívar, recibiendo ratificación de la UAC como Universidad Paradigmática

La ratificación como Universidad Paradigmática fue recibida con mucho orgullo y alegría por el Rector, Dr. Emeterio Mendoza Bolívar, quien junto a la Dra. Ana Aguirre Abarca, Directora de Calidad Académica participaron del "V Coloquio del Sistema Internacional para la Medición, Mejoramiento y Aseguramiento de la Calidad de la Educación, Por la Mejo-

ra Continua de la Educación Superior"; evento que se desarrolló en la Universidad Autónoma de Santo Domingo, República Dominicana.

Este importante reconocimiento, que se da por segundo año consecutivo, es gracias a que la Universidad Andina del Cusco estableció y continúa con una cultura de evaluación permanente y planeamiento institucional, lo cual conduce a su desarrollo a través de una mejora permanente en la calidad educativa.

Logra afiliación Latinoamericana la Facultad de Ciencias Empresariales

El Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Dr. Fortunato Endara Mamani, participó del 13 al 16 de noviembre último en la XVI Asamblea ALAFEC, realizada en Nuevo Vallarta, Nayarit, México. En este magno evento la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UAC, recibió la certificación de su afiliación a la Asociación Latinoamericana de



La UAC en la XVI Asamblea General ALAFEC 2018, México.

Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración, un hecho trascendental que significa el fortalecimiento de la gestión académica para elevar el nivel de enseñanza, investigación y capacitación técnica de los contadores y administradores en América Latina.

La ALAFEC, es el Organismo de Cooperación y Estudio de la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe, y fue el organismo encargado de evaluar de manera rigurosa la inclusión de la facultad del CEAC de la Universidad Andina del Cusco. Cabe mencionar que se evaluaron diferentes aspectos entre los que más destacan está el otorgamiento de la Acreditación Internacional por parte de la RIEV, además del promedio global de alumnos, docentes con diferentes grados académicos, los trabajos de investigación, la infraestructura y el campo laboral en donde se desempeñan sus egresados.

Ser parte de esta asociación significa relacionarse con las facultades y escuelas asociadas del continente así como con organismos similares. También se fomenta el intercambio de profesores, alumnos, investigadores, graduados y expositores, así como el de publicaciones, estudios y materiales de investigación y enseñanza, al igual que promover la integración cultural y espiritual de América Latina.

Cabe señalar que dicha afiliación se dio en el marco de la XVI Asamblea ALAFEC denominada "Las TIC en la formación de profesores y estudiantes, diálogo generacional en la educación superior" y que tuvo la participación de más de 190 universidades de Latinoamérica, las que compartieron experiencias y ponencias magistrales sobre administración y contabilidad.

Un mercado amigo

A friendly market

España es una excelente plaza para que las pymes se inicien en la exportación de alimentos.

Spain is an excellent spot for SMEs to start food export.



Bernardo Muñoz

En los últimos años España se ha convertido en uno de los destinos más importantes para las exportaciones no tradicionales procedentes del Perú. La entrada en vigor del TLC entre la Unión Europea (UE) y el Perú en 2013 ha dinamizado las ventas peruanas, en particular de los productos agroalimentarios.

Bernardo Muñoz, Director de la OCEX Madrid, explica que también hay otras razones que explican el crecimiento de más del 44% en las exportaciones no tradicionales del sector agro del Perú hacia ese mercado. “Más de 800 son las empresas peruanas que han exportado

unas 350 referencias distintas a España en los últimos cinco años”. Señala que, del total, más de la mitad son micro empresas (menos de 100 mil US\$/año). Esto indica que para las pymes España es una buena escuela para aprender a exportar.

Para Muñoz se trata de la suma de factores, más allá de la contra estación que favorece la exportación de productos naturales. “La gastronomía peruana está muy presente en España. Hay más de 200 restaurantes peruanos, sobre todo de gama alta. Además, en los mercados y supermercados, se encuentran también los productos peruanos”.

Superfoods del Perú

La promoción específica vinculada a la marca Superfoods del Perú ha permitido generar un mayor interés en nuevos productos más allá de los tradicionalmente demandados. Es el caso de la chía, la quinua, la kiwicha, el café y cacao, orégano, camu camu y aguaymanto, entre otros. “La entrada de nuevos productos además está muy relacionada con la labor de los cocineros peruanos en España, con quienes OCEX Madrid trabaja de la mano”.

Muñoz informa que, a raíz de la organización del I Encuentro de Gastronomía Peruana que su oficina organizó en noviembre de 2017, se consiguió que un importador de frutas y hortalizas, especializado en atender al canal Horeca, comprara semanalmente ingredientes frescos desde el Perú. Desde el año pasado llegan productos como el limón, lúcuma, rocoto, ají limo, ají charapita y olluco, entre otros.

Sumado a ello está la promoción de nuestros productos de agroexportación en las ferias internacionales. La OCEX Madrid, durante estos últimos años, ha llevado a cabo campañas integrales (360°) con socios estratégicos locales relevantes, (Grupo El Corte Inglés, Cadenas de supermercados y agencias de viaje Eroski, Atrapalo, etc.).

Hace pocos meses el grupo Eroski organizó en coordinación con la OCEX Madrid un concurso para premiar a sus clientes por la compra de productos nacionales. Los ganadores podían acceder a un descuento en viajes a Perú y ganar además una master class de cocina peruana, a cargo de un reputado chef en el prestigioso Basque Culinary Center de la ciudad de San Sebastián.

Perú en Fitur 2019

Perú participará un año más en FITUR (entre 23 y 27 de enero), la feria de turismo más importante de España. PromPerú tendrá un stand con 20 co-expositores del sector privado peruano. Se reforzará la promoción de la zona nor-amazónica, aprovechando las nuevas conectividades internas, con vuelos entre Iquitos y Cusco, así como Trujillo y Cusco. “Se destacará los destinos

del norte y de la selva en un momento muy positivo para el turismo emisor español, que queremos capitalizar”, finaliza Muñoz.

En recent years Spain has become one of the most important destinations for non-traditional export coming from Peru. With the entry into force of the free trade agreement between the European Union (EU) and Peru in 2013, Peruvian sales have been boosted particularly the agricultural products.

Bernardo Muñoz, OCEX Madrid Head, said that there are other reasons that explain the growth of more than 44% in non-traditional exports of the agricultural sector in Peru through that market. “More than 800 Peruvian companies are the ones that have exported 350 different products to Spain in the last five years”. He mentioned that from the total, more than the half are micro-enterprises (less than US\$ 100 hundreds/year). This indicates that for the SMEs, Spain is a good school to learn how to export.

In the view of Muñoz it is the sum of factors, far away from the season that favor the exportation of natural products. “Peruvian gastronomy has

a good presence in Spain. There are more than 200 Peruvian restaurants, mainly of high range. Furthermore, Peruvian products can also be found in markets and supermarkets”.

Superfoods Peru

Specific promotion linked to Superfoods Peru brand has enabled to generate a greater interest in new products far away from the traditionally demanded ones. This is the case of the chia, quinoa, kiwicha, coffee and cocoa, oregano, camu camu and aguaymanto among others. “The entry of new products is also related to Peruvian chefs in Spain, with whom OCEX Madrid is working hand-in-hand”.

Muñoz informed that since the organization of the I Meeting of Peruvian Gastronomy organized by his office in November 2017, it was obtained that fruits and vegetables importer, specialized in assisting Horeca channel (hotel, meals and catering), weekly buy fresh ingredients from Peru. Since last year, products such as lemon, lucuma, red hot pepper, limo hot pepper (ají limo), charapita hot pepper (ají charapita) and olluco arrive.

Added to this is the promotion of our agro-export products in international

fairs. During the last years, OCEX Madrid has organized comprehensive campaigns (360°) with strategic relevant local partners (El Corte Inglés Group, Supermarkets chains and travel agencies Eroski, Atrapalo, etc.).

A few months ago Eroski group in coordination with OCEX Madrid organized a contest to reward their customers for the purchase of national products. The winners could have access to a discount in trips to Peru, and also to win a master class of Peruvian cuisine in charge of a recognized chef in the prestigious Basque Culinary Center at San Sebastian city.

Peru in Fitur 2019

Peru will participate one more year in FITUR (from January 23rd to 27th), the most important tourism fair in Spain. PromPeru will have a stand with 20 co-exhibitors from private Peruvian sector. Promotion of the North Amazonian region will be strengthened, thanks to the new internal connectivity with flights between Iquitos and Cusco, as well as Trujillo and Cusco. “The northern and forest destination regions will be highlighted in a very positive moment for the Spain outbound tourism that we want to capitalize” ended Muñoz.



Kuélap, hacia la cumbre

Kuelap, reaching the top

La famosa ciudad amurallada destaca por los exitosos resultados de su promoción turística. | *The famous wall city highlights for the successful results of its touristic promotion*

El Perú continúa posicionándose como uno de los destinos culturales más importantes de la región, gracias a las campañas y trabajos realizados entre el sector público y los distintos gremios involucrados. Actualmente, ambos buscan promocionar nuevos atractivos para los visitantes. Entre esos destinos está Kuélap, una ciudad amurallada preinca situada en la Región Amazonas, en medio de precipicios y bosques, a más de 3 000 msnm.

Para facilitar el acceso a la zona se construyó un teleférico que entró en operaciones el 2017. Inicia su recorrido de cuatro kilómetros, en el distrito de Tingo. “Su construcción fue decisiva, pero de poco serviría si no hubiera conexión aérea. Hoy las aerolíneas ATSA, Latam y Viva Air ofrecen vuelos a Jaén, ciudad ubicada a cuatro horas en auto de la ciudad de Chachapoyas, capital de Amazonas.

“A esto se suman las inversiones hoteleras en la zona”, sostiene Javier Quiñones, director ejecutivo de Viajes Pacífico, una de las empresas que ofrece tours al recinto y que administra la Casa Hacienda Achamaqui, uno de los principales hoteles de la zona.

Según el empresario, la demanda del lugar está compuesta principalmente por turistas nacionales. “En cuanto a visitantes extranjeros, hemos recibido a grupos de alemanes, japoneses, franceses, norteamericanos y rusos”, cuenta Quiñones.

Su empresa apuesta por convertirse en el largo plazo en uno de los principales promotores de Kuélap y de toda la Región Amazonas. “Queremos que los ojos del mundo descubran la potencia



de este destino y lo consideren entre sus opciones de viajes”, dice el empresario.

La atención que captó el centro arqueológico de Kuélap permitió a las autoridades y gremios promocionar los otros atractivos de la región, como las Cataratas de Gocta y el Museo de las Momias de Leymebamba.

“A esto se suman sus impresionantes paisajes, cultura local y diversidad biológica, representada por sus más de 900 especies de aves, entre ellas, el colibrí cola de espátula, uno de las más hermosos y raros del mundo”, agrega Carlos Díaz, presidente de la Asociación Peruana de Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Especializado (Aptae).

Para el representante gremial, los principales objetivos de este año para Kué-

lap y la región Amazonas son mejorar la conectividad interna (a los atractivos) y la externa (a las ciudades emisoras). También promover la inversión privada en nuevos proyectos de servicios turísticos y producir y capacitar a personal de calidad que responda a las necesidades de los visitantes.

“Se deben mejorar las condiciones de visita de los atractivos turísticos, interviniendo la señalización, senderos y paneles informativos e interpretativos. Por último, es urgente y necesaria la articulación de los actores públicos y privados a través de una plataforma de gestión del destino. La idea es trabajar a partir de una visión y gestión integral”, añade Díaz Miranda.

Con el propósito de promover destinos de aventura y ecoturismo, como

la provincia de Chachapoyas (Amazonas), la Cordillera Blanca (Áncash) y la sierra de Lima, Aptae organizará junto a PromPerú y la Asociación de Comercio de Viajes de Turismo (ATTA por sus siglas en inglés) el Adventure Week Peru en abril próximo.

“Contaremos con la presencia de más de 25 operadores internacionales de turismo de aventura, quienes participarán de dos famtrips a Huaraz (Áncash) y Chachapoyas (Amazonas) y de una rueda de negocios con empresarios peruanos”, informa el representante gremial.

Perú continúa posicionándose como uno de los destinos culturales más importantes de la región, gracias a las campañas y trabajos realizados entre el sector público y los distintos gremios involucrados. Actualmente, ambos buscan promocionar nuevos atractivos para los visitantes. Entre esos destinos está Kuélap, una ciudad amurallada preinca situada en la Región Amazonas, en medio de precipicios y bosques, a más de 3 000 metros sobre el nivel del mar.

Para facilitar el acceso a la zona, se construyó un teleférico que comenzó sus operaciones en 2017. Su recorrido de cuatro kilómetros comienza en el distrito de Tingo. “Su construcción fue decisiva, pero de poco serviría si no hubiera conexión aérea. Hoy las aerolíneas ATSA, Latam y Viva Air ofrecen vuelos a Jaén, ciudad ubicada a cuatro horas en auto de la ciudad de Chachapoyas, capital de Amazonas.

“Además de esto, hay inversiones hoteleras en la zona”, dice Javier Quiñones, jefe ejecutivo de Viajes Pacífico, una de las empresas que ofrece tours al sitio y administra la Casa Hacienda Achamaqui, uno de los principales hoteles de la zona.

Según el empresario, la demanda del lugar está compuesta principalmente por turistas nacionales. “En cuanto a visitantes extranjeros, hemos recibido a grupos de alemanes, japoneses, franceses, norteamericanos y rusos”, cuenta Quiñones.

A largo plazo, la empresa apuesta por convertirse en uno de los principales promotores

de Kuélap y de toda la Región Amazonas. “Queremos que los ojos del mundo descubran la potencia de este destino y lo consideren entre sus opciones de viajes”, dice el empresario.

La atención captada por el centro arqueológico de Kuélap ha permitido que las autoridades y las asociaciones laborales promuevan otros atractivos de la región, como las Cataratas de Gocta y el Museo de las Momias de Leymebamba.

“Además de esto, hay impresionantes paisajes, cultura local y biodiversidad, representada por más de 900 especies de aves, entre ellas, el colibrí cola de espátula ‘Loddigesia mirabilis’, uno de los más hermosos y raros del mundo”, dice Carlos Díaz, presidente de la Asociación Peruana de Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Especializado (Aptae).

Para el representante gremial, los principales objetivos de este año para Kuélap y la Región Amazonas son mejorar la conectividad interna (a los atractivos) y la externa (a las ciudades emisoras). También promover la inversión privada en nuevos proyectos de servicios turísticos y producir y capacitar a personal de calidad que responda a las necesidades de los visitantes.



investment in new projects of tourist services and to produce and train quality personnel that could respond to the visitors' needs.

“The contact conditions to the tourist attractions must be improved, intervening in the signage, path and informative and interpretation panels. Finally, it is urgent and necessary the joint of public and private sectors through a management destination platform. The idea is to work from a vision and an integral management”, added Díaz Miranda.

With the purpose of promoting adventure and ecotourism destinations, such as Chachapoyas (Amazonas) province, the White Mountain (Ancash) and the mountain region of Lima, next April Aptae will organize jointly with PromPeru and the Trade Association of Tourism Travels (ATTA for their initials in English) the Adventure Week Peru.

“We will have the presence of more than 25 international operators of adventure tourism, which will participate in two famtrips to Huaraz (Ancash) and Chachapoyas (Amazonas) and a business roundtable with Peruvian businessmen” said the labor representative.

Manufacturas: expansión y consolidación

Manufactures: Consolidation and Expansion

EL sector de manufacturas diversas peruanas registró logros importantes en el 2018. | The sector of Peruvian manufactured articles registered important achievements in 2018



Las exportaciones de manufacturas diversas del Perú sumaron hasta octubre de 2018 más de US\$ dos mil millones, cifra que refleja un logro para el sector. Además, es una señal de recuperación respecto a los años previos. Las líneas que más se incrementaron fueron equipamiento para la industria alimentaria, materiales y acabados para la construcción, envases y embalajes, ingredientes naturales y proveedores a la minería.

Los principales mercados de destino fueron Estados Unidos, Colombia,

Bolivia, Chile y Alemania. Asimismo, destacaron por sus demandas Ecuador, México y Brasil, lo que evidencia la importancia del mercado regional para el sector.

Otro logro en el sector de manufacturas diversas del Perú se dio en el subsector de belleza y salud debido al uso de ingredientes naturales que antes se utilizaban exclusivamente en la industria alimentaria y ahora se están expandiendo a otros mercados. “Es un logro interesante porque muchos proveedores se están diversificando. Pro-

veen al sector alimentos pero también proporcionan ingredientes naturales para uso cosmético. Este trabajo se ha empezado hace un par de años. El 2018 se ha logrado que más empresas estén interesadas por proveer a la industria cosmética.”, señala Elmer Lava, coordinador de Manufacturas Diversas de PromPerú.

Proveedores a la minería es otro subsector en que se han registrado resultados importantes. Lava afirma que este rubro se ha consolidado debido a que proveedores peruanos están llegando con sus

exportaciones a más mercados. “Hay proveedores tanto de bienes como de servicios que están abasteciendo piezas y equipos como perforadoras, equipos de ventilación, grúas, excavadoras y camiones. Somos un país minero cuyo sector auxiliar de proveedores se ha desarrollado de manera importante y tiene un potencial muy grande”, explica.

La efectividad de Industria Perú

Para impulsar el crecimiento en todos los subsectores de Manufacturas Diversas, que también engloba a proveedores para la construcción, se ha implementado la internacionalización de la rueda de negocios Industria Perú. “Es nuestro evento más importante. En la edición del 2018 se generaron compromisos comerciales por US\$ 105 millones. Al evento asistieron 165 compradores de 32 países. Las delegaciones más numerosas fueron las de Bolivia, Chile, Colombia y Ecuador”, precisa Lava.

Por estos resultados Industria Perú se ha consolidado como actividad referente en cuanto a acercar a las empresas peruanas con potenciales compradores internacionales de diversas líneas, logrando acuerdos comerciales efectivos. Un caso de éxito que refleja esta efectividad es Frenosa, empresa comercializadora de productos de fricción para vehículos y maquinaria industrial.

Georgios Patsias, su gerente comercial, señala: “consideramos que Industria Perú ha sido la más efectiva para nosotros el 2018 porque pudimos mostrar nuestra fábrica a los interesados. Cinco empresas nos compraron y otras que no vinieron a la rueda de negocios se enteraron y colocaron órdenes para el cierre del 2018. Tuvo un efecto multiplicador”, subraya.

En ese sentido, Patsias destaca la labor del área de Manufacturas Diversas de PromPerú, que está en continua comunicación con las empresas en relación a participación en ferias, misiones y ruedas de negocios, eventos importantes para dar a conocer la oferta exportable de las compañías. El tener contacto cara a cara asegura parte del éxito del negocio porque ese vínculo da confianza al comprador.



Elmer Lava

Promover la exportación

Silvia Hooker, gerente de Asuntos Internacionales de la Sociedad Nacional de Industrias, revela que aún falta crecimiento en las exportaciones de este sector. Considera que el Estado tiene que concentrarse en darle contenido a los tratados de libre comercio que ha negociado porque han abierto maravillosas carreteras para exportar al mundo, pero que no están siendo aprovechadas. Recalca que es necesario ejecutar mecanismos de promoción para la exportación con mayor valor agregado.

“Estamos trabajando de forma muy activa con PromPerú y con las oficinas comerciales en el extranjero porque creemos que hay una potencialidad muy grande para exportar manufacturas diversas, especialmente en el rubro de proveedores de la minería. Tenemos una gama de productos diversos en este rubro que pueden ser impulsados para la exportación. En el 2019 aspiramos a llegar a mercados como Bolivia, Chile, Brasil y Estados Unidos”, puntualiza Hooker.

Exports of Peruvian manufactured articles added more than US\$ 2 billion until October 2018, a figure that reflects a goal for the industry. Also, it is a recovery sign regarding past

years. Business lines with a highest increase were the equipment for food industry, materials and construction finishing, packaging and packing natural ingredients and mining suppliers.

The main destination markets were United States, Colombia, Bolivia, Chile and Germany. Also, countries that highlighted for their demands were Ecuador, Mexico and Brazil, that evidence the importance of the regional market for the sector.

Another goal in the sector of Peruvian manufacturing articles was obtained in the subsector of beauty and health, for the use of natural ingredients that were exclusively used in food industry in the past and that actually are being expanded to other markets. “It is an interesting goal because many suppliers are diversified. It provides to food sector but also natural ingredients for cosmetics use. This work started a couple of years ago. On 2018 it has achieved that more companies were interested in providing to the cosmetics industry”, said Elmer Lava, Manufactured Articles Coordinator of PromPerú.

Another subsector is mining suppliers in which important results have been registered. Lava says that this industry has been consolidated because



Silvia Hooker



Peruvian suppliers are gaining more markets with their exports. “There are suppliers of goods and services that are providing parts and equipment such as drills, ventilation units, cranes, excavators and trucks. We are a mining country which auxiliary industry of suppliers has been developed in a very important manner and has a big potential” explained.

The efficiency of Industria Peru

To boost the growth in all Manufactured Articles that also encompasses construction suppliers, the internationalization of the roundtable Industria Peru has been implemented. “It is our most important meeting. Commercial commitments for US\$ 105 million were closed in 2018 edition. 165 buyers of 32 countries assisted. The most numerous delegations were Bolivia, Chile, Colombia and Ecuador”, said Lava.

By these results, Industria Peru has been consolidated as a referring activity to approach Peruvian companies

with potential international buyers of different lines, obtaining effective commercial agreements. A case of success that reflects this effectivity is Frenosa a trading company of friction products for vehicles and industrial machinery.

Georgios Patsias, commercial manager of Frenosa, says: “we consider that Industria Peru has been the most effective for us in 2018, because we could show our plant to the parties concerned. Five companies bought us and others that could not come to the roundtable learned about it and put orders for the closing of 2018. We have a multiplier effect” he said.

In that sense, Patsias highlights the job made by the Manufactured Articles Area of PromPeru which is in a permanent communication with the companies regarding the participation in fairs, missions and roundtables, important meetings to let the people know about the exportable supply of the companies. Having a face to face

contact ensures part of the business success, because this link gives confidence to the buyer.

Promoting exportation

Silvia Hooker, manager of International Affairs of the National Society of Industries, says that growing in exports in this sector is still missing. She considers that the State has to concentrate in providing content to the free trade agreements that have negotiated, because wonderful highways have been opened to export to the world, but these are not being considered. She emphasizes that it is necessary to execute promotion mechanisms for the exportation with a higher added value.

“ We are actively working with Prom Peru and with commercial office abroad because we believe that there is a very high potential to export manufactured articles, especially in mining suppliers industry. We have a range of diverse products that can be boosted for exportation. In 2019 we aim to reach markets such as Bolivia, Chile, Brazil and United States, Hooker said.

Agro: no bajar la guardia

Agro: Never let your guard down

El balance a fin de año muestra cifras positivas pero problemas en el sector cafetalero. | The balance at the end of the year shows positive figures but problems at coffee sector



En el Perú los agronegocios alcanzaron el objetivo propuesto en el 2018. La fruta peruana creció en varios mercados y productos como el mango lograron cifras record. Casos de éxito suman nuevos logros gracias a su constante trabajo. Sin embargo, en el escenario nacional, sectores productivos como el cafetalero enfrentan problemas. El 2019 se espera un cambio en la forma de conducir los destinos del agro en el país.



Víctor Sarabia

En el 2018 el Ministerio de Agricultura y Riego se propuso cerrar el año superando los 7 mil millones de dólares. La cifra que alcanzó fue superior, US\$ 7 030 millones. En declaraciones públicas, el ministro de esa cartera, Gustavo Mostajo, indicó que se logró generar mayores divisas para ese sector con un incremento del 12.4% en comparación al 2017 (se alcanzó la suma de US\$ 6255 millones).



Félix Marín

Víctor Sarabia, Coordinador del departamento de Agronegocios de PromPerú manifiesta que “siempre tratamos de mantener la expectativa positiva en la medida que podamos ir cumpliendo con una mayor formalidad en el sector”. Sarabia señala que para el 2019 se espera que las agroexportaciones a Asia crezcan 12%, sobre todo por el Año Nuevo Chino, cuando se solicita más cantidades de frutos rojos como la granada o la uva. Sarabia señala que están buscando canales alternativos como el envío aéreo. Sin embargo, a pesar de ser China un mercado atractivo, la agroindustria peruana busca ser diversificada.

“Hay fruta peruana en mercados como Corea, en países escandinavos, Chile o Argentina, los cuales generan la posibilidad de diversificar mercados. Eso es lo que necesitamos ante coyuntura o sobreoferta en algún mercado muy puntual”, indica Sarabia.

El cafetalero es un mercado donde existe una sobreoferta internacional y los precios han caído. “Los productores de café están quebrados hace 3 años. Nadie da crédito al cafetero porque está endeudado. Es desesperante. El escenario es muy complicado”, declara Félix Marín, presidente de la Plataforma Nacional del Café. Marín asegura que un 70% de las

400 mil hectáreas del café han sido afectados por la Roya, la enfermedad más destructiva de este cultivo. Marín señala que en lugares como Chanchamayo, Villarica, Satipo y Pangoa, espacios conocidos por su producción cafetera, están migrando a la producción de coca. Los productores en 2018 se han declarado en emergencia.

Una solución

Marín dice que para el 2019 han iniciado un diálogo con el gobierno. Han propuesto realizar un programa de desarrollo cafetalero con una visión de calidad a corto, mediano y largo plazo. Con una inversión que asciende a los 5 mil millones de soles, este programa tiene como misión promover la siembra de cafés de alta calidad.

Estas conversaciones se dan sobre un escenario inquietante en la producción cafetalera. Marín cuenta que “las nuevas hectáreas de café que se han sembrado están en tierras vírgenes. Esto significa deforestación, quema de bosques y quema de cafetales. Todo este daño se da porque no hay abono ni buen crédito. Recién se está reaccionando con un nuevo programa”.

Este programa está a cargo del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri).

Se instalará una mesa de trabajo que incluirá a la Federación Nacional del Café, la Junta Nacional del Café, la Cámara Peruana del Café y Cacao, el Ministerio de la Producción, entre otras entidades. En relación a PromPerú, Marín comenta que cada vez está mejor con sus políticas promotoras de exportación. La cooperativa a la que pertenece participó y concretó ventas el 2018 en Vietnam donde solicitan el Café Geisha, el más fino de todos. En el 2015, en el Concurso Internacional de Cafés Tostados en París, ganó el premio al mejor café tostado del mundo.

Perú está en la mira de los importadores de café por el reconocimiento señalado, empresas de éxito como AICASA (Agro Industrial y Comercial Arriola S.A.) son buscadas por su calidad de grano. Sus principales destinos son Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Australia y España. Estas asociaciones adecuan sus procesos a certificaciones bajo las normas de producción orgánica (ningún abono químico) Comercio Justo y Rainforest.

Esta última certificación implica cumplir con sostenibilidad ambiental, social y económica, previa auditoría, y así ingresar a mercados tan exigentes como el norteamericano. Requisitos que AICASA cumple favoreciéndose como empresa y dejando el nombre del Perú como sinónimo de calidad.

In 2018 the agribusinesses reached the objective proposed in Peru. Peruvian fruit grown in various markets and products such as mango that obtained record numbers. Success histories sum new achievements thanks to a constant work. However, at national scenario, productive sectors such as coffee are facing problems. In 2019 it is expected a change in the way agriculture's destiny is being lead in the country.

In 2018, the Ministry of Agriculture and Irrigation proposed to close the year over the 7 billion dollars. The figure obtained was superior, US\$ 7 030 billion dollars. In public declarations, the ministry of this sector Gustavo

Mostajo said that greater foreign currency for this sector could be obtained, with an increase of 12.4%, compared to 2017 (the sum of US\$ 6 255 billion dollars was reached).

Victor Sarabia, Coordinator of Agribusinesses Department in PromPeru said that “we always try to keep the positive expectation as long as we could be fulfilling with a greater formality in the sector”. Sarabia says that it is expected that agricultural exports to Asia grow in 12% on 2019, mainly for the Chinese New Year, where more quantities of red fruits are requested such as the grenade and grape. Sarabia says that new alternative channels are being seeking as the air shipping. However, even if China is an attractive market, the Peruvian agroindustry is searching its diversification.

“Peruvian fruit can be found in markets such as Korea, in Scandinavian countries, Chile or Argentina, which generates the possibility of diversifying markets. That is what we need in a situation or oversupply in a very particular market” says Sarabia.

The coffee is a market where there is an international oversupply and prices have fallen. “Coffee producers are broken since 3 years ago. Nobody grants a credit to coffee producer because he is indebted. It is desperate. The scenario is very complicated”, says Felix Marin, president of the National Platform of Coffee. Marin ensures that a 70% of the 40 thousand hectares of coffee have been affected by La Roya, the most destructive disease of this crop. Marin indicates that in places such as Chanchamayo, Villarica, Satipo and Pangoa, areas known for their coffee production, are migrating to coca production. In 2018 producers have been declared in estate of emergency.

A solution

Marin says that a dialogue with the government has been started in 2019. They have proposed to develop a coffee development program with a quality vision at short, middle and long



Maritza Arriola

term. With an investment that reaches the 5 billion soles, this program has the purpose to promote the crop of high quality coffee.

These conversations are held in a disturbing scenario in the production of coffee. Marín says that “the new coffee hectares that have been planted are in virgin lands. This means the deforestation, forest and coffee plantation burning. All this damage is done because there is no compost nor a good credit. Just now, they are reacting with a new program”

This program is in charge of the Ministry of Agriculture and Irrigation (Mi-



nagri). A working table will be installed and will include the National Federation of Coffee, the National Board of Coffee, the Peruvian Channel of Coffee and Cocoa, the Ministry of Production among other entities. Regarding PromPeru, Marín says that each time promoting policies of exportation are better. The cooperative to which it belongs to, participated and concreted sales on 2018 in Vietnam where the Coffee Geisha, the most fine of all, is requested. In 2015, in the International Competition of Toasted Coffees in Paris, this coffee won the award of being the best toasted coffee of the world.

Peru is in the spotlight of coffee importers for this recognition, companies of success such as AICASA (Agro Industrial y Comercial Arriola S.A.) are searched by their quality bean. Their main destinations are United States, Germany, Belgium, Australia and Spain. These associations adjust their processes to certifications under organic production rules (no chemical compost) Fair Trade and Rainforest.

This last certification implies to fulfill with environmental, social and economic sustainability, with a previous Audit as well to enter in so demanding markets such as the US market. These are requisites that AICASA fulfills favoring the company and leaving Peru's name as a synonym of quality.



El Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural – AGRO RURAL es una unidad ejecutora adscrita al Viceministerio de Desarrollo e Infraestructura Agraria y Riego del Ministerio de Agricultura y Riesgo (Minagri). Esta unidad busca el desarrollo agrario rural a través del financiamiento de proyectos de inversión pública y fortalecimiento de capacidades en zonas de poco desarrollo económico.

Uno de sus principales proyectos de AGRO RURAL es Sierra y Selva Alta, la cual abarca la sierra norte y central del país, así como una pequeña parte de la selva alta del departamento de San Martín. Abarca provincias y distritos de los departamentos de Lima, Cajamarca, Amazonas y San Martín. En total, el ámbito comprende 11 provincias y 85 distritos, con una superficie de más de 20 mil km².

Sierra y Selva Alta beneficia principalmente a pequeños agricultores de subsistencia y pequeños productores con escaso capital físico, financiero y

Más agro, más desarrollo

AGRO RURAL brinda apoyo técnico y financiero en las comunidades que más lo necesitan.

humano, quienes tienen un acceso limitado a los mercados. Es decir, brinda apoyo a las organizaciones de pequeños y medianos productores de las zonas andino-amazónico con la misión de promover, fomentar y desarrollar negocios inclusivos, actividades económicas generadoras de competitividad y valor agregado con miras al mercado nacional e internacional.

Después de una misión de supervisión al proyecto, llevado a cabo del 3 al 7 de septiembre de 2018, el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA, en inglés IFAD, International Fund for Agricultural Development), consideró que el Sierra y Selva Alta es uno de sus mejores 10 proyectos en todo el mundo, según se refleja en el Operations Dashboard interno.

Más que confianza, empoderamiento local. Bajo esa premisa, el Proyecto Sierra y Selva Alta ha logrado que más de 6,000 familias rurales de cuatro regiones del Perú consoliden su economía y accedan a servicios financieros, lo que les ha permitido contratar directamente la asistencia técnica para el desarrollo de sus emprendimientos.

Entre el 2014 y 2017, el proyecto Sierra y Selva Alta cofinanció a 1,167 organizaciones e igual número de planes de negocios rurales. En Amazonas fueron 78 planes, en San Martín 178, en Lima 351 y en Cajamarca 560. Unas 20,568 familias fueron beneficiadas con productos y servicios de asistencia técnica, rutas de aprendizaje, participación en ferias y pasantías, lo que les permitió mejorar los rendimientos

de sus cultivos y crianzas, además del acceso a mercados y sus ingresos.

Además, las familias usuarias que participaron de planes de negocios han mejorado sus ingresos debido a la introducción de nuevas variedades de semillas y reproductores de alta calidad genética. Incluso han adquirido activos físicos y vivos y han aplicado nuevas tecnologías productivas para la transformación de productos. En algunos han accedido a nuevos mercados y han mejorado los precios.

Las organizaciones no solo han desarrollado capacidades productivas sino que también se han capacitado en la gestión de la comercialización. Por ejemplo, la Cooperativa Agraria y Forestal del Valle de Huayabamba se dedica al cultivo

de café desde hace más de 15 años y ha ingresado a mercados internacionales de Europa y Estados Unidos.

Productividad y seguridad alimentaria

El 2007, en la provincia de Rodríguez de Mendoza, región Amazonas, organizaciones de pequeños productores rurales desarrollaron actividades de producción de carne de ganado vacuno. Para ello utilizaron engorde semi intensivo y alimentación a base de forraje (gramíneas), con suplementación de concentrado. Esto último para balancear los requerimientos nutricionales del ganado vacuno en cuanto a proteína, energía, minerales y vitaminas del ganado de engorde.

El engorde de ganado vacuno ha sido ejecutado por seis organizaciones de productores, involucrando a 131 familias. Se trabajó con 199 cabezas de ganado vacuno cruzado de razas Simental, Brown Swiss y Criollo, en un periodo de 4 meses, con toretes que tenían en promedio 24 meses de edad, logrando un peso promedio del engorde de 331 kilogramos de carcasa por toro. La venta fue a S/. 3,094.00 por cada cabeza de ganado.

Con relación a los resultados obtenidos en engorde de ganado vacuno, los indicadores promedios son alentadores. Gracias al proyecto se incrementó el promedio de la productividad en ganado vacuno, que pasó de 247 a 336 kilogramos por ganado, lo que representa



una variación de 36%. Del mismo modo, se incrementó el promedio de ganado bovino en edad de engorde por asociación, que pasó de 18 a 33 cabezas de ganado vacuno, lo que representa un alza del promedio de 83%.

Además, el incremento promedio peso carcasa por cabeza de ganado vacuno en kilogramos pasó de 252 a 331 kilogramos por ganado vacuno, lo que se traduce como una variación promedio de 31%. El incremento monetario por cabeza de ganado vacuno vendido pasó de S/ 2,312.00 a S/ 3,094, lo que significa una variación promedio de 34%. La utilidad bruta promedio por familia totalizó S/ 671.45.

El incremento de la productividad en engorde de ganado vacuno se logró gracias a la provisión de los servicios de asistencia técnica productiva. Entre ellas destaca la adquisición de ganado vacuno apropiado para el engorde, en base a los



elementos como tamaño, conformación y edad. Asimismo, el seguimiento y monitoreo sobre el incremento de peso vivo; y la dosificación, desparasitación y suministro con productos veterinarios para la asimilación de alimentos. Finalmente, la formulación de alimento balanceado, con suficiente palatabilidad para engorde de ganado vacuno.

La diferencia entre el producto neto de las ventas y el costo de las mismas es positiva. Por ejemplo, la Asociación de Productores Agropecuarios Valle Andino alcanzó la más alta utilidad bruta de S/ 24,272.43 a nivel organizacional. Aquí los ingresos promedios a nivel familiar ascendió a S/ 970.90.

Con Sierra y Selva Alta se contribuyó al mejoramiento de la seguridad alimentaria a través de planes de negocios ejecutados. Estos planes de negocios permitieron incrementar el autoconsumo y la productividad de cultivos y crianza. Por ejemplo, en Amazonas, el autoconsumo de huevos pasó de 9,339 unidades a 27,504, lo que representa un incremento de 195%. Sin embargo, en el rubro de carne roja de lechón, frejol y tilapias su autoconsumo es menor. En general, en el ámbito de intervención del proyecto las familias usuarias presentan un mayor nivel de consumo de leche, frijol, huevos y carne de animales menores (cuy, gallina, cerdo y pato).

UNA ESTRATEGIA QUE RINDE FRUTOS	
El proyecto busca elevar el ingreso y calidad de vida de los pequeños productores rurales de la sierra y selva alta del Perú. Al fortalecer sus niveles organizativos y su capacidad de emprendimiento capitalizan sus activos de manera sostenible.	
ESTRATEGIAS	
1	Los gobiernos locales canalizan las demandas de las organizaciones de productores y productoras.
2	El acceso a los recursos del proyecto es por demanda, vía fondos concursables y cofinanciamiento de familias rurales organizadas.
3	El Comité Local de Asignación de Recursos (CLAR) evalúa y aprueba los planes bajo una estrategia transparente, democrática, pública y participativa.
4	Las organizaciones ganadoras administran directamente los recursos transferidos o asignados a los beneficiarios.

Ahorrando para el Progreso

Entre 2016 y 2018, en el ámbito de intervención del proyecto, se abrió 5,023 cuentas de ahorro. Con ello se viene promoviendo la cultura del ahorro financiero formal. Se elaboró una evaluación aleatoria en ahorro y micro seguro en el ámbito de Cajamarca.

Un 93.08% de las ahorristas manifestó que antes del programa no había tenido experiencia alguna de depósitos en ahorros en el sistema financiero. Un 83.46% de las ahorristas de Cajamarca están plenamente convencidas que es mejor el ahorro financiero que el ahorro familiar (en casa), porque es más seguro, les paga intereses y les permite acceder

a otros productos financieros (créditos, tarjetas, giros, pago por servicios etc.).

Con los talleres de educación financiera aprendieron a distinguir el ahorro financiero del ahorro familiar. Un 61.15% dijo que antes de tener ahorros en una institución financiera lo hacían comprando animales para luego venderlos. Un 35.38% expresó que ahorra en una alcancía o como ancestralmente les enseñaron sus antepasados “bajo el colchón”.

Un 60.77% respondió que le sirvió para afrontar emergencias. En la comunidad de Santa Cruz un 76.47% dice que le sirve para afrontar emergencias. Un 71.92% contestó que su cuenta de ahorro fortaleció su autoestima. Al respecto un 93.85% manifestó que confía en sus instituciones financieras y los servicios y productos financieros que ofrecen.

El proyecto Sierra y Selva Alta logró un significativo avance en capital humano, social y empoderamiento. Las estrategias de intervención aplicada promovieron procesos de movilización social y de los conocimientos vivos de las personas, y generaron resultados orientados hacia el bien común, de sus familias y de sus comunidades.

Todo esto significa mayores oportunidades y mejor calidad de vida para pequeños productores del Perú.



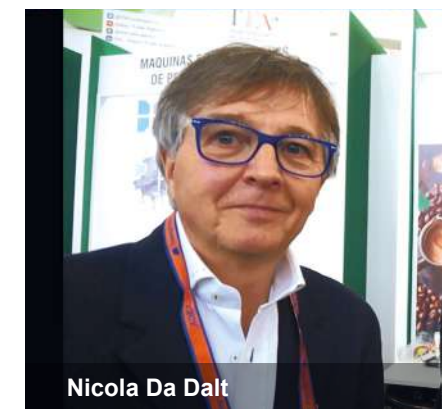
Alimentos en la mira

Proveedores italianos muestran su interés por el mercado nacional.



En la edición de la feria Expoalimentaria 2018, destacó la presencia de un gran número de empresas italianas.

“Vinimos a vender nuestros productos. Estamos felices de informales que nuestra marca aparecerá en el Perú”, cuenta Nicola Da Dalt, representante de EspressoDue, fabricante de máquinas y cápsulas de café.



“Los equipos de nuestra línea Simply More se producen en China bajo la estricta supervisión de técnicos italianos. La Shiny One y la Shiny Twins (de uso comercial y profesio-

nal), son fabricadas en nuestro país. Nuestro café es producido en Italia y es de primer nivel”, añade el ejecutivo.

“Nos interesa que Perú esté creciendo. Tenemos una presencia comercial aquí y creemos que podemos hacer mucho más. Esta feria es un buen lugar para que nos conozcan”, cuenta Placido Nicolosi, gerente de ventas en Sudamérica de Goglio Spa, productor italiano de envases flexibles para alimentos procesados o comida preparada.



“Nuestro negocio es la producción de café y máquinas de envasado y sellado. Tenemos una gran participación

en el mercado europeo e italiano”, agrega el ejecutivo.

“Perú está produciendo más frutos frescos y hay mucha gente que exporta estos productos al extranjero”, cuenta Francesco Pannullo, gerente de OMIP Food Processing Machinery, proveedor de máquinas para conservar estos insumos.



“Ofrecemos una línea de productos para darle valor agregado a los frutos que no se venden. Por ejemplo, de los sobrantes de palta podemos producir aceite o salsa de guacamole para volverlos a vender al público y los agricultores no tengan que tirarlos”, finaliza Pannullo.

La edición 2018 de MACFRUT, una enorme feria hortofrutícola desarrollada en Rimini (Italia), contó con más de 1 000 expositores y 40 000 visitantes y compradores internacionales. La exposición, que tuvo más de 55 000m2, fue sobre la cadena de producción de frutas, equipos, tecnologías y servicios. Se dieron cita los más grandes productores de la tecnología de precosecha y poscosecha.

Como uno de los referentes de ferias para los profesionales del sector hortofrutícola europeo, la feria italiana MACFRUT presenta once sectores de la cadena de producción: semillas, mejora y viveros, tecnologías de producción, producción, comercio y distribución, maquinaria y tecnología, materiales y envases, frutos secos, logística y servicios.

“Trabajamos en este sector durante todo el año. Por eso ayudamos a las

Frutas a la italiana

MACFRUT, una de las más grandes ferias hortofrutícolas, atrae las miradas del empresariado peruano.

empresas que necesitan presentarse en el mercado antes de la feria. Esto nos diferencia de otras ferias, pues ninguna se ocupa de estos problemas, solo alquilan el área”, minifiesta Renzo Piraccini, gerente general de MACFRUT.

El MACFRUT se diferencia de otras ferias del sector porque está referida a la cadena de producción, no a los productos. Piraccini señala que la tendencia de las ferias es especializarse para así conectar con las personas que tienen el mismo interés.

“La empresa debe conectarse con nuevos compradores. Por eso, a través de esta

feria, las empresas medianas tienen una gran oportunidad de conocer contactos de Italia, los países del Golfo Pérsico, China, entre otros”, indica Piraccini.

Durante la última edición se presentó maquinaria para el riego hortofrutícola. En total 14 empresas de Israel, Estados Unidos e Italia presentaron las últimas novedades en un campo de 700 metros preparado para esta muestra. “Los interesados tuvieron la información que necesitaban. Esto no lo pueden encontrar en ferias. Es por eso que yo creo que el futuro serán ferias menos grandes pero más especializadas”, puntualiza.



Renzo Piraccini

Oportunidad

El Perú, por las características de su clima, tiene grandes ventajas competitivas. Esta ventaja, sumada a las oportunidades logísticas, facilita la actividad del sector empresarial. “El país tiene un clima desértico. No hay hongos. La fruta tiene una vida competitiva más larga por ello. Esta es la misma situación de Chile, por lo que los hace muy parecidos”, señaló Piraccini.

En el 2018, el Perú contó con un stand en la feria MACFRUT donde se pudo dar a conocer la actividad hortofrutícola peruana y estar presente como país ante los visitantes extranjeros. Sin embargo, para lograr superar las cifras de exportación en el sector se debe impulsar el ingreso de empresas medianas y pequeñas. Espacios de información y difusión del sector, como MACFRUT, contribuyen a ello.



Sacha Inchi para el mundo

Las iniciativas para promover derivados de esta nutritiva semilla oleaginoso.



José Anaya

Por todas estas bondades, su demanda ha crecido significativamente en países como China, Corea del Sur, Estados Unidos, Italia, Brasil, Alemania, México, Canadá y Francia, entre otros. Según el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, en el tercer trimestre del 2018 los envíos de las distintas variedades de Sacha Inchi al exterior aumentaron en un 258%.

Con el objetivo de promover su cultivo, en noviembre del año pasado, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) entregó de forma gratuita y rápida tres registros de la marca colectiva Hatuninchi o “maní de los incas” a cien familias de la región de San Martín, que comercializan los granos de Sacha Inchi y productos derivados de sus semillas.

Esta iniciativa se realizó luego de publicarse el Decreto Supremo No. 092-2018-PCM, que exonera de los pagos para el registro de marcas colectivas a asociaciones, cooperativas de productores, agricultores y artesanos de las zonas declaradas en emergencia por el fenómeno El Niño Costero que afectó cultivos en el verano de 2017. Las familias que se registraron bajo la marca Hatuninchi ahorraron 1 604 soles en



Una delegación de la empresa de biotecnología Greentech visitó recientemente la región San Martín para grabar un documental y promover sus bondades en la Unión Europea. Ellos registraron las ciudades de Tarapoto, Lamas y Pinto Recodo y los campos de cultivo desde un globo aerostático, lo que llamó la atención de los agricultores locales.

Uno de los campos de cultivo era de Sacha Inchi, una semilla oleaginoso cuyo consumo tiene larga data. Era valorada por los incas, mochicas y los chimús. También era usado por las mujeres nativas de la Amazonía como un ungüento para la piel. Hoy el mercado internacional lo considera un superalimento rico en omega 3, 6 y 9, proteínas, vitaminas A y E y fibras. Es además un potente antioxidante natural.

trámites y fueron los primeros beneficiarios de esta medida.

Aceite Inca Inchi

Desde hace casi dos décadas, Greentech produce junto a la empresa local Agroindustrias Amazónicas el aceite Inca Inchi, extra virgen, no refinado y sin aditivos. Según José Anaya, fundador y gerente general de la firma peruana, en un comienzo los agricultores no creían que el cultivo de esta planta fuese rentable.

“Hoy existen miles de hectáreas y de productores que cultivan Sacha Inchi. Es cuestión de organización y buena comunicación”, cuenta Anaya. Esta alianza también le permitió a Agroindustrias Amazónicas participar en importantes ferias de alimentos en el extranjero, como el SIAL París (Francia) y el ANUGA (Alemania), donde promocionó las bondades de sus productos y de las semillas del Sacha Inchi. Su aceite Inca Inchi ha sido reconocido en cuatro oportunidades por parte de entidades francesas y del gobierno regional de San Martín.



Piscos con calidad certificada

Vitivinicola Nyrla Levano obtiene certificación HACCP a la calidad e inocuidad.

La vitivinícola Nyrla Lévano es una empresa productora de piscos con más de 15 años de experiencia en el sector. Para mejorar el proceso productivo, asegurar la calidad y cumplir con los requisitos exigidos, apostó por la implementación del sistema de gestión de la calidad e inocuidad HACCP en su bodega de producción.

En el proceso se contó con el apoyo del CITE Agroindustrial Ica, cuya misión es brindar soluciones que agreguen valor a las empresas agroalimentarias a través de un equipo de profesionales, los cuales brindaron soporte técnico en la formación del proyecto, gestión y ejecución de las diferentes actividades programadas.

La implementación tuvo una duración de 12 meses y una inversión de más de S/. 71 000, de los cuales el



50% fue aportado por Innovate Perú a través de un convenio de adjudicación de recursos no reembolsables. La ejecución de este proyecto fue un trabajo en conjunto, con retos que se fueron superando gracias al compromiso de la gerencia, del equipo de trabajo de Nyrla Lévano y del apoyo de especialistas del CITE Agroindustrial Ica.

Para Nyrla Lévano la satisfacción de este proyecto es ver los resultados, los cuales se lograron gracias al esfuerzo, sacrificio, tiempo y convicción por seguir creciendo. Nyrla Lévano obtiene así el reconocimiento que la autoridad sanitaria brinda, garantizando la calidad e inocuidad de sus piscos y siendo un referente para las demás empresas del sector vitivinícola.

Unidas por La Huacachina

Joined together by La Huacachina

Mujeres empresarias de este hermoso destino turístico destacan los avances y oportunidades para mejorar su oferta de servicios.

Many entrepreneurs of this beautiful tourist destination highlight the progress and opportunities to improve their service offer

El desierto de Ica alberga a La Huacachina, un paraje turístico conocido como El oasis de América, por ser única en la región. Es famosa por su hospitalidad, belleza y fuerza de atracción. Sin embargo, la promoción gubernamental del destino es aún insuficiente, por lo que empresarios de la zona vienen impulsando diversas mejoras a través de coordinaciones y decisiones conjuntas.

“Aunque la promoción es escasa, la Asociación de Empresarios y Prestadores de Servicios Turístico Formales de Huacachina (Asprofotur), en sociedad con algunos empresarios, estamos posicionando este fascinante destino”, señaló María Elena Cabrera Maya, gerente de DM Hoteles Mossone y presidenta del gremio.

Por ello, Desert Night, empresa terciarizadora de la administración del área de conservación regional de La Huacachina, que forma parte de Asprofotur, ha tenido la iniciativa de apoyar en diferentes proyectos aportando gran parte de sus ingresos con el fin de recuperar y promocionar el destino a nivel nacional e internacional.

“Cuando la empresa privada tiene actitud de colaboración, de responsabilidad social, se pueden hacer grandes proyectos. Estoy segura que de acá a unos meses vamos a poder ver muchos cambios, como cuando pintamos La Huacachina y participamos en las campañas de limpieza, reforestación y seguridad”, subraya Cabrera.

Christen Coleman es gerente de Desert Night, empresa encargada de la recaudación y promoción turística, además de la limpieza, mantenimiento, seguridad, gestión ambiental, programas de reforestación, limpieza de dunas y pro-



moción turística del oasis. Señala que no se ha aprobado la construcción del duna-puerto. “Se ha logrado muy poco en la regularización de los tubulares por parte de las entidades competentes, espero que con los cambios gubernamentales se concluya este proceso. A todos nos conviene que se formalice la actividad”, indica Coleman.

De otro lado, si bien los inversionistas son bienvenidos, Dora Simeón, vicegobernadora del Balneario de La Huacachina y Propietaria de Huacachina Sunset, recuerda las restricciones en cuanto a la capacidad. “Pueden venir a invertir, pero pienso que los negocios tienen que ser supervisados porque el lugar no es tan grande. Tenemos que ver el tema

del acceso a La Huacachina e invertir de acuerdo a su capacidad”, resaltó.

Promoción y seguridad

En La Huacachina se están concretando proyectos para promocionar, difundir e involucrar a la población. El objetivo no es solo realizar actividades turísticas, como el parapente, sandboard, caminatas en el desierto, sino también actividades culturales de la región, como danzas, estampas y pintura. Por esta razón todos los fines de semana se realizan diferentes actividades culturales gratuitas organizadas por estas lideresas del turismo. La idea es brindar varias opciones a los visitantes. Por lo pronto, queda darle importancia también al tema de seguridad, pues es parte de lo que se ofrece para dar un buen servicio y más aún si la zona tiene potencial turístico.

Ica dessert holds La Huacachina a tourist place known as the America's Oasis unique in the region. It is famous for its hospitality, beauty and attraction strength. However, the governmental promotion of this destination is still limited, for this reason entrepreneurs of the zone are promoting several improvements through joint coordination and decisions.

“Although promotion is limited, Formal Business Association and Tourist Service Providers of Huacachina (Asprofotur), in partnership with some businessmen, are positioning in this fascinating destination”, said Maria Elena Cabrera Maya, DM Mossone Hotel manager and president of labor association.

Therefore, Desert Night the outsourcing company of the administration for the preservation of the area of La Huacachina that is part of Asprofotur, has had the initiative to support in different projects, contributing with a great part of its incomes with the aim to recover and promote the destination at national and international level.

“Many great projects can be done when private company has a cooperation attitude, of social responsibility. I am



sure that in a few months we will see many changes, like when we paint La Huacachina and participated in cleaning, reforest and security campaigns”, said Cabrera.

Christen Coleman is the manager of Desert Night, the company in charge of collection and tourist promotion, besides cleaning, maintenance, security, environment management, dunes cleaning and oasis tourist promotion. He says that the construction of the duneport has not been approved. “Very little has been achieved in tubular legislation from the corresponding authorities, and I hope that with governmental changes this process could be concluded. It is in

everyone's interest that this activity was formalized”, said Coleman.

On the other hand, although investors are welcome, Dora Simeon vice-governor of La Huacachina Resort and Owner of Huacachina Sunset, remembers its capacity restrictions. “Investors can come and invest, but I think that businesses have to be monitored because the place is not so big. We have to see the access to La Huacachina and invest according to its capacity”, she said.

Promotion and security

Projects are being concreted in La Huacachina to promote, communicate and involve the population. The purpose is not only to organize tourist activities, such as the paragliding, sandboard, dessert trekking, but also cultural activities of the region, such as dances, typical scenes, and painting. For this reason, all weekends different free cultural activities are organized by these tourism heads. The idea is to provide several options to the visitors. In the meantime, it only remains to give importance to the security subject, because it is part of what we offer when giving a good service and moreover if the zone has a tourist potential.



Especialización de alto nivel

La Escuela de Posgrado (EPG) de la Universidad Nacional Agraria la Molina (UNALM) cumple 60 años de vida académica.



Américo Guevara

El doctor Américo Guevara, director de la Escuela de Posgrado (EPG) de la Universidad Nacional Agraria la Molina (UNALM), está convencido de que estar a la vanguardia de la educación demanda una constante revisión y actualización de los conocimientos. Por ello, al cumplirse 60 años de vida institucional de la EPG, reafirma su compromiso por una formación de calidad e integral.

Hoy la EPG -la primera de su tipo el Latinoamérica- cuenta con 36 programas: 28 maestrías y 8 doctorados, todos licenciados por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (Sunedu). Y se encuentra ad portas de la creación de un novedoso programa de doctorado en Ciencia de datos y uno de maestría en Geomática.

La solvencia académica de la EPG se basa en el método de enseñanza, el cual es participativo y orientado a brindar el

acceso a las tecnologías más avanzadas. “La oferta educativa se actualiza permanentemente para convertirse en una guía para la educación de posgrado en el país”, dice el doctor Guevara. “Impartimos conocimientos acorde a los últimos avances de la ciencia y tecnología”.

Al cumplir 60 años, el aporte de la EPG ha sido crucial para la mejora de la productividad en las actividades agropecuarias. Ha fomentado la creación y aprovechamiento de mejores técnicas para el manejo del agua y del suelo, análisis de las variables económicas ligadas con estas actividades y establecimiento de estrategias gerenciales para las empresas agrarias.

La educación es una suma de esfuerzos que se sustentan en alianzas, convenios y otro tipo de sinergias. Por eso la EPG ha forjado una gama de alianzas con universidades e instituciones públicas y privadas para que docentes y alum-

nos realicen pasantías, especializaciones y obtengan cursos prácticos en las empresas y organismos públicos.

Este centro superior de estudios ha suscrito convenios de doble doctorado y doble maestría, es decir que estudiantes tienen la opción de obtener sus grados avanzados en las dos universidades en convenio. “Es un gran avance dentro de nuestra internacionalización”, indica el director de la EPG.

La EPG ha asumido el reto de desarrollar una educación formadora de expertos con criterios de sostenibilidad y equidad para el desarrollo nacional. “Es lo que demanda la sociedad en el manejo sostenible de los recursos”, subraya. Las investigaciones desarrolladas por la EPG son numerosas y variadas en áreas como la industria alimentaria, agrícola, pecuaria, forestal, pesquera, medio ambiental, etc.

Aunque aún no se tiene una evaluación exhaustiva del impacto de las investigaciones de la EPG, la alta demanda de la población de los posgrados y de los bienes producidos por la UNALM, da una clara idea de la calidad de los productos académicos. Estos son una muestra de los resultados de la investigación básica y aplicada que se realiza en todos los programas de pre y posgrado. A continuación una relación mínima que no cubre todo el aporte de la EPG a la mejora del bienestar de productores y consumidores del Perú y otros países:

- Mejoras en control de plagas y enfermedades, nuevas variedades, sustentabilidad de sistemas agropecuarios.
- Evaluación de semillas genéticamente modificadas en, sustitución de semillas nacionales por importadas, control óptimo de contaminación ambiental en la agricultura.
- Eficiencia de sistemas alternativos de alimentación ganadera en producción de carne y leche.
- Optimización en extracción de nutrientes de alto valor nutricional y fun-

cional, desarrollo de nuevos productos, efecto de la aplicación de métodos de procesamiento en la conservación de nutrientes.

- Alternativas de recuperación de suelos, medición de la calidad del aire.
- Mejoras en captura y manejo de peces.
- Alternativas de ecoturismo y mejoras en el manejo forestal.

La EPG-UNALM está altamente especializada. Las investigaciones desarrolladas son muchas en diferentes áreas: alimentaria, agrícola, pecuaria, forestal, pesquera, medio ambiente, económica, etc. Los aportes son muchos y, en general, de lo que apreciamos en el mercado, la UNALM con sus diferentes facultades y la EPG, han tenido participación.

“Estamos ligados al quehacer de las actividades agrícolas, pecuarias, forestales, alimentarias y pesqueras, con más del 70% del equipo de profesores con grados avanzados y con experiencia de campo en el país”, señala el director. La EPG brinda una formación de primer nivel y con graduados competitivos.

“Los costos son relativamente bajos con respecto a otras ofertas educativas. En nuestros posgrados se combina la teoría con la práctica, culminando sus estudios con una investigación apropiada acorde a los grados a obtener”.

Conferencia magistral por los 60 años

En el marco del 60º aniversario de la EPG se realizaron tres conferencias magistrales. La última la brindó el doctor Carlos Amat y León. El destacado ingeniero agrónomo, economista y político peruano, destacó el rol del sector agrario como el articulador y unificador en la creación de las urbes. Además, resaltó cómo, a partir de éste, se han establecido los principales centros urbanos para la producción y demanda de bienes y servicios de la población.

Amat señaló que, en el contexto actual, la minería debería ser la actividad que brinde un importante financiamiento a la actividad productiva agropecuaria y agroindustrial, como eje para el desarrollo sostenible de las poblaciones, las cuales deben planificarse con criterios urbanísticos modernos.

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA
ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADOS

- Nutrición
- Ciencia de Alimentos

MAESTRÍAS

- Acuicultura
- Nutrición
- Nutrición Pública
- Tecnología de Alimentos

(*) Anual (Solo en Marzo)
(**) Bimodal (Cada 2 años)

ECONOMÍA

DOCTORADOS

- Economía de los Recursos Naturales y el Desarrollo Sustentable (**)

MAESTRÍAS

- Administración
- Agronegocios
- Economía Agrícola
- Economía de los Recursos Naturales y del Ambiente
- Estadística Aplicada

CIENCIAS AGRARIAS

DOCTORADOS

- Agricultura Sustentable
- Ciencia Animal

MAESTRÍAS

- Agricultura Sustentable
- Entomología
- Fitopatología
- Horticultura
- Innovación Agraria para el Desarrollo Rural
- Manejo Integrado de Plagas
- Mejoramiento Genético de Plantas
- Producción Agrícola
- Producción Animal
- Suelos

MEDIO AMBIENTE

DOCTORADOS

- Ciencias e Ingeniería Biológicas (*)
- Ingeniería y Ciencias Ambientales
- Recursos Hídricos (*)

MAESTRÍAS

- Bosques y Gestión de Recursos Forestales (*)
- Ciencias Ambientales
- Conservación de Recursos Forestales (*)
- Ecología Aplicada
- Ecoturismo (*)
- Gestión Integral de Cuentas Hidrográficas
- Meteorología Aplicada
- Recursos Hídricos
- Riego y Drenaje

ADMISIÓN MARZO/AGOSTO

DOCTORADOS Y MAESTRÍAS

INSCRIPCIÓN VIRTUAL : www.lamolina.edu.pe/Posgrado/

¡ Primera Universidad Pública Licenciada - SUNEDU !
¡ Primer Doctorado Acreditado en el Perú - SINEACE ! (**)

CULTIVANDO AL HOMBRE Y AL CAMPO

Beca Integral Maestría en Nutrición (CONCYTEC)

INFORMES:
Av. La Molina s/n, La Molina - Lima, Perú
Apartado Postal 12-056
Teléfono: (51-1) 614-7800 - Anx: 409/528

Teléfono directo: 614-7142
admissionepg@lamolina.edu.pe
www.lamolina.edu.pe/Posgrado

[AdmisionEpgLaMolina](https://www.facebook.com/AdmisionEpgLaMolina)

[@epg_unalm](https://twitter.com/epg_unalm)
[epg_unalm](https://www.instagram.com/epg_unalm)

Resultados de la Ruta Exportadora 2018



Premio Empresa destacada Macro Región Noroeste. Augusto García de Foto Síntesis, comenzó a exportar a Bolivia participando en Perú Service Summit 2017, logró cerrar contrato con Banco Ecofuturo.



Premio Empresa destacada Macro Región Sur Oeste, Región Arequipa. Manuel Lozano de Fabricaciones Tecnológicas EIRL, empresa proveedora a la minería ofrecer soluciones tecnológicas a la medida del cliente.



Premio Empresa destacada Macro Región Oriente. Javier Navarro de Industria Forestal Huayruro S.A.C, con 18 años de experiencia y una amplia gama de variedades de madera en sus diferentes formas y especies. El 2018 exportó a Bélgica, China, Costa Rica, Francia, España, Croacia.



Premio categoría Gestión de Calidad, Región San Martín. Michel Paz de Shanantina S.A.C., produce y exportar aceite y snack de Sacha Inchi a Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Japón, Suiza y Taiwán.



Premio “Empresa destacada de Diversificación de Mercados”. Segundo Fernández de Fernández S.R.L; exportó este año a Brasil, China, España, Italia, Japón, Marruecos, México, Portugal, Tailandia y Vietnam productos como las jibias, globitos calamares y filetes congelados de merluzas.



Premio “Implantación Comercial”. Richard Velásquez de Visual Soft S.A.C., crea e implementa Software de Gestión para el rubro de telecomunicaciones. Opera en Brasil con el Consorcio Perú Tech Brasil y su marca PCSISTEL, se comercializa en Bolivia, Colombia, Venezuela, Chile, México y Estados Unidos.



Premio “Nuevo Exportador” Pierina Chia de Kumara Food E.I.R.L., inicio sus exportaciones en el 2018, produce maca en polvo, quínoa, harina de maíz. Exporta a Alemania, China, Corea del Sur, Hong Kong, Japón y Polonia.



Premio “Empresa destacada en E-commerce”. D'Peru Textil S.A.C, desde el lanzamiento de su plataforma www.mipaku.com.pe, el e-commerce es 35% de sus ventas totales. Exportar suéteres a EE.UU, Alemania y Japón.



Premio “Empresa destacada – Ella Exportar Región Cusco”. Nathalie Louise de Ampí Fair Fashion Production Peru S.A., diseña y produce prendas de vestir a partir de algodón orgánico de alta calidad. Su principal mercado es Austria. Desarrolla políticas de inclusión laboral para mujeres en situación vulnerable o con habilidades especiales.

Alianza Lenovo-AMD

Para fortalecer la línea de productos, Lenovo ha realizado una alianza a nivel mundial con la reconocida marca de componentes AMD, permitiendo que sus productos cuenten con procesadores AMD Ryzen Pro: tecnología que brinda alta productividad y un espectacular desempeño para multitareas, permitiendo al usuario tener equipos con un mayor poder de rendimiento.



En la Foto: Gabriel Missaglia de Lenovo, Mariel Romero de Lenovo Perú, Mónica Casas de AMD y Antonio Delgado de Lenovo.



Primer Recetario

CENFOTUR Y PRONABEC publicaron “Historias con Sazón, el talento y su diversidad gastronómica” en el que intervinieron 14 jóvenes beneficiarios de BECA 18, que eligieron a CENFOTUR para seguir la Carrera de Cocina Peruana.

Madeleine Burns, Directora Nacional de CENFOTUR y Sandro Parodi, Director Ejecutivo de PRONABEC, con los estudiantes de BECA 18.



Nueva Fábrica de Chocolate

Chanchamayo Highland Coffee inauguró la primera Fábrica de Chocolate, la misma que está certificada como orgánica por la Certificadora BCS ÖKO de Alemania, que les permite utilizar los sellos de Agricultura Biológica de la Unión Europea y USDA Organic, para la venta de sus productos. En la Foto: José Jorge y su señora Esposa.



Premio para D'Marco

N.REPS S.R.L., empresa peruana propietaria de las marcas D'Marco y Fabiati, que exporta sus productos a EE.UU, Reino Unido, España, Canadá, El Salvador, Venezuela, Colombia, Chile y Brasil, recientemente obtuvo el Premio ASIA, al Mejor Producto Natural, participando con la línea de pulpa congelada 100% natural en la Feria NOPA Orgánico & Natural en Hong Kong.

Principales indicadores económicos en la Alianza del Pacífico

La AdP se ha posicionado como un jugador relevante en el contexto del comercio internacional.

Como una unidad económica, la Alianza del Pacífico (AdP) representa la octava economía del mundo, con un PBI per cápita promedio superior a los US\$ 18 000 en el 2017, lo que representa el 38% del PBI de la región. La AdP es receptora del 41% de la inversión extranjera directa destinada a América Latina. Los cuatro países miembros tienen tratados de libre comercio con las principales economías del mundo y una importante red de convenios para evitar la doble imposición.

	Chile	Colombia	México	Perú
Producto Bruto interno (corriente o nominal)	US\$ 277 mil millones (2017)	US\$ 309 mil millones (2017)	US\$ 1 149 mil millones (2017)	US\$ 215 mil millones (2017)
Producto Bruto interno (PPP)	US\$ 451 mil millones (2017)	US\$ 714 mil millones (2017)	US\$ 2 458 mil millones (2017)	US\$ 424 mil millones (2017)
PBI Per Cápita (corriente o nominal)	US\$ 15 070 (2017)	US\$ 6 273 (2017)	US\$ 9 304 (2017)	US\$ 6 762 (2017)
PBI Per Cápita (PPP)	US\$ 24 537 (2017)	US\$ 14 485 (2017)	US\$ 19 903 (2017)	US\$ 13 334 (2017)
Reservas internacionales	US\$ 39 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)	US\$ 45 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)	US\$ 173 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)	US\$ 64 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)
Deuda externa	US\$ 13 mil millones (2017) 4.7% del PBI (2017)	US\$ 72 mil millones (2017) 23.2% del PBI (2017)	US\$ 182 mil millones (2017) 15.8% del PIB (2017)	US\$ 23 mil millones (2017) 10.7% del PBI (2017)
Deuda pública total	US\$ 65 mil millones (2017) 23.6% del PBI (2017)	US\$ 167 mil millones (2017) 54.2% del PBI (2017)	US\$ 542 mil millones (2017) 47.2% del PIB (2017)	US\$ 53 mil millones (2017) 24.7% del PBI (2017)
Inversión bruta fija	22.1% del PBI (2017)	25.5% del PBI (2016)	20.0% del PBI (2017)	21.6% del PBI (2017)
Tasa de desempleo	6.8% (2017)	9.7% (2017)	3.5% (2017)	4.5% (2017)
Población por debajo de la línea de la pobreza	22.2% (2011) 14.4% (2013) 11.7% (2015)	28.5% (2014) 27.8% (2015) 28.0% (2016) 26.9% (2017)	45.5% (2012) 46.2% (2014) 43.6% (2016)	22.7% (2014) 21.8% (2015) 20.7% (2016) 21.7% (2017)
Remuneración Mínima Vital	CLP 276 000 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 431)	COP\$ 781 242 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 266)	MX\$ 2 686 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 135)	S/ 930 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 284)

Fuente: Guía de Negocios e Inversión de la Alianza del Pacífico 2018/2019, editada por EY Perú.



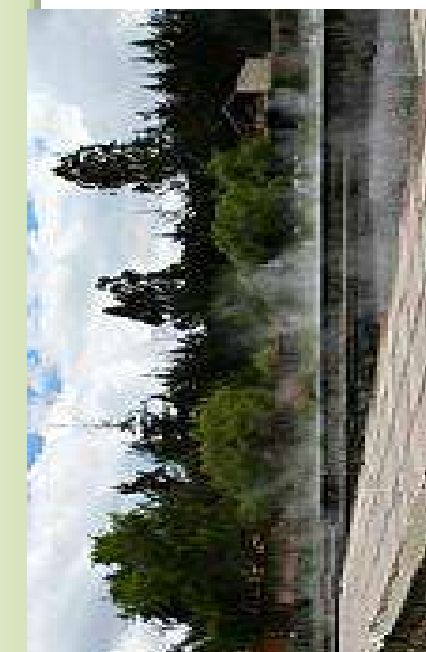
TURISMO MÉDICO

WELLNESS

TERMALISMO



PREPARATE PARA VIAJAR DE UNA MANERA DIFERENTE...



TraWe Perú
TRAVEL & WELLNESS

www.traweperu.com



Building a better
working world

¿Qué tan cerca está tu compañía de ser víctima de fraude?

EY cuenta con programas de cumplimiento que te ayudarán a prevenir, detectar y responder de manera más eficiente, a riesgos de fraude y corrupción que puedan afectar tu negocio.

Descargue nuestra **15º Encuesta Global sobre Integridad en los negocios 2018** ingresando a:
<https://www.ey.com/pe/riesgos-de-integridad>

-  /EYPeru
-  @EYPeru
-  /company/ernstandyoung
-  @EYPeru
-  /EYPeru
-  perspectivasperu.ey.com
-  ey.com/pe
-  ey.com/PE/EYPeruLibrary