

EDICIÓN BILINGÜE
BILINGUAL EDITION

EXPORTAR

ECONOMÍA, NEGOCIOS & TURISMO

Revista Nº 53 / Edición internacional
Revista Nº 53 - International Edition

Aduanas: Facilitador o fiscalizador?

Oswaldo Salinas propone su
autonomía operativa y normativa

Customs: Facilitator or monitor?

*Oswaldo Salinas thinks it should
have operational and regulatory
autonomy.*



SUPERINTENDENCIA
DE ADUANAS



Incluye Guía Turística de Lima / Includes a Tourist Guide to Lima

Bolivia US\$ 3.00 Colombia US\$ 3.00 Chile \$ 1950 Ecuador US\$ 3.00 Perú/ Sr. 10.00 Venezuela US\$ 3.00





Comparta las experiencias
de profesionales y empresarios

Minería: Unión de esfuerzos para el desarrollo del Perú

Mining: Working together towards the development of Peru



XXVIII Convención Minera
10-14 Setiembre/September
28th MINING CONVENTION
EXTEMIN 2007
10 años/years

Organizado por | Organized by
INSTITUTO DE INGENIEROS DE MINAS DEL PERÚ

Los Cañaros 154, Lima 12, Perú T (511) 349 4262 F (511) 349 3721

E convencionminera@imp.org

www.convencionminera.com

Sede  **TECSUP**

Patrocinadores



Promotor



Colaboradores

ALERTA MÉDICA - AREQUIPA • CORPORACIÓN GRAÑA Y MONTERO • DISAL • MERIDIAN IQ
METSU MINERALS • MG TRADING • ROYAL STEEL • SODEXHO

Auspiciadores



Minería: la revista oficial del Instituto de Ingenieros de Minas del Perú, organizador de la XXVIII Convención Minera.

PERU MODA 2007

10th International Trade Show of Apparel, Footwear & Jewelry

April 25 - 27
Lima - PERU



Visit Peru Moda and...

- Identify new products and services.
- Contact and/or strengthen business relationships with your suppliers.
- Gather information for future purchasing and investment decisions.
- Appreciate the Peruvian proposal of design.

Source from Peru!

- Luxury Fibers (Pima and Tanguis Cotton, Alpaca & Vicuna).
- Integrated Industry.
- Full package.
- Product research & development.
- Social responsibility.
- Timely delivery.

Besides, Peruvian apparel and accessories have duty free entry to the U.S. according to the ATPDEA.

Leading Companies that visit PERU MODA

- Abercrombie & Fitch
- Adolfo Dominguez
- Amichi
- Agnes B
- Ashworth
- Calvin Klein
- Comptoir des Cottonniers
- Inditex
- JC Penney
- Jockey International
- Kenzo
- Maison Simon
- Le Bon Marche
- Le Chateau
- Limited Brands
- Massimo Dutti
- Palacio de Hierro
- Polo Ralph Lauren
- Saks
- Sara Lee Brands
- The John Forsythe
- Tommy Hilfiger
- VF Corp.
- Victoria Secret

CONTACT US:

PERU: Phone: (511) 222-1222
Email: perumoda@prompex.gob.pe

www.perumoda.com



Director / Director
Julio César Llaque Moreno

Editor / Publishing
Jesús Raymundo

Redactoras / Editors
Jéssica Cáceres
Paola Ferreyros
Francisca Huamani
Marilyn Lavado
Romina Mella
Karla Velezmore

Diseño de Carátula / Title Page Design
Carolina Cantella

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Carolina Cantella
Jéssica Camones
Katherin Bravo

Fotografía / Photography
Alex Ramón
Segundo Santa Cruz
José Vilca
Claudia Bertolero
Cooperación Italiana
PromPerú

Corrección / Editing
Nikita Shardin

Traducción / Translation
Peter Spence

**Gerente de Publicidad y RR.PP. /
Publicity and Public Relations Manager**
Genoveva Llaque Moreno

Ejecutivas de Publicidad / Publicity Executives
Ana González
Flor Nuñez del Arco

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

Gerente de Administración / Administration Manager
Jary Vera Alvarado

Pre - Prensa / Pre press
Exituno S.A.

Impresión / Printing
Exituno S.A.

Distribución Internacional / International Distribution
DHL Express

**Corresponsales en el Exterior /
Foreign Correspondents**
Canadá / Canada: Gloria Torres
Bélgica / Belgium: Julio Cabrera

Oficina Editorial / Editorial Office

Av. Pío XII 243, Of. 201
Urb. Maranga - San Miguel
Teléfono: (51-1) 464-4396
Publicidad / Advertising: (51-1) 561-2846
E-mail: exportar@exportar.com.pe
Web-Site: exportar.com.pe
Lima 32 - Perú

SUMARIO / SUMMARY



8 Aduanas: Facilitador o fiscalizador?

Oswaldo Salinas, del Grupo Salinas Logística Integral, propone otorgar a Aduanas autonomía operativa y normativa.

Customs: Facilitator or monitor?

Oswaldo Salinas, of Grupo Salinas Logística Integral, proposes to give the Customs Service operational and regulatory autonomy.

11 Ley de Facilitación del Comercio Exterior

Marco legal será aplicado al trámite aduanero de mercancías que ingresan o salen del país.

The Foreign Trade Facilitation Act

Legal framework for the customs treatment of merchandise entering or leaving Peru.



16 Agribusiness on the up and up

Peruvian farm produce outstanding in international fairs and gaining market share.

19 Puno: meseta de diversidades

Un pueblo con historia, tradición y naturaleza, a más de 4 mil metros sobre el nivel de mar.

Puno: The diversity of the highlands

A people with history, tradition and nature at more than 4 000 metres above sea level.



23 PTM 2007: vitrina de turismo

Los participantes extranjeros del evento bandera del turismo peruano descubrirán los atractivos del sur peruano.

PTM 2007: A shop window for tourism

Foreign participants in Peru's flagship tourism event will see the attractions of the country's south.

28 Franquicias con sabor nacional

Para este año se espera que el Perú facture US\$ 500 millones por exportación de franquicias.

Franchises with a Peruvian flavour

This year Peru is expected to invoice US\$ 500 million in franchise exports.



32 Moda con identidad

En ciudades consideradas como "cunas de la moda", talentosos diseñadores exhiben prendas que resaltan la cultura, historia y tradición peruanas.

Fashion with an identity

In cities considered as the "cradles of fashion", talented designers are making clothes that show off the culture, history and traditions of Peru.



Guía Turística de Lima Tourist Guide to Lima

Capital de la marinera norteña

Trujillo cautiva a los visitantes con bellas playas, casonas tradicionales, restos arqueológicos preinca y su cultura viva.

The capital of the northern marinera

Trujillo captivates visitors with its beautiful beaches, traditional town houses, pre-Inca ruins and living culture.



Emprendedores en las alturas

Las comunidades de Puno y Cusco experimentan un cambio radical en sus vidas. Hoy son empresarios y asumen el reto de la exportación.

High Level Achievers

The communities of Puno and Cusco experience a radical change in their lives. Today they run businesses and are rising to the challenge of exporting.



Conquista de mercados

Conquering markets

Las ferias internacionales son, para los exportadores peruanos, vitrinas de oportunidades. Los empresarios que han participado en estos eventos comerciales de exhibición de productos y servicios, han maximizado sus números de contactos con potenciales compradores. De esta manera, han asegurado la conquista de nuevos mercados.

El Perú se felicita por ello. Sus exportaciones se incrementan cada año y establece nuevos contactos comerciales. De acuerdo con las estadísticas de la Comisión para la Promoción de Exportaciones (Prompex), de enero a diciembre de 2006 se experimentó un incremento de 35,6% respecto al mismo período de 2005.

Aunque el principal mercado continúa siendo Estados Unidos, con 23,3% de las exportaciones totales, el crecimiento económico que experimenta Europa del Este, así como el fortalecimiento del euro, alienta a los exportadores para venderle a la Unión Europea. Por eso, su presencia en Fruit Logistica 2007, la feria internacional del sector hortofrutícola más importante de Europa, fue satisfactoria.

Otro de los sectores con enorme potencial es el turismo. En la perspectiva del incremento del 78% de la actividad turística, ocurrida en los últimos cinco años, el Perú espera recibir este año a un millón 800 mil turistas. Una forma de lograr esta meta es promocionando sus atractivos turísticos y la calidad de sus servicios en importantes ferias internacionales de turismo, como FITUR, BIT, ITB y PTM 2007. Sin duda, el desarrollo del país es muy prometedor.



International fairs are showcases of opportunity for Peruvian exporters. Businesses that have taken part in these events, exhibiting their products and services, have maximised their contacts with potential purchasers. This way, they ensure that new markets are open to them.

And Peru is grateful for this. Its exports increase each year and new commercial contacts are established. According to statistics produced by the Export Promotion Commission (Prompex), there was an increase of 35,6% in exports between January and December 2006, compared with the same period in 2005.

Although the main market is still the United States, which takes 23,3% of total exports, economic growth in Eastern Europe and the strengthened euro have encouraged exporters to sell to the European Union. For this reason the country's presence at Fruit Logistica 2007, Europe's most important international fruit fair, was most satisfactory.

Another sector with enormous potential is tourism. Given the 78% increase in tourism over the last five years, Peru expects to welcome 1 800,000 tourists this year. One way to achieve this goal is by promoting its tourist attractions and the quality of its services at important international tourism fairs such as FITUR, BIT, ITB and PTM 2007. Without a doubt, prospects for the development of Peru are very promising.

SURCO

Cll. Mercaderes 275
surco@energym.com.pe
T. 279-1419

MIRAFLORES

Av. José Pardo 399
miraflores@energym.com.pe
T. 242-6501

MAGDALENA

Av. Del Ejército 809
magdalena@energym.com.pe
T. 264-0226

SAN MIGUEL

Av. Rafael Escardó 540
sanmiguel@energym.com.pe
T. 452-4804



Ahora usa tu
CMR en
ENERGYM

3 + 1
meses mes
GRATIS

S/. 399

Precio Normal: S/. 599
Ahorra S/. 200

Promoción
Exclusiva con



ENERGYM

Primera Cadena Peruana de Gimnasios



APEC sobre PYME en Chiclayo

Los ministros de Australia encargados del tema PYME han confirmado su visita a la ciudad norteña de Chiclayo, en setiembre del próximo año, donde se realizará la reunión del Foro de Cooperación Económica del Asia-Pacífico (APEC) sobre pequeña y mediana empresa. De esta manera, los empresarios peruanos tendrán una gran oportunidad de mostrar sus mejores productos y el desarrollo del sector privado.

La reunión ministerial de las PYME establecerá mecanismos apropiados para fomentar un desarrollo compartido de este sector y favorecer su inserción adecuada en el proceso de globalización. Cabe destacar que el desarrollo de las PYME constituye una prioridad en el cumplimiento de la agenda social del Asia-Pacífico, ya que involucra a cerca de 85 por ciento de la población de la región.



Maquillaje peruano en región andina

Las mujeres de Ecuador, Colombia, Bolivia y Chile prefieren al maquillaje peruano como fuente que resalta su belleza. Según la Asociación de Exportadores (ADEX), en enero de este año el Perú exportó cosméticos a estos países por US\$ un millón 703, monto que es 140% superior al de enero de 2006, cuando alcanzó US\$ 710 mil 828.

La exportación de maquillaje peruano se realiza en cinco partidas. Las demás

preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel registró ventas en los mercados internacionales por US\$ un millón 137 mil. Fue seguido por Preparaciones para el maquillaje de los ojos, con US\$ 218 mil 190, y Preparaciones para el maquillaje de los labios, con US\$ 147 mil 091. Las partidas que registraron montos menores fueron Polvos, incluidos los compactos, con US\$ 126 mil 734; y Preparaciones para manicura o pedicura, con US\$ 74 mil.

Alcachofa enfrenta cambios climáticos

Obligados por los cambios climatológicos que azotan el norte del país, la Asociación de Exportadores (ADEX) informa que los productores de alcachofa decidieron iniciar el periodo de siembra en mayo, y no a inicios de año. Incluso, piensan en la posibilidad de cultivarla en la sierra del país.

En este contexto, la exportación de alcachofas comenzó el año con una ligera contracción de -1 por ciento comparado con enero de 2006. El monto disminuyó de US\$ 4 millones 878 mil a US\$ 4 millones 843 mil.

Santiago Fumagalli, presidente del Subcomité de la Alcachofa de ADEX, comenta que esta ligera caída se debe a las variaciones climáticas que afectaron la productividad de los campos y la calidad de las alcachofas. Ante ello, las fábricas tuvieron mayor volumen de alcachofines descartados.

En la zona costera, la temperatura se incrementó por encima de lo normal. Esto ocasionó que la planta produzca alcachofas en breve tiempo y se reduzcan las posibilidades de obtener más kilos por planta. Asimismo, el cambio de clima originó el envejecimiento prematuro de la alcachofa y el recorte de tiempo de cosecha, que pasó de ocho semanas a tres.



Protegidos contra amenazas fitosanitarias

Espárragos peruanos podrán ser exportados con menores riesgos y a bajo costo

Con el propósito de mantener su liderazgo mundial en la exportación del espárrago verde fresco y al principal mercado: Estados Unidos, que concentra el 80% de las ventas al exterior, los productores peruanos despliegan todos sus esfuerzos.

Es el caso de Frío Aéreo Asociación Civil, que desde 2005 trabaja junto con el Instituto Peruano del Espárrago y las Hortalizas (IPEH) en instalar una planta de irradiación gamma. De esta manera, se protegerán frutas y vegetales frescos de la *copitarsia decolora* y de otras amenazas fitosanitarias. Además, es también una alternativa frente a la fumigación de bromuro de metilo.

Calidad asegurada

Entre los beneficios de la irradiación gamma destacan la posibilidad de romper el ADN de patógenos, insectos y organismos; retardan la maduración y aparición de brotes; y prescinden del uso adicional de tratamientos térmicos y químicos.

El uso de la energía ionizante permite que el proceso se desarrolle en el empaque final. De igual modo, incrementa la vida en anaquel por la reducción de organismos dañinos; permite la exportación de grandes volúmenes a bajo costo; y brinda seguridad adicional multibarreras para los alimentos.

En 2006, Frío Aéreo suscribió un convenio tripartito de colaboración con el Instituto Peruano de Energía Nuclear (IPEN) y el IPEH. Además, en las instalaciones de Food Technology Services, en Mulberry (Florida), realizó el primer ensayo de irradiación de espárrago fresco.

En la actualidad, elabora el proyecto de

factibilidad para instalar la planta de irradiación gamma, cuya inversión inicial será de US\$ 5 millones. Espera que pronto se realicen ensayos de irradiación de espárrago fresco y se implementen encuestas a consumidores y productores.

Retos a la vista

Para evitar que el incremento de fletes aéreos perjudique la comercialización

Otro problema que podría frenar la exportación de productos agrícolas es la entrega de regalías al Estado por parte de Lima Airport Partners (LAP), 46,51% de los ingresos que obtiene. Según Frío Aéreo, el Estado debe dirigir lo recaudado a adquirir tierras adyacentes al Aeropuerto para abrir más terminales de servicios de frío.

De no solucionarse este problema, el Perú dejaría de aprovechar la ubicación



Frío Aéreo impulsa proyecto de irradiación de espárrago verde.

de espárrago verde, los exportadores proponen que el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez se convierta en el principal nexo del comercio; se incrementen las exportaciones por vía marítima; y se faciliten e incentiven las importaciones por vía aérea.

estratégica de su principal aeropuerto y serían afectados sectores generadores de empleo como el turismo y el comercio exterior. Ante ello, los agroexportadores proponen reevaluar la contribución actual de los ingresos de LAP al Estado y ceder en alquiler el terreno de Córpac a Frío Aéreo.



“Hay una gran diferencia entre la actual Aduanas y la que no había sido absorbida por la Sunat. Ahora existe una fiscalización excesiva”, afirma Oswaldo Salinas.

“There’s a big difference between the Customs Service as it is now and before it was merged with Sunat. Now it monitors to excess” says Oswaldo Salinas.

Aduanas: Facilitador o fiscalizador?

Customs: Facilitator or monitor?

Oswaldo Salinas, del Grupo Salinas Logística Integral, pide otorgar autonomía operativa y normativa a Aduanas para que cumpla su función de facilitación

Oswaldo Salinas, of Grupo Salinas Logística Integral, asks that the Peruvian Customs Service be given operational and regulatory autonomy so that it can comply with its functions as facilitator

Ubicado en una de las regiones económicas más dinámicas del mundo, el eje Asia-Pacífico, el Perú apuesta por su desarrollo integral. Es decir, por el intercambio comercial, el crecimiento industrial y el manejo de divisas. En este contexto, el papel de Aduanas no solo debe dirigirse a la clásica función recaudadora, sino sobre todo

a la facilitación del comercio internacional. Debe brindar un servicio de calidad, donde los trámites y operaciones aduaneras se realicen con mayor agilidad y eficiencia. En suma, aportar al crecimiento de la economía y desarrollo del país. Por eso, Oswaldo Salinas, director gerente del Grupo Salinas Logística Integral, propone que Aduanas tenga autonomía operativa y normativa, que por aspectos funcionales podría ser una dirección del MINCETUR.

¿Cómo evalúa el trabajo del Gobierno en el sector de Comercio Exterior?

Aplaudo la Ley de Facilitación del Comercio Exterior, pero considero que el proceso de adecuación de esta ley es muy largo y lento. Urgen otros tipos de normas que nos haga eficientes y que mejore el flujo de las exportaciones. De otro lado, las normas aduaneras están dadas con excesos de sanciones.

¿Cuáles son las necesidades que los operadores de comercio interior esperan solución?

El tema de aduana y de comercio exterior se maneja por normas y regulaciones donde se establecen obligaciones y procedimientos. Pero no basta con crear una ley de facilitación del comercio exterior donde se genere una ventanilla única que solo contempla el aspecto operativo y se ignora el aspecto normativo, sobre todo en un país donde las normas están disgregadas.

¿Qué debemos hacer?

Debemos imitar modelos de otros países donde existen manuales de normas y procedimientos aduaneros. Algo similar debería existir en el país y debe ser regulado por Aduanas con el consenso de los operadores para que todos sepamos a qué atenernos. En caso de presentarse casos que no estén contemplados, esta situación se puede resolver en corto plazo mediante una Comisión Consultiva constituida por funcionarios de Aduanas y los operadores privados.

¿Cuánto ha mejorado el servicio de Aduanas desde su fusión con la Sunat?

Hay una gran diferencia entre la actual Aduanas y la que no había sido absorbi-

da por la Sunat. Ahora existe una fiscalización excesiva con un concepto sancionador exagerado que va más allá de la incidencia tributaria. La Sunat sanciona solo por cuestiones formales. Por ejemplo, si no se coloca una marca, hay sanción. Si uno se equivoca de modelo, hay otra sanción.

¿De qué manera los perjudica?

Genera sobrecostos y puede paralizar un despacho porque hubo un error formal que puede ser resuelto con diligencia y corrección en la base de datos. Lo han tomado como una forma de generar caja, lo cual es un gran error que crea serios problemas en el proceso del despacho.

¿No considera que la Ley de Facilitación del Comercio Exterior pueda aliviar el problema burocrático de Aduanas?

La Ley de Facilitación del Comercio Exterior no es suficiente. Aduanas debe establecer parámetros y criterios que sean homogéneos y aplicados. Sucede que hay normas que dejan con mucha apertura en su interpretación y permiten que el funcionario proceda de manera subjetiva y errónea, lo cual genera inconvenientes frecuentes que se convierten en entrampamientos burocráticos. Sin embargo, es bueno precisar que también generan ese tipo de retrasos exportadores que incumplen con las normas. Todos debemos cumplir las normas, tanto operadores como exportadores e importadores. Solo pedimos que en aras de la ley no se cometan excesos, los cuales generan problemas que vivimos a diario.

¿Cuál debe ser, entonces, la solución a la burocracia en Aduanas?

La solución es política. Se debe otorgar autonomía a Aduanas para que pueda cumplir el papel de facilitación que se establece en el artículo primero de la Ley General de Aduanas. Hay que recordar que esta Ley, en sus anteriores versiones, hablaba de la facilitación del comercio exterior. Hoy estamos frente a la Ley de Facilitación del Comercio Exterior, pero en la práctica no se da.

¿Cuáles serían las ventajas de una Aduanas autónoma?

La función de la Sunat es fiscalizadora, es

su esencia, su razón de ser. En cambio, la función de Aduanas es de facilitación. Por ello, es increíble que dos organismos que tienen sentidos totalmente diferentes sean manejados por un mismo equipo, porque su filosofía es totalmente contrapuesta. No significa que Aduanas no deba fiscalizar, pero una aduana moderna fiscaliza posterior al despacho. Esto permite que la disponibilidad de la mercancía se genere en un corto plazo. De esta manera, se eliminan sobrecostos por exceso de permanencia de los contenedores o de las mercancías en los almacenes, que dicho sea de paso son caros.

¿Debe Aduanas convertirse en un ente nuevo?

No esperamos que Aduanas se convierta en un ente nuevo, solo sugerimos que se le otorgue autonomía operativa y normativa, a fin de lograr la facilitación. La ubicación en el organigrama estatal no es gravitante. Además se espera que continúe con el proceso de traslación de actividades y funciones aduaneras al sector privado. Como agente de aduana, me considero en la capacidad de reafirmar el trabajo que efectúa Aduanas.

Located in the Asia-Pacific region, one of the world’s most dynamic, Peru is determined to pursue integral development. That is, through trade, industrial growth and foreign currency management. In this context, the role of the Customs Service should not be limited to its classical revenue generating function, but should, above all be a facilitator of international trade. It should provide a quality service in which customs procedures and operations are carried out more swiftly and efficiently – in synthesis, contributing to the country’s economic development and growth. For that reason, Oswaldo Salinas, managing director of Grupo Salinas Logística Integral, proposes that the Customs Service should have operational and regulatory autonomy and, because of functional aspects it could become a dependency of MINCETUR.

How should the work of the Government in the foreign trade sector be evaluated?

I welcome the Foreign Trade Facilitation Act but I think the process of bringing the existing

apparatus into line with this law is too long and slow. Other types of regulation are required to make us more efficient and improve the flow of exports. Furthermore, customs regulations contain far too many sanctions.

What problems do foreign trade operators expect to be solved?

Customs and foreign trade are governed by standards and regulations that establish obligations and procedures. But it is not enough to create a foreign trade facilitation law that only considers the operational aspect and ignores the regulatory aspects, particularly in a country in which legislation is not coordinated.

What should we do?

We should imitate the models used in other countries, which have manuals of customs regulations and procedures. Something similar should exist here and should be regulated by the Customs Service with the agreement of exporters, so that we all know where we stand. Unusual cases could be resolved in the short term by a Consultative Commission made up of customs officers and private exporters.

Con infraestructura moderna, leyes adecuadas y voluntad política, las exportaciones peruanas continuarán en ascenso.

With modern infrastructure, adequate legislation and the political will Peru's exports will continue to rise.



How has the Customs Service improved since its merger with Sunat?

There's a big difference between the Customs Service as it is now and before it was merged with Sunat. Now there is too much monitoring as well as exaggerated sanctions, beyond mere collecting of duty. Sunat imposes sanctions for formal questions only. For example, if the marks are missing, there's a fine. If you get the model wrong there's another fine.

How does this affect you?

It generates excess costs and can paralyse a delivery because of a formal error that could be resolved by examining and correcting the database. They use this as a means of generating income, which is a serious error that causes major problems with the despatch process.

Don't you think that the Foreign Trade Facilitation Act could alleviate the problem of Customs bureaucracy?

The Foreign Trade Facilitation Act is not sufficient. The Customs Service should establish homogeneous parameters and criteria and apply them. In fact there are regulations that can be too widely

interpreted and allow officers to proceed in a subjective and erroneous manner, which causes frequent problems and bureaucratic obstacles. Nevertheless, it is as well to point out that exporters who do not comply with the regulations also cause delays of this type. We should all comply with the regulations, both forwarders, exporters and importers. We only ask that no excesses are committed under the law, as these generate the problems we have to face on a daily basis.

What is the solution, then, to the Customs Service bureaucracy?

The solution is political. The Customs Service should be given autonomy so that it can fulfil its role of facilitation set forth in article one of the Customs Act. It should be remembered that earlier versions of this law spoke of facilitating foreign trade. Today we have the Foreign Trade Facilitation Act, but in practice it is not being applied.

What would be the advantages of Customs autonomy?

The role of Sunat is monitoring for fiscal purposes, which is what it is for. On the other hand the function of the Customs Service is facilitation. That's why it is incredible that two organisations with completely different aims should be managed as one, because their philosophies are totally opposed. This does not mean that Customs should not carry out monitoring, but modern customs services do this after the merchandise has been despatched. This means that the merchandise is available quickly. This eliminates excess costs arising from the merchandise remaining too long in containers or warehouses, which, I may say, are expensive.

Should the Customs Service become something entirely new?

We don't expect Customs to be transformed into a new entity; we only suggest that it should be given operational and regulatory autonomy so that it can facilitate trade. Its location in the state apparatus is not important. We also expect that the process of transferring customs activities and functions to the private sector will continue. As a customs agent, I believe I am able to carry out the work now done by Customs.

Universidad Nacional de Cajamarca
Escuela de Postgrado

- PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS
 - EDUCACIÓN
 - SALUD
 - GESTIÓN AMBIENTAL Y RECURSOS NATURALES
 - CIENCIAS ECONÓMICAS
- PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS
 - ADMINISTRACIÓN
 - Administración y Gerencia Empresarial
 - CONTABILIDAD -- Finanzas
 - DERECHO -- Derecho Penal y Criminología, Derecho Civil y Comercial
 - INGENIERÍA -- Ingeniería Forestal, Ingeniería Civil
 - EDUCACIÓN
 - Docencia e Investigación Educativa
 - Educación Superior
 - Educación Matemática
 - Planificación y Administración de la Educación
 - RECURSOS NATURALES
 - Recurso Genético Animal
 - Recurso Genético Vegetal
 - PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO
 - Gerencia Social
 - Desarrollo y Medio Ambiente
 - Desarrollo Rural
 - SALUD
 - Promoción y Educación para la Salud
 - Salud Pública

Admisión 2007

Feria de proveedores de productos y servicios para empresas, oficinas, moda, belleza y cuidado personal

12, 13 y 14 de abril
Centro de Convenciones Maria Angola

Expo Secretaria
Impulsando tu desarrollo

- Exhibiciones
- Charlas y talleres gratuitos
- Moda y belleza
- Regalos y sorteos

En simultáneo: V Congreso Internacional SECRETARIAS DE EXCELENCIA y Actividades de Gerencia

Organizan: INAVASY, Grupo al Futuro, SECRETARIA

Encuentra toda la información actualizada en: www.secretariaeficaz.com

AUSPICIAN: Careías, Me, 94.9, Wong, SANTA NATURA, ASEGEL, de Perse, Stuff Digital, Microsoft, peruv.com, MASELH, Santa Natura.

Comercio exterior dinámico

Dynamic Foreign Trade

La Ley de Facilitación del Comercio Exterior establece el marco legal que será aplicado al trámite aduanero de mercancías que ingresan o salen del país

The Foreign Trade Facilitation Act establishes the legal framework for the customs procedures applied to merchandise entering or leaving the country

Las cifras son alentadoras. En los últimos cinco años, las exportaciones peruanas crecieron más de 3,4 veces. En 2006 se incrementó en 36 por ciento respecto a 2005. El Perú vendió al exterior por más de US\$ 23 mil

700 millones. En este contexto, la Ley de Facilitación del Comercio Exterior busca dinamizar las operaciones de comercio exterior en el país.

Surgió de la premisa de que en el país

existe un escenario donde los temas de competitividad de los exportadores e importadores requieren de reconocimiento legal. “Por primera vez se pone el tema de facilitación del comercio exterior como una necesidad y obligación estatal”, asegura Luis Torres, director nacional de Desarrollo de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

El ingeniero John Hartley, representante de la Asociación de Exportadores (ADEX), señala que gran parte de lo que establece esta norma se ha planteado en la Ley de Puertos. “Se complementa en algunos aspectos, como el despacho rápido de envíos”. Agrega que el tiempo máximo de despacho de mercancías, de 48 horas, favorecerá el incremento de las exportaciones.

Comercio exterior veloz

Esta Ley indica que la administración aduanera realizará el control aduanero de las mercancías de alto riesgo, por lo que

Luis Torres, de MINCETUR, y John Hartley, de ADEX, se muestran optimistas sobre la Ley de Facilitación del Comercio Exterior.
Luis Torres, of MINCETUR and John Hartley, from ADEX, are optimistic about the Foreign Trade Facilitation Act.



La Ley es un paso para que el Perú implemente el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos.

The act is a step by which Peru should implement the Free Trade Agreement (FTA) with the United States.

se simplificará el despacho de las de bajo riesgo. Las empresas que brinden servicio de envíos de entrega rápida serán calificadas por la autoridad competente. Y las compañías transportadoras serán responsables de la entrega de las mercancías a los consignatarios.

Entre las ventajas de la Ley de Facilitación del Comercio Exterior figura la creación del servicio expreso, la eliminación del costo de información entre entidades públicas, y el respaldo legal a la información electrónica. Ésta se publicará en la página web del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), a fin de que los exportadores e importadores, tanto medianos como pequeños, negocien mejor.

El servicio expreso es un nuevo proce-

samiento aéreo donde las mercancías, sin importar su valor o volumen, pueden ser transportadas de la manera más rápida. Sin embargo, al momento de que ingresan al país, para nacionalizarse, tienen la posibilidad de usar un despacho rápido de seis o diez horas, siempre que no supere US\$ 2 mil. De esta manera, se beneficiarán 6 300 empresas exportadoras y 11 mil empresas importadoras, de las cuáles el 95 por ciento son micro y pequeñas empresas.

La Ley le otorga respaldo jurídico a la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), que estará a cargo del MINCETUR. Hartley Morán, opina que es importante incentivar a las entidades vinculadas con el proceso de despacho. “Se debe resaltar la importancia de la ventanilla única, porque uno resolverá

todo en un solo lugar. Allí, los operadores de comercio exterior podrán tramitar las autorizaciones y permisos para importar y exportar mercancías”.

La ampliación del plazo de depósito de 6 a 12 meses permite trabajar con inventarios, y convierte al país en un gran almacén. Otro acuerdo contemplado en la Ley es la promoción de los puertos regionales, que logran dinamizar el comercio exterior a través del transporte de las mercancías.

En busca de consenso

Sin embargo, gremios como la Asociación de Exportadores (ADEX), la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) y la Cámara de Comercio de Lima (CCL), demandan al Congreso modificar el artículo 4° de la Ley de Facilitación del Comercio Exterior. Sus voceros afirman que esta Ley perjudica a los exportadores no tradicionales, en especial a los subsectores confecciones, químicos y joyería, quienes importan gran porcentaje de sus insumos.

“En la negociación del Reglamento podemos trabajar las inquietudes de los dueños de carga en parte aérea y también las inquietudes que tiene el transporte marítimo respecto al artículo. Allí podemos encontrar el consenso”, explica Luis Torres, del MINCETUR.

Por su parte, el ingeniero John Hartley espera que el consenso realmente se encuentre en la reglamentación, sino persistirá la discriminación para los dueños de la carga que se importa vía aérea, ya que no se les permitirá elegir el terminal del punto de llegada que le sea más conveniente.

A fin de lograr la reglamentación eficaz y precisa, se ha formado una comisión multisectorial integrada por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) y el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC). El grupo de trabajo tiene la misión de discutir y analizar, a fin de encontrar la forma operativa y aduanera de viabilizar estos artículos y que, a su vez, aporten a la competitividad que reclama el Sector.

The figures are encouraging. Over the last five years, Peruvian exports have grown by more than 3,4 times. In 2006 they increased by 36 percent compared with 2005. Peru exported goods worth more than US\$ 23 700 million. In this context, the Foreign Trade Facilitation Act seeks to stimulate the country's export trade.

It arose from the premise that in this country there is a scenario in which the competitiveness of exporters and importers needs to be legally recognised. "For the first time the subject of the facilitation of foreign trade is being considered as a need and an obligation on the part of the State", says Luis Torres, national foreign trade development director at the Ministry of Foreign Trade and Tourism (MINCETUR).

John Hartley, representative of the Association of Exporters (ADEX), states that a large part of this legislation is included in the Ports Act. "They are complementary in some aspects, such as the rapid despatch of merchandise". He adds that the maximum time for despatching merchandise - 48 hours - will stimulate exports.

Speedy foreign trade

This act says that the Customs Service is to monitor high-risk merchandise and therefore the despatch of low-risk items will be simplified. Companies providing rapid courier services will be qualified by the competent authority. And carriers will be responsible for delivering the merchandise to the consignees.

Among the advantages of the Foreign Trade Facilitation Act is the creation of an express service, the elimination of the cost of information between public bodies and legal backing for electronic information. This will be published on the website of the Ministry of Transport and Communications (MTC) so that exporters and importers, both small and medium-sized, are in a better negotiating position.

The express service is a new air freight process by which merchandise can be carried in the fastest manner, regardless of its value or volume. When it enters Peru and is subject to duty, a rapid clearance procedure of six or ten hours is available, provided that it does not exceed US\$ 2 000.

This will benefit 6 300 exporting companies and 11 000 importers, of which 95 percent are small and micro businesses.

The act gives legal backing to the Single Foreign Trade Window (VUCE), which will be the responsibility of MINCETUR. Hartley Morán thinks that it is important to provide incentives to the entities involved in the despatch process. "The importance of the single window should be emphasised, because you will be able



Las normas mejorarán las condiciones y la competitividad de las exportaciones e importaciones.

The executive regulations will improve the conditions and competitiveness of exports and imports.

to resolve every-thing in the same place. Foreign trade operators will be able to arrange permits and authorisation to import and export merchandise".

The extension of the deposit period from 6 to 12 months means that we can work with inventories, thus turning the country into an enormous warehouse. Another agreement contemplated in the act is the promotion of regional ports, which will stimulate foreign trade through transport of merchandise.

Seeking consensus

Nevertheless, organisations such as the Association of Exporters (ADEX), the National Manufacturers Association (SNI) and Lima Chamber of Commerce (CCL) want Congress to modify article 4 of the Foreign Trade Facilitation Act.

Their spokesmen claim that the law is prejudicial to non-traditional exporters, especially the apparel, chemicals and jewellery subsectors, which import a large proportion of their raw materials.

"During negotiation of the Executive Regulations, we can emphasise the concerns of the owners of air cargo and also those of sea freight carriers regarding the article. We could find consensus there", explains Luis Torres of MINCETUR.

John Hartley, on the other hand, hopes that consensus can be encountered in the regulations, if not there will continue to be discrimination for importers of merchandise imported by air as they will not be allowed to choose the most convenient arrival terminal.

In order to ensure that the Executive Regulations are effective and precise, a multi-sector commission has been set up by the Finance Ministry (MEF), Peru's tax authority (SUNAT) and the Ministry of Transport and Communications (MTC). The purpose of this working group is to discuss and analyse in order to arrive at a way to make these articles viable from an operations and customs point of view and, in turn, to contribute to the competitiveness that the sector requires.



Los principales mercados de los productos agroindustriales peruanos son Europa y Estados Unidos.
The principal markets for Peruvian agricultural products are Europe and the United States.

Agroexportación de calidad

Quality agricultural products for export

Debido a su calidad y diversidad, los productos agrícolas del Perú tienen acogida en mercados internacionales

Peru's agricultural products are valued in international markets for their quality and diversity

Las estadísticas de la Comisión para la Promoción de las Exportaciones (Prompex) señalan que en 2006 el café fue el producto de mayor demanda. Se exportó por un valor de US\$

513 millones, lo cual representa un crecimiento de 67%, en comparación a 2005 (US\$ 306 millones). Este resultado lo coloca en el primer puesto del ranking de exportaciones agrarias del año pasado.

“Si bien el espárrago ocupó el segundo puesto, seguido por la paprika, sorprende la acogida obtenida por las conservas de alcachofas en Estados Unidos y Espana. Asimismo, la uva y el mango comienzan a llamar la atención en los mercados de Europa y Asia”, comenta Fausto Robles, gerente de Agro y Agroindustria de Prompex.

La calidad de los productos es un diferenciador que se logra gracias a la intensidad de la radiación solar, que convierte al Perú en un invernadero natural capaz de producir durante todo el año. José Ordnez, gerente de agro de la Asociación de Exportadores (ADEX), considera que los productos agropecuarios tienen acogida en la gastronomía internacional y la medicina.

Fausto Robles agrega que el crecimiento del sector agroexportador se debe también a la inversión privada y a la formación, desde 1997, de gremios de exportadores.

Por su parte, Luis Zúniga, presidente de la Convención del Agro Peruano (CONVEAGRO) afirma que es necesario organizar a los empresarios para transformar y comercializar sus productos. Añade que hoy solo está activada el 3% de la capacidad agroexportadora del país, de un total de 1 millón 700 mil productores.

Nuevos mercados

Prompex señala que los principales mercados de los productos agroindustriales son Europa y Estados Unidos. El primero concentra el 42% de envíos, mientras que el segundo el 32%. En este contexto, Fausto Robles indica que los países rabes son una buena alternativa de destino, así como los países del Golfo Pérsico. Agrega que posicionar los productos agrícolas peruanos en el mercado asiático es relativo, porque China y Japón protegen su mercado interno y poseen altas exigencias de calidad.

Ante la importancia de la diversificación de la oferta exportadora del Perú, Robles propone consolidar los productos conocidos en el mercado como el espárrago y la alcachofa, lo cual se logra con mayor capacidad de exportación.

Luis Zúniga, de Conveagro, señala que se deberá aprovechar al máximo las condiciones naturales para la producción y exportación de alimentos como camu camu, sacha inchi, quinua y quiwicha. Por su parte, José Ordnez, de Adex, agrega que para consolidar el desarrollo agroexportador se debe fomentar formación de asociaciones de productores con capacidad de negociación.

Por eso, hay satisfacción con la participación del Perú en la Feria Fruit Logistica, que se realizó del 8 al 10 de febrero en Berlín, Alemania. Como se sabe, el evento convoca al sector hortifrutcola que opera en Europa, y en el que estn presentes los más grandes agentes comercializadores del sector perecedero agrario.

“Desde nuestra primera participación en la feria en 2003, hemos sido testigos de cómo fuimos conquistando el mercado

europeo gracias a productos frescos como espárrago verde, mango, palta, cítricos y uvas. Esto demuestra que Fruit Logistica es una gran vitrina para nuestras frutas y verduras”, resalta Eduardo Talavera, consultor de agroexportaciones de Prompex.

En esta oportunidad estuvieron presentes 50 empresarios, quienes ofrecieron los principales productos peruanos al mercado europeo. Fruit Logistica, además de ser un trampolín para los productos frescos, significa un espacio importante para desarrollar la exportación de servicios peruanos a Europa.

Statistics from the Export Promotion Commission (PROMPEX) show that in 2006 coffee had the highest demand. Coffee valued at US\$ 513 million was exported,

En 2006, el café fue el producto de mayor demanda: se exportó por un valor de US\$ 513 millones, 67%, más que lo vendido en 2005.

In 2006, coffee was the product with the highest demand: exports were valued at US\$ 513 million, 67% more than total sales for 2005.



an increase of 67% compared with 2005 (US\$ 306 million). This also placed the crop in first place in the ranking of agricultural exports last year.

“Although asparagus was in second place, followed by paprika, there was a surprising demand for bottled artichokes in the United States and Spain.

Furthermore, grapes and Mangoes are beginning to gain market share in Europe and Asia”, says Fausto Robles, farming and agribusiness manager of PROMPEX.

The quality of the products makes the difference and is achieved thanks to the intensity of the sunlight, which makes Peru a natural greenhouse capable of producing throughout the year. José Ordnez, agriculture manager of the Exporters’

Association (ADEX), thinks that agricultural products have a special place in international gastronomy and in medicine.

Fausto Robles adds that growth in the agricultural exports sector is also the result of private investment and the formation, in 1997, of the exporters' association. Luis Zúñiga, president of the Peruvian Agricultural Convention (CONVEAGRO) says that businesses have to organise themselves to transform and sell their products. He adds that the country is making use of only 3% of its agricultural export capacity, made up by a total of 1'799,999 farmers.

New markets

PROMPEX states that the principal markets for farm products are Europe and the United States: the former accounts for 42% of shipments; whilst the second takes 32%. In this context, Fausto Robles says that the Arab countries are a good alternative destination, as are those of the Persian Gulf. He adds that positioning Peruvian agricultural produce in the Asian market will not be easy as China and Japan protect their internal markets and impose very high quality standards.

Given the importance of diversifying Peru's exports, Mr Robles proposes the

consolidation of established products such as asparagus and artichoke by increasing export capacity.

Luis Zúñiga of CONVEAGRO thinks we should take maximum advantage of our natural conditions for producing and exporting foodstuffs such as camu camu, sacha inchi, quinua and quiwicha. José Ordóñez of ADEX adds that in order to consolidate exports of farm products the formation of producers' organisations should be encouraged to increase bargaining clout.

All are therefore happy that Peru took part in the Fruit Logistica Fair in Berlin, Germany, from the 8th to the 10th of February. As we know, this event brought together the European fruit sector, including the largest sales agents for perishable farm produce.

"From our first appearance at the fair in 2003 we have seen how our fresh products such as green asparagus, mangoes, avocados, citrus fruit and grapes have won their place in the European market. This shows that Fruit Logistica is a great showcase for Peruvian fruit and vegetables" points out Eduardo Talavera, the PROMPEX agricultural exports consultant.

This time 50 businesses were represented, offering Peru's principal products to the European market. As well as being a springboard for fresh products, Fruit Logistica offers an important opportunity for developing the export of Peruvian services to Europe.

A través de Fruit Logistica, el Perú ofreció productos frescos como el mango.

At Fruit Logistica, Peru offered fresh products such as mangoes.

Innovación de la cadena productiva



Capacitación a los agricultores peruanos.

Agricultores que integran las mil 900 cadenas productivas de Agrobanco serán beneficiados con asesoría y capacitación técnica que recibirán de ingenieros especializados en agronomía y zootecnia. Gracias a un convenio suscrito entre esta entidad y el Colegio de Ingenieros de Lima, se impartirá información actualizada sobre aspectos como cultivos, crianza, siembra, sanidad, cosecha, poscosecha, ganadería, entre otros.

Manuel Noriega, presidente de Agrobanco, señala que los recursos de esta entidad no solo tendrán un buen nivel de recuperación sino, además, serán bien aplicados en el campo. "La capacitación por parte de los ingenieros será una excelente ayuda".

Por su parte, el ingeniero Javier Piqué del Pozo, decano del Colegio de Ingenieros de Lima, señala que de cuatro millones 196 mil hectáreas destinadas a la agricultura, solo 80 mil hectáreas son dedicadas a la exportación. Sin embargo, el potencial agrícola es de ocho millones 715 mil hectáreas, de las cuales 50% podrían ser aprovechadas para los productos de exportación.

Actualmente, Agrobanco cuenta con 260 millones de soles de capital social. De este monto, 107 millones han sido colocados a través de las cajas rurales y 55 millones de soles directamente a los agricultores. Este año se espera duplicar los créditos directos.

La congresista Nilda Vilchez, presidenta de la Comisión Agraria, considera que es importante transformar a Agrobanco en una entidad financiera de primer nivel con atención preferente a los productores.



En febrero, Puno rinde homenaje a la Virgen de la Candelaria con lo mejor de su folclor. Una de sus danzas más coloridas es la diablada.

In February, Puno pays homage to the Virgin of Candelmas with the very best of its folk traditions. One of the most colourful dances is the diablada.

Meseta de diversidades

The diversity of the highlands

En la zona sur oriental del Perú, la naturaleza, historia y tradiciones de Puno atraen a mayor número de turistas

In the south east of Peru, the nature, history and traditions of Puno are attracting more and more visitors

Puno ha dominado las alturas con naturalidad. Aunque se creía que el poblador de esta meseta fría y poco oxigenada era apático y solitario,

su espíritu es incontinente y de contagiante algarabía. Por eso, el pueblo ubicado a 3 827 metros sobre el nivel del mar ha sido bautizado como Ca-

pital folclórica de América.

Juana García Pinedo, directora encargada de la Oficina Regional de Comer-

cio Exterior y Turismo de Puno, asegura que la gran diversidad cultural de Puno se expresa a través de sus fiestas patronales y sus más de medio millar de bailes típicos. Gracias a estas manifestaciones que se han mantenido en el tiempo, la ciudad altiplánica ha logrado gran desarrollo turístico.

En sus tierras confluyen legados culturales de los antiguos peruanos, paisajes naturales, mitos y ritos ancestrales, y fiestas que conjugan la danza y la música. En febrero, por ejemplo, Puno baila en honor a la Virgen de la Candelaria, festividad que se inicia el 2 de febrero y culmina una semana después. Se programan concursos de danzas autóctonas y de traje con luces, en los que participan 84 y 66 comparsas, respectivamente.

Cultura, historia y naturaleza

El lago navegable más alto del mundo, el Titicaca, también se encuentra en sus tierras. Con apariencia de mar, alberga la reserva del mismo nombre, donde se protegen extensos totorales y diversas especies de flora y fauna. Sobre la su-

*Las Chullpas de Sillustani fueron labradas con piedras volcánicas.
The Chullpas at Sillustani were built from volcanic rock.*

perficie flotan las viviendas de totora de los Uros, quienes también usan este material para sus embarcaciones.

Los pobladores de las islas Taquile y Amantani son conocidos por su trato amable y sus técnicas ancestrales de tejido. Estas ofrecen también construcciones precolombinas y maravillosos paisajes. El arte textil de Taquile fue declarado por la UNESCO como *Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad*.

Además de la belleza natural, Puno muestra su pasado, como la zona arqueológica precolombina de Tiahuanaco (800 a 1200 años d.C.), que se desarrolló entre lo que hoy es Perú y Bolivia. A 30 kilómetros al norte de la ciudad se encuentran las Chullpas de Sillustani, los restos de necrópolis mejor conservados y más famosos del departamento.

Aunque la mayor parte de los atractivos turísticos de Puno se ubican en la zona altiplánica, existe la zona de ceja de selva, como las provincias de Carabaya y

Sandia. En la primera se encuentran Ollachea y San Gabán, por donde se va a Puerto Maldonado (departamento de Madre de Dios). En Ollachea, sus caudalosos ríos atraen a los amantes del canotaje en su versión más peligrosa. El Parque Nacional Bahuaja Sonene, sobre tierras de Madre de Dios y Puno, es un paraíso de flora y fauna silvestres.

Turismo en crecimiento

Aunque en promedio cada mes arriban a Puno 10 mil turistas extranjeros, en agosto del año pasado la cifra llegó a 19 mil. “Ellos admiran la paz y tranquilidad que se pueden disfrutar en este pueblo, especialmente en las islas, donde los amaneceres son paradisiacos”, comenta Juana García Pinedo.

La infraestructura hotelera en Puno consta de más de 270 establecimientos de hospedajes, con 4 200 habitaciones y 7 900 camas. En la región hay 22 establecimientos de categoría tres estrellas y uno de cinco estrellas. Cuentan con restaurantes gourmet, bar, acceso a internet e, incluso, ofrecen habitaciones con oxígeno



*Los taquileños conservan sus raíces culturales.
The people of Taquile conserve their cultural roots.*

no (la temperatura en la ciudad oscila de 9 a 21 grados centígrados).

Mara Seminario, gerente general de la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú), señala que el objetivo del Gobierno es posicionar al Perú en Europa como el destino más atractivo y accesible de América Latina. Por eso, se destinó cerca de US\$ 2,6 millones en publicidad a través de diarios y revistas más influyentes.

Gracias a ese trabajo promotor, el año pasado el Perú recibió a cerca de 340 mil visitantes de España, Reino Unido, Francia y Alemania. En 2007 se espera incrementar la cifra porque sus atractivos son inagotables para los ojos del mundo.

Puno naturally dominates the highlands. Although the people of this cold plateau where the air is thin are thought to be somewhat taciturn, their spirit is strong and their happiness contagious. For this reason the city, at 3,827 metres above sea level has been baptised as the folklore capital of America.

Juana García Pinedo, director of the Regional Foreign Trade and Tourism Office in Puno, says that Puno's great cultural diversity is expressed through its saint's days and more than five hundred traditional dances. Thanks

to these traditional manifestations, the highland city has become a popular tourist destination.

The cultural legacies of ancient Peruvians converge in this area, which also has natural scenery, ancestral myths and rites and fiestas in which music and dance are all important. In February, for example, Puno dances in honour of The Virgin of Candlemas for a whole week starting on the 2nd of the month. There are competitions for traditional dances and costumes, in which 84 and 66 groups, respectively, participate.

Culture, history and nature

Titicaca, the largest navigable lake in the world also lies in the highlands of Puno. Like an inland sea, it includes the eponymous nature reserve which protects the extensive reed beds and many species of flora and fauna. The reed homes of the Uros float on the lake surface, these people also use totora reed to make their boats.

The residents of the Taquile and Amantani islands are known for their friendliness and ancient weaving techniques. These islands also contain pre-Columbian remains and marvellous scenery. The textile art of Taquile was declared by UNESCO as a Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity.

Apart from its natural beauty, Puno's past can be seen from the pre-Columbian archaeological zone of Tiahuanaco (800 to 1200 years A.D.), which straddles modern-day Peru and Bolivia. 30 kilometres to the north of the city are the Chullpas at Sillustani, the remains of the most famous and best preserved necropolis in the department.

Though most of the tourist attractions of Puno are to be found on the high Andean plateau, there is also an area of high jungle in the provinces of Carabaya and Sandia. The first includes Ollachea and San Gabán on the way to Puerto Maldonado (in the department of Madre de Dios). The fast-flowing rivers of Ollachea attract white-water canoeing enthusiasts. Bahuaja Sonene National Park, between Madre de Dios and Puno, is a paradise or woodland flora and fauna.

The growth in tourism

The average number of foreign tourists visiting Puno is ten thousand, but in August last year the figure rose to 19,000. "They like the peace and tranquility of this place, especially the islands where the dawn is like paradise" says Juana García Pinedo.

Hotel infrastructure in Puno consists of more than 270 establishments having 4 200 rooms and 7 900 beds. There are 22 three-star establishments and one five-star in the region. The city has gourmet restaurants, bars, Internet access and even rooms with oxygen (the temperature varies between 9 and 21 degrees centigrade).

Mara Seminario, the general manager of the Commission for the Promotion of Peru (PromPeru), says that the Government's aim is to position Peru as the most attractive and accessible destination for Europeans in Latin America. For that reason around US\$ 2,6 million has been set aside for publicity in the most influential newspapers and magazines.

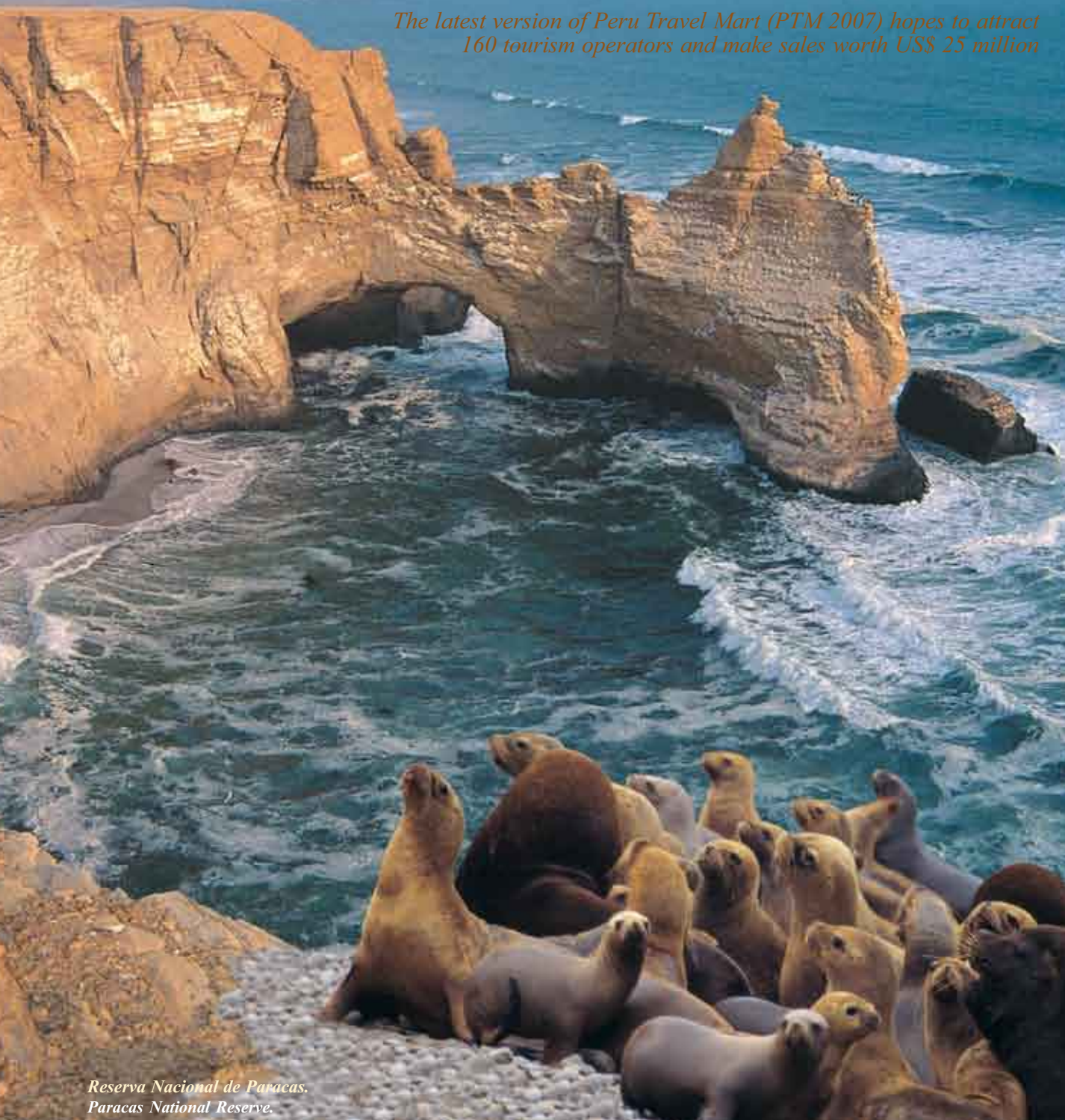
Thanks to this promotional work, last year Peru welcomed 340 000 visitors from Spain, the United Kingdom, France and Germany. In 2007 this figure is expected to increase as its attractions are simply endless.

Magia del sur peruano

The magic of southern Peru

La nueva edición del Perú Travel Mart (PTM 2007) espera reunir a 160 operadores turísticos y realizar transacciones comerciales por US\$ 25 millones

The latest version of Peru Travel Mart (PTM 2007) hopes to attract 160 tourism operators and make sales worth US\$ 25 million



*Reserva Nacional de Paracas.
Paracas National Reserve.*

La vitrina comercial más importante de turismo en el Perú se prepara para asumir un nuevo reto. Del 19 al 25 de abril, el XIV Perú Travel Mart (PTM 2007) espera convocar a operadores turísticos de más de treinta países, quienes tendrán la oportunidad de conocer la magia de la ruta del sur peruano, con visitas a Pisco, Paracas, Ica, Nazca, Arequipa y el Colca.

Bajo el lema *La magia del sur: El pisco es Perú*, PTM 2007 promociona el producto turístico peruano con el propósito de alcanzar la cifra de un millón 800 mil turistas para este año. Por eso, la ministra de Comercio Exterior y Turismo, Mercedes Aráoz, lo ha calificado como evento bandera del turismo nacional.

Metas a la vista

En esta edición, PTM 2007 espera reunir a ochenta operadores turísticos que venden el destino Perú y a otros ochenta que aún no lo ofertan. Además, arribarán

Isabel Quiñones, presidenta del Comité organizador de PTM 2007.

Isabel Quiñones, president of the PTM 2007 organising committee.



La Laguna de Huacachina es un relajante oasis en medio del desierto costero.

Lake Huacachina is a relaxing oasis in the middle of the coastal desert.

representantes de casas de incentivos y periodistas de los principales medios de comunicación del mundo especializados en turismo.

El éxito de este evento se ha posicionado con el tiempo, lo cual se traduce en el nivel de las transacciones comerciales que se realizan entre los empresarios peruanos y extranjeros. En 2004 alcanzaron US\$ 15 millones; en 2005 fue de US\$ 18 millones; y el año pasado se cerraron en US\$ 20 millones. Para esta edición se espera superar los US\$ 25 millones.

“En Europa, el primer país emisor hacia el Perú es Inglaterra, seguido por Alemania, Italia y España. Rusia y los países emergentes del Este están interesados en conocer nuestro país, mientras que los chinos y japoneses son nuestros más asiduos visitantes. El flujo de turistas latinoamericanos se ha incrementado porque ya no necesitan visa”, explica

Isabel Quiñones, presidenta del Comité organizador del PTM 2007.

Ruta maravillosa

El PTM 2007 pone en práctica la descentralización. En esta oportunidad, los departamentos elegidos son Ica y Arequipa, que presentan buena infraestructura y atractivos turísticos de belleza notable.

Los participantes del evento tendrán la oportunidad de experimentar del contacto con la naturaleza. Está previsto un recorrido por la Reserva Nacional de Paracas y las Islas Ballestas, en Ica. Los turistas apreciarán la fauna local, como lobos marinos, flamencos y piqueros de pico y patas rojas, así como los de pico y patas azules. Verán también puentes naturales formados por rocas.

Conocerán, además, la historia peruana a través del Complejo Arquitectónico de



*Cañón del Colca.
The Colca Canyon.*

Cahuachi, la ciudad de adobe más grande del mundo ubicada en Nazca, donde habitó la elite sacerdotal dedicada al culto y a las ceremonias del calendario agrícola. En un área de 24 kilómetros cuadrados hay cerca de 34 templos, de los cuales tres han sido abiertos al público.

Los operadores turísticos sobrevolarán las Líneas de Nazca, consideradas como el libro de astronomía más grande del mundo. Las misteriosas líneas descubiertas por María Reiche se extienden en un perímetro de 50 kilómetros de longitud y 15 kilómetros de ancho, y comprenden cuatro pampas: Palpa, Ingenio, Nazca y Socos. En la zona hay más de treinta geoglifos de animales marinos y terrestres, y de figuras geométricas y humanas.

La tradición viva será apreciada también por los visitantes mediante la exhibición de los caballos de paso peruano, la música y danzas afroperuanas, y el sonido del cajón peruano. No faltará el pisco, destilado de uva que se ha convertido en embajador cultural mediante su aroma y sabor únicos, además de ser producto bandera nuestro.

Se realizará un viaje de estudio a Arequipa, cuyo centro histórico fue declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Destaca por su arquitectura mestiza y por el uso del sillar en sus templos y conventos bien conservados, además de los edificios que albergan pinturas de gran riqueza.

Este departamento también atrae por su escenario natural, como el Cañón del Colca, que tiene una profundidad de 3 400 metros. A lo largo del valle se ubican 14 pueblos coloniales que retan al tiempo. Sin duda, el sur peruano es una excelente alternativa de destino.

The most important showcase for tourism in Peru is preparing for a new challenge. From the 19th to the 25th of April, the 14th Peru Travel Mart (PTM 2007) expects to host travel agencies from more than thirty countries, who will experience the magic of

southern Peru with visits to Pisco, Paracas, Ica, Nazca, Arequipa and Colca.

Its theme is The Magic of the South: Pisco is Peru, PTM 2007 will promote tourism in Peru with the aim of attracting 1'000,800 tourists to the country this year. For this reason the Minister of Foreign Trade and Tourism, Mercedes Aráoz has described it as Peru's flagship tourism event.

Objectives

This year, PTM 2007 expects to attract eighty tour operators selling packages to Peru and another eighty who do not do so yet. Furthermore, representa-

2004 this trade was worth US\$ 15 million; in 2005 it was US\$ 18 million; and last year the trade was valued at US\$ 20 million. This year it is expected to exceed US\$ 25 million.

"In Europe, the biggest provider of tourists to Peru is the United Kingdom, followed by Germany, Italy and Spain. Russia and the emerging countries of the East are interested in Peru, whilst the Chinese and Japanese are our most assiduous visitors. The flow of Latin American tourists has increased because they no longer need a visa", explains Isabel Quiñones, president of the PTM 2007 organising committee.

make contact with nature. A trip through the Paracas National Reserve and the Ballestas Islands in Ica are programmed. Tourists appreciate the local fauna, such as seals, flamingos and piqueros, some with red bills and feet and some with blue. They will also see natural rock bridges.

They will learn of the history of Peru from the Cahuachi Complex, the world's largest mud-brick city located in Nazca, which was the home of a priestly elite who worshiped the agricultural cycle. In an area of 24 square kilometres there are around 34 temples of which three have been opened to the public.

Tourism operators will overfly the Nazca lines, considered to be the largest astronomical table in the world. The mysterious lines discovered by María Reiche cover an area 50 kilometres long by 15 kilometres wide, including four distinct areas: Palpa, Ingenio, Nazca and Socos. The zone contains more than thirty geoglyphs or land and marine animals as well as human and geometric figures.

The visitors will also experience living tradition at exhibitions of the Peruvian paso horse, Afro-Peruvian music and dance and the sound of the Peruvian 'cajon'. Of course there will also be pisco, the grape whose unique aroma and taste have made Peru's cultural ambassador and one of the country's flagship products.

A study trip will be made to Arequipa, the Historic Centre of which has been declared a UNESCO World Heritage Site. The city is outstanding for its mestizo architecture and the use of sillar stone in its well-preserved churches and convents, as well as its fine art collections.

This department is also attractive for its natural scenery, such as the 3 400 metres deep Colca Canyon. The valley contains 14 colonial-era villages that preserve their ancestral heritage. Without a doubt, southern Peru is an excellent alternative destination.



*Ica, tierra de viñedos.
Ica, land of vineyards*

tives of incentive providers and journalists from the main specialist tourism media.

This is a successful event and this success has been translated into commercial transactions between Peruvian and foreign businesses. In

A marvellous journey

PTM 2007 is putting decentralisation into practice. This time the chosen departments are Ica and Arequipa, which have good infrastructure and particularly beautiful tourist attractions.

Participants in the event will be able to



*Arequipa, Patrimonio Cultural de la Humanidad.
Arequipa, World Heritage Site.*



Pasos de peruanidad

Peruvian graces

Desde Trujillo, ciudad ubicada al norte del Perú, la marinera norteña irradia sensualidad y galantería. Este año se exhibirá en Chile e Italia

The northern marinera spreads sensuality and elegance from Trujillo, a city in northern Peru. This year it will be seen in Chile and Italy

La marinera norteña, se sintetiza en dos palabras galantería y sensualidad. Él, que viste de blanco, rodea a la mujer y con un juego de puesta y quite de sombrero la atrae a su

lado. Ella, con mirada risueña y coqueta, le reta con sus pies descalzos y su falda recogida. Al final, el cortejo se sella con un beso, y la unión de dos pañuelos blancos.

Pasos en el tiempo

Deriva de la zamacueca, que era popular en el norte del país. A fines del siglo XIX, el escritor Abelardo Gamarra 'El Tunante', la bautizó como marinera, en

honor a las hazañas del almirante Miguel Grau durante la Guerra del Pacífico. Alrededor de 1879, creó la primera marinera norteña, *La Concheperla*.

La folclorista de la Escuela Nacional Superior de Folklore *José María Arguedas*, Suleika Nuñovero, relata que la incorporación de nuevos instrumentos además del tradicional cajón y guitarra no ha modificado la temática. "Gira en torno a los caballos de paso, a la coquetería de la mujer peruana, al galanteo y caballería del hombre".

Desde hace 47 años, el Club Libertad de Trujillo organiza el Concurso Nacional de Marinera. Este año el evento se realizó la última semana de enero en el Coliseo Cerrado *Gran Chimú*, congregó a más de 30 mil turistas y 800 parejas de baile que compitieron en ocho categorías.

"Apreciar a los participantes fue un espectáculo. Además, se organizaron actividades paralelas que atrajeron a los turistas como la noche de reinas, pasacalles con bandas musicales, y concurso de caballos de paso", afirma Fernando Burmester, presidente del Club Libertad.

Capital de la marinera

Conocida como la *Ciudad de la Eterna Primavera*, Trujillo conserva el patrimonio arqueológico y cultural de los Mochica-Chimú. Chan Chán es la ciudad de barro más grande de América que en 1986 fue declarada por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Las pirámides del Sol y de la Luna cumplieron fines funerarios, ceremoniales y administrativos. Y el Complejo Arqueológico *El Brujo* es una huaca que guarda restos momificados de una posible guerrera llamada *Dama de Cao*.

El centro histórico conserva edificios coloniales en buen estado, como la Catedral y el Monasterio El Carmen, así como numerosas iglesias y mansiones. Además, exhibe construcciones de la época Republicana, y una hermosa plaza de armas. Sus calles coloridas lucen una arquitectura que se resiste al paso del tiempo.

En la caleta de Huanchaco, los turistas se asombran con los famosos caballitos de totora, embarcaciones artesanales con las que los lugareños retan al mar y compiten entre ellos. Además, sus apacibles playas y la frescura del balneario se convierten en escenario ideal para el descanso. Por todo ello, Trujillo es un pueblo con historia, tradición y modernidad.

The northern marinera can be summarised in two words: elegance and sensuality. The man, dressed in white, approaches his partner and draws her to him while doffing and replacing his hat. She, smiling and coquettish, responds in bare feet and voluminous petticoats. The dance ends with a kiss and the joining of two white handkerchiefs.

Steps through time

The dance derives from the zamacueca, which was popular in northern Peru. At the end of the 19th Century writer Abelardo Gamarra - 'El Tunante' baptised it the marinera to honour the deeds of Admiral Miguel Grau during the Pacific War. Around 1879, he created the first

El Complejo Arqueológico El Brujo. The El Brujo archaeological complex.



northern marinera, La Concheperla.

Suleika Nuñovero, an expert from the José María Arguedas School of Folklore, tells how the incorporation of new instruments in addition to the traditional cajón and guitar has not changed the nature of the dance. «It goes with the Peruvian paso horse, the woman's coquettishness and the man's gallantry and gentlemanly behaviour.

For 47 years, the Club Libertad in Trujillo has organised a National Marinera Competition. This year the event took place in the last week of January at the Gran Chimú stadium, and attracted more than thirty thousand tourists and 800 couples who competed in eight categories.

"It was a spectacular sight. Other activities were organised in parallel, which also attracted tourists, such as the night of queens, parades with musicians and a Peruvian paso horse competition.

The capital of the marinera

Known as the City of Eternal Spring, Trujillo preserves the archaeological and cultural heritage of the Mochica-Chimu cultures. Chan Chan is the largest mud-brick city in America and in 1986 it was declared a UNESCO World Heritage Site. The pyramids of the Sun and Moon were used for funerary, ceremonial and administrative purposes. The El Brujo archaeological complex is a burial mound that may contain the mummified remains of a female warrior called the Lady of Cao.

The Historic Centre contains restored colonial-era buildings such as the cathedral and the El Carmen monastery, as well as numerous churches and town houses. Buildings from republican times can also be found, together with a beautiful Main Square. The city's colourful streets display architecture that has survived the passage of time.

At Huanchaco, tourists are astonished by the famous reed boats - the caballitos de totora - used by the local people, who compete fiercely among themselves. The fine beaches and freshness of this resort make the ideal place for relaxation. For all these reasons, Trujillo is town of history, tradition and modernity.

Franquicias con sabor nacional

Franchises with a Peruvian flavour

Para este año se espera que el Perú facture US\$ 500 millones por exportación de franquicias

This year Peru is expected to invoice US\$ 500 million in franchise exports

Es uno de los sistemas empresariales de mayor éxito y desarrollo en el mundo. La franquicia se perfila en nuestro país como una alternativa de crecimiento para las empresas peruanas. Ofrece múltiples ventajas, entre ellas, la agilidad y rapidez en la expansión del negocio, baja inversión del capital, y fortalecimiento de la marca del producto o servicio.

De las 96 franquicias que hay en el Perú, el 85% de estas son de origen extranjero. De ellas, el 65% provienen de Estados Unidos, uno de los mercados más importantes en cuanto al número de franquiciantes. Le siguen Canadá, Japón, Brasil y Australia.

Del total de franquicias, solo 32 son peruanas, las cuales generan 5 mil 466 puestos de trabajo. Estos se distribuyen en 408 locales en la capital, 43 en el interior del país y 26 en el extranjero, que en total facturan US\$ 400 millones.

En Sudamérica, el Perú ocupa el quinto lugar en cuanto al número de franquicias. Se ubica detrás de Brasil, Argentina, Venezuela y Ecuador. Y los más desarrollados son los rubros de gastronomía y comunicaciones.

Evolución del mercado

Cabe señalar que alrededor de 100 mil empresas nacionales están en capacidad de franquiciarse, pero no lo hacen por falta de información o temor al riesgo.

Es por ello que la Cámara Peruana de Franquicias, creada en setiembre de 2004, impulsa iniciativas para consolidar franquicias nacionales y revertir los porcentajes actuales que solo registran 15% en el mercado externo.

El vicepresidente de la Cámara Peruana de Franquicias, Julio Luque, asegura que a pesar de no existir un marco legal definido para el sistema de franquicias, el Estado las protege. “Consideramos que implementar leyes rígidas en estos momentos podría disuadir a los empresarios peruanos. Habrá una demanda de legislación en la medida en

que el mercado de franquicias evolucione”, puntualiza.

Tras múltiples esfuerzos, la Cámara ha logrado asociar a 27 empresas franquiciantes, entre las cuales figuran *China Wok*, que tiene enseñas en Centroamérica y Ecuador; *La Caravana* (Estados Unidos); *Astrid & Gastón* (Chile, Colombia y Venezuela); *Bembos* (India), entre otros.

En noviembre próximo, la Cámara Peruana de Franquicias realizará la Semana de la Franquicia, donde se programarán también charlas educativas y de asesoría.

Creatividad empresarial

“Siempre me propuse metas cortas, pero ambiciosas. Creo que la clave es generar oportunidades”, asegura Arturo Vargas, dueño del restaurante cevichería *El Escondite del Gordo*, quien hace 12 años creó el negocio a partir de una tienda y hoy tiene cuatro locales en distintos puntos de la capital.

El Escondite del Gordo es el primer negocio de comida rápida orientado a pescados y mariscos que se ha convertido en franquicia. Desde el año pasado, he trabajado de la mano de la Cámara Peruana de Franquicias, y pronto culminaremos el trabajo, afirma Vargas.

La empresa genera en todos sus locales un total de ingresos 175 mil soles mensuales y en su carta marina cuenta con 200 platos. Algunos inversionistas ya se han contactado con Arturo Vargas para ser franquiciados. Enhorabuena.

This is one of the best-developed and most successful business systems in the world. The franchise is seen in Peru as an alternative growth strategy for Peruvian companies. It has many advantages, among them the speed at which a business can expand, low capital investment and strengthening of the product or service brand.

Of the 96 franchises in Peru, 85% are of foreign origin. Of these, 65% come from

Julio Luque, vicepresidente de la Cámara Peruana de Franquicias.

Julio Luque, vice chairman of the Peruvian Chamber of Franchises.



the United States, one of the most important markets as far as franchise holder numbers is concerned. Next are Canada, Japan, Brazil and Australia.

Of the total number of franchises, only 32 are Peruvian and these have created 5 466 jobs. They have 408 premises in the capital, 43 in the interior and 26 abroad, which invoice a total of US\$ 400 million.

Peru's number of franchises puts it in fifth place in South America. Ahead of it are Brazil, Argentina, Venezuela and Ecuador. The best developed are in the food and communications sectors.

Market evolution

It should be pointed out that around 100 000 Peruvian companies could take advantage of the franchise model, but do not because of a lack of information or fear of risk. For this reason the Peruvian Chamber of Franchises, created in September 2004, promotes initiatives to consolidate Peruvian franchises and reverse the current figures, which show that there are only 15% Peruvian franchises abroad.

The vice chairman of the Peruvian Chamber of Franchises, Julio Luque says that despite the lack of a defined legal framework for the franchise system, it enjoys State protection. “We think that enacting rigid legislation at this time could dissuade Peruvian businessmen. There will be a demand for legislation as the

franchise market evolves” he added.

After much effort, the Chamber has attracted 27 franchise owners, including *China Wok*, which has branches in Central America and Ecuador; *La Caravana* (the United States); *Astrid & Gastón* (Chile, Colombia and Venezuela); *Bembos* (India), and others.

Next November the Peruvian Chamber of Franchises will hold Franchise Week, in which education talks and advice will be provided.

Business creativity

“I always give myself short term, but ambitious challenges. I think the key is to create opportunities”, says Arturo Vargas, owner the ceviche restaurant *El Escondite del Gordo*, who created the business from a shop 12 years ago and now has four outlets in different parts of the capital.

El Escondite del Gordo is the first fast-food fish and shellfish restaurant that has made itself into a franchise. Since last year I've been working closely with the Peruvian Chamber of Franchises, work which we'll shortly complete, says Mr Vargas.

The company generates total income from all its outlets of 175 000 soles a month and each menu contains 200 dishes. Some investors interesting in taking out a franchise have already made contact with Arturo Vargas. Perfect timing.

Arturo Vargas, propietario del restaurante cevichería *El Escondite del Gordo*.
Arturo Vargas, proprietor of the ceviche restaurant *El Escondite del Gordo*.





Pisco Biondi: premiada paleta de aromas y sabores

Considerado como el pisco con mayor posicionamiento y recordación de marca en el mercado peruano, Biondi refuerza ese envidiable status con la oferta de una gama muy completa de piscos en sus diferentes categorías.

Este año, Pisco Biondi seduce al mercado gourmet, con su gama de piscos varietales, acholados y mosto verdes, con el nuevo concepto *Pisco boutique*.

Son cuatro piscos varietales de uvas aromáticas:

* Pisco Biondi Italia, de uva Italia o Muskat de Alejandría. Es de acentuada fragancia frutal, con matices a higo, chocolate y vainilla. Delicado en boca y con buena redondez. Medalla de Bronce en Expopisco 2006.

* Pisco Biondi Torontel, fabricado con uva del mismo nombre. Ofrece un sutil aroma frutado que asemeja a manzana y limón con una arista a geranio y almendra. Es de equilibrado gusto, bouquet y cuerpo.

* Pisco Biondi Moscatel, obtenido de uva moscatel. Su delicado bouquet frutado evoca a peras e higos con un toque de cerveza

madura y hierba buena. Es suave en boca.

* Pisco Biondi Albilla, elaborado con uvas de la variedad Albilla. Posee delicado aroma frutado, característico y único, que despierta aromas a plátano y canela. Es balanceado en boca con un muy agradable toque amargo.

Dos piscos varietales de uvas pisqueras "no aromáticas":

* Pisco Biondi de Negra Criolla. Aterciopelado en boca con un delicioso toque amargo final, presenta delicados aromas de vainilla y chocolate dulce. Medalla de oro en el Concurso Nacional del Pisco 2006 en Perú.

* Pisco Biondi Quebranta, de uva Quebranta. Ofrece un notable bouquet final que recuerda a chocolate y almendras. Es suave en boca con un toque dulce de cola. Gran medalla de oro en Expopisco 2006 y Medalla de oro en Bruselas 2005.

Un pisco acholado:

* Pisco Acholado Biondi, producto de una combinación de uva Italia, aromática, fragante, con Negra Criolla, no aromática, con fuerza y carácter. De suave gusto que rememora a almendras e higos, además de redondez en boca con

cuerpo y finura. Medalla de bronce en The Internacional Wine & Spirit Competition 2005 (Londres).

Dos piscos Mosto Verde elaborados a partir de mostos incompletamente fermentados:

* Mosto Verde Biondi de Negra Criolla. Posee un gusto franco característico y aterciopelado con delicados aromas a vainilla y chocolate dulce.

* Mosto Verde Biondi de Uva Italia. Posee un delicado aroma frutado que evoca a la uva que le dio origen con un toque a higo y plátano. Es aterciopelado y equilibrado en boca, sumando los sabores primarios de la uva, a los secundarios y terciarios del proceso fermentativo, destilación y reposo (en envases inertes para conservar su completa transparencia). Medalla de plata a los piscos Mosto Verde en el Concurso Nacional del Pisco 2006.

Todos estos piscos son elaborados en producción limitada con uvas provenientes de sus viñedos propios a 1100 m.s.n.m., en el sol y clima excepcionales del vitivinícola Valle de Moquegua, al sur del Perú, donde se combina los dones de la naturaleza con un exigente trabajo de campo y bodega.

BIONDI PISCOS

Seductolemente Natural

www.piscobiondi.com piscos.biondi@terra.com.pe
Tienda turística: CASONA D SANTA CATALINA: Sta. Catalina 210 Tienda 116A
Teléfono: 51-54-204588 51-54-960-9991 Arequipa - Perú

ETNICO

- Cocina Peruana, Internacional y de Fusión.
- Carta de Verano.
- Hora del Té con Piano en vivo.

De Jueves a Sábado:
Bar Lounge

- Salón para Eventos.
- Buffet Criollo.
- Música y Danzas folklóricas.
- Capacidad para 300 personas.

Oy. Gutiérrez Av. Santa Cruz 805 Miraflores T. 445 5240
Cusco: Piza. de Armas - Portal de Carnes 254 T. (084) 222 642
Etnico Bohemia Bar: Av. Santa Cruz 805 2do. nivel Bohemia
reservas@bohemiacafe.com • www.bohemiacafe.com

Bohemia

Qc Qelqatani HOTEL

Habitaciones totalmente alfombradas con baño privado y tina (agua caliente y fría); teléfono, TV/Cable, secadora de cabello, cajas de seguridad, convertidor de energía 220V a 110V y calefacción en cada habitación.

Jr. Tarapacá 355 Puno - Perú
Telf.: (51) (51) 366172
Fax: (51) (51) 351470
E-mail: hotel@qelqatani.com

www.qelqatani.com

Moda con identidad

Fashion with an identity

En ciudades consideradas como “cunas de la moda”, talentosos diseñadores exhiben prendas que resaltan la cultura, historia y tradición peruanas

In cities considered as the “cradles of fashion”, talented designers are making clothes that show off the culture, history and traditions of Peru

En el Perú, el mercado de la moda va en ascenso. Jóvenes talentosos fueron distinguidos en importantes eventos como *Flashmode* de la Alianza Francesa, en 2005, y *Perú Moda 2006*, organizado por PROMPEX. En los últimos cinco años, ha aumentado la creación de centros de diseño de modas, de cuatro a doce, y los diseñadores peruanos destacan en ferias internacionales de la moda.

Intercambios culturales

La diseñadora Claudia Bertolero afirma que, en comparación a años anteriores, el Perú ya cuenta con su identidad en la moda, en la que resalta su cultura, historia y tradición. Esta visión particular y diferente que caracteriza las creaciones de los diseñadores peruanos ha posicionado al país, a paso firme, en espacios importantes de la moda.

En este sentido, Marisa Fuentes, joven diseñadora de modas, manifiesta que el diseño peruano absorbió de manera inevitable las culturas y costumbres ancestrales, y recibió la influencia de la moda europea. Así, se convirtió en producto sumamente novedoso y con identidad.

En la actualidad, Madrid atraviesa por una etapa de crecimiento importante.



Los expertos en moda señalan la trascendencia del textil peruano que se aplica a diver-

sas áreas como *haute couture* o *prêt-à-porter*. Este hecho constituye una oportunidad económica para el país e impulsa el desarrollo de su cultura a través de una tendencia en la moda, como la aplicación de fibras peruanas en Europa.

El diseño y los materiales utilizados en la moda peruana se han exhibido en pasarelas y ferias internacionales como *Expofil*, *Ethical Fashion Show*, *Fatex*, *Premiere Vision* y *Texworld* (París), *M.A.G.I.C.* (Las Vegas), *The Train* (New York), y *Semana de la Moda de Madrid*.

Tendencias en la moda

Para Jack Abugattás, la moda peruana se caracteriza porque tiene sus propias tendencias o se ciñe a las europeas. Las tendencias cambian cada seis meses. Por eso, los diseñadores empiezan a investigar sobre lo que ocurre en el mundo, y así despiertan la inspiración y crean novedades. Gracias a la globalización, este proceso de conocer qué es lo que se avecina es mucho más rápido, al igual que su aceptación. En consecuencia, hoy se vive una moda más individual y personal, adaptada a las tendencias y los cambios.

Por su parte, Marisa Fuentes refiere que el consumidor de moda está más abierto a utilizar tendencias que derivan de prendas tradicionales como las polleras y los chullos, los mantos, y una combinación de colores inusuales que

Diseños peruanos se posicionan en ciudades importantes de la moda. Peruvian designers are taking their rightful places in important fashion centres.



Diseñadores talentosos impulsan la moda peruana. Talented designers are driving Peruvian fashion.

se acercan más al mercado de líneas casuales, atrevidas y originales. Gustan, además, la comodidad y practicidad de estas prendas.

Los materiales de mayor demanda son las telas de lanas de alpaca y vicuña, y algodón ecológico. Claudia Bertolero señala que el Perú tiene mucho más que ofrecer a los mercados local y extranjero. “La innovación y la calidad de un producto ayuda a alcanzar otros mercados. Por eso, es necesario promocionarlos y lograr que los diseñadores los usen con mayor frecuencia”.

In Peru, the fashion market is expanding. Talented young designers have been distinguished at important events such as Flashmode at the Alianza Francesa in 2005, and Perú Moda 2006, organised by PROMPEX. Over the last five years the number of fashion design centres has increased from four to twelve, and Peruvian designers are making their mark at international fashion shows.

Cultural interchange

Designer Claudia Bertolero says that, compared with previous years, Peru now has its own fashion identity which emphasises its culture, history and tradition. This particular vision which

characterises the creations of Peruvian designers, has positioned the country firmly at the forefront of fashion.

Young fashion designer Marisa Fuentes says that design in Peru inevitably absorbs ancestral cultures and customs, as well as the influence of European fashion. Thus it has become a novel product with a highly distinctive identity.

At present, Madrid is experiencing rapid growth. Fashion experts point to the importance of Peruvian textiles in areas such as haute couture or prêt-à-porter. This constitutes an economic opportunity for the country and encourages the development of its culture through fashion trends, such as the use of Peruvian fabrics in Europe.

The designs and materials utilised in Peruvian fashion have been shown on the catwalks and in the fairs of the world, such as Expofil, Ethical Fashion Show, Fatex, Premiere Vision and Texworld (Paris), M.A.G.I.C. (Las Vegas), The Train (New York), and Madrid's Semana de la Moda.

Fashion trends

As far as Jack Abugattás is concerned, Peruvian fashion is characterised by its own trends or by following those of Europe. Trends change every six months.

For that reason, designers are starting to look at what is happening in the rest of the world, thus gaining inspiration and creating new designs. Thanks to globalisation, the process of finding out what's new is much faster than it was. Consequently, fashion today is more individual and personal, adapted to trends and changes.

Marisa Fuentes says that fashion buyers are more disposed to use trends deriving from traditional clothes such as the pollera, chullos and mantos, and a combination of unusual colours more suited to the market for casual clothes, and which are daring and original. The comfort and practicality of these clothes also make them popular.

The most popular fabrics are alpaca and vicuña, together with organic cotton. Claudia Bertolero says that Peru has much more to offer to both local and foreign markets. “Innovation and the quality of the products make them attractive to other markets. So we have to promote them and ensure that designers use them more often”.

Prendas innovadoras y de calidad. Innovative and high-quality clothes.





Productos agroandinos buscan mercados.

Andean farm products seek markets.

Participación en ferias ayuda a concretar negocios comerciales.

Participation in fairs helps to cement business.



Emprendedores en las alturas

High Level Achievers

Las comunidades de Puno y Cusco experimentan un cambio radical en sus vidas. Hoy son empresarios y asumen el reto de la exportación

The communities of Puno and Cusco experience a radical change in their lives. Today they run businesses and are rising to the challenge of exporting

Con asistencia técnica, las asociaciones de productores y comunidades campesinas de Puno y Cusco conquistan el desarrollo económico y social de sus pueblos. Gracias al Proyecto Corredor Puno-Cusco del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (Mimdes) y el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (Foncodes), quienes desde el 2001 han cofinanciado más de 2 500 emprendimientos que hoy

les permite soñar a muchos de ellos con la exportación.

Trabajo conjunto

Para acceder a los servicios técnicos, las comunidades campesinas deben presentar un proyecto al comité local de asignación de recursos. Luego, mediante un concurso se selecciona la iniciativa con mayores posibilidades de crecimiento sostenido. El ganador recibe apoyo económi-

co, hasta el 80% del total, para que contrate los servicios de asistencia técnica.

Las asociaciones aportan de 20% a 30% del costo. Luego convocan a un concurso para seleccionar al profesional que les brinde asistencia técnica o capacitación en distintos aspectos dependiendo de la línea de negocios que vienen gestionando, la asistencia técnica puede ser sobre temas de abastecimiento de in-

sumos, procesamiento, transformación, acabados, diseños, etc.

Lograr que la filosofía del Proyecto sea interiorizada no fue una tarea fácil. Las comunidades habían perdido la fe en el apoyo de las instituciones y estaban acostumbradas al asistencialismo. “La propuesta del Proyecto es diferente, pues las actividades son cofinanciadas. Una parte del dinero lo pone el Estado y la otra, ellos. Así valoran su inversión y son cuidadosos al momento de escoger al asistente técnico y llevar adelante sus emprendimientos”, señaló el Eco. César Sotomayor, coordinador ejecutivo del Proyecto Corredor Puno-Cusco.

Casos de éxito

Victoriano Cahuana Hualla, presidente de la Asociación de Productores Agropecuarios Acomayo – Pomacanchi, en el departamento del Cusco, afirma que antes de formar parte de esta iniciativa, su organización solo producía leche. Hoy conoce el proceso de transformación de la leche, manejo de ganado, proceso de comercialización y mejoramiento genético.

“Gracias a la asistencia técnica y las capacitaciones, ahora vendemos queso, yogurt y manjar blanco. Nuestras ventas han crecido en todo el Cusco, estamos tramitando el registro sanitario y queremos mejorar el empaque del producto para vender en otros mercados a nivel nacional y por que no en el extranjero”, comenta.

Por su parte, la universitaria cusqueña Margarita Champi Puma, integrante de la Asociación de Jóvenes Líderes en la Investigación y Producción Agroindustrial, cuenta que tras participar en este proyecto se han convertido en jóvenes empresarios y pueden culminar sus estudios superiores.

“Nosotros vendemos chocolate de taza, choco-cereales y, próximamente, hemos solicitado al Corredor asistencia técnica para aprender a preparar galletas con insumos andinos. La asistencia técnica, junto a las ganas de salir adelante, fueron las claves de nuestro desarrollo”.

Desarrollo social

Como complemento a la asistencia técnica, el Proyecto Corredor Puno-Cusco del MIMDES - Foncodes facilita el acceso al Documento Nacional de Identidad (DNI), con el que podrán ejercer sus derechos fundamentales, en esta misma línea el Proyecto ha desarrollado y validado un Programa de Alfabetización Funcional que permite preferentemente a mujeres de las comunidades campesinas integrarse a la vida familiar y comunal de forma más activa, participativa y protagónica.

“...Si bien hemos logrado mejorar nuestra actividad económica, también fortalecimos nuestra autoestima e interés por ser líderes. Algunos ahora participamos en la vida política de nuestra comunidad y/o dirigimos otros grupos de emprendimiento, también brindamos asistencia técnica a otras organizaciones. Además, nos preocupamos de que nuestros hijos asistan a la escuela mejor alimentados para que puedan aprender más y les brindamos mejores condiciones de vida” afirmó Francisca Querar Mayta, ella es otro ejemplo de este cambio de vida.

Francisca Querar Mayta, joven madre in-

tegrante de la Asociación de Artesanos y Productores Maucataray de Ccaccacollo, en Cusco; cuenta, emocionada, que atrás quedaron los días en que era marginada por su esposo y la comunidad. “Antes las mujeres solo nos dedicábamos a las labores del hogar. Hoy sabemos lo que es ganar nuestro dinero y apoyar a nuestros esposos”.

Esta iniciativa ha permitido que las 75 mujeres que conforman la Asociación elaboren mantas, mochilas, fajas y carteras con insumos naturales. De esta forma, han revalorado una tradición cultural. “Nos sentimos orgullosas de haber servido de ejemplo para que se formen otras asociaciones de madres”.

Sueño exportador

El paso siguiente para estas comunidades, luego de acceder al mercado local, regional y nacional, es exportar. Para ello es necesario que cumplan con todas las exigencias del mercado internacional como es garantizar la calidad de los productos/servicios demostrando capacidad de abastecimiento sostenido. En tal sentido, el Corredor promueve la participación de los beneficiarios en ferias locales, regionales, nacionales e internacionales, dependiendo del nivel alcanzado;

Expoferia Mimdes-Foncodes 2007 tuvo gran aceptación en Lima. Expoferia Mimdes-Foncodes 2007 was a great success in Lima.





Tomasa Caclla Anjo exporta quesos al Brasil.
Tomasa Caclla Anjo exports cheese to Brazil.

lo cual les permite conocer el desarrollo del mercado y contactarse con futuros compradores.

De igual modo, el Proyecto Corredor Puno-Cusco a través de convenios con los gobiernos locales facilita la construcción de infraestructura física vinculada a impulsar y mejorar la gestión de negocios y su articulación con el mercado. En la actualidad se ha apoyado entre otros a la construcción de cercos periféricos para la realización de eventos de promoción comercial, trochas carrozables, puentes, servicios higiénicos y se viene implementando la instalación de cabinas de internet para que los productores tomen decisiones en base a información real de precios y mercados.

With technical aid, the associations of producers and rural communities in Puno and Cusco are providing economic and social development for their communities. Thanks to the Puno-Cusco Corridor Project run by the Ministry for Women and Social Development (Mimdes) and the Social

Development Aid Fund (Foncodes), who have been co-financing more than 2 500 start-ups, many of whom are today able to dream of exporting.

Working together

In order to qualify for technical services, the rural communities must submit a project to the local resources assignation committee. Then, a competition is used to select the initiative with the best chance of sustained growth. The winner receives economic aid, up to 80% of the total required, to contract the technical aid services.

The associations contribute 20% to 30% of the cost. A competition is then held to select the professionals who will provide different aspects of technical aid or training; depending on the type of business being developed, the aid may concern the supply of materials, processing, transformation, finishing or design, etc.

Getting the philosophy of the project adopted was not an easy task. The communities had lost faith in support

from institutions and become accustomed to hand-outs. “The project is different, as the activities are jointly financed. The State provides some of the money and they provide the rest. Thus they value their investment and are careful when choosing their technical advisor and developing their businesses”, says César Sotomayor, executive coordinator of the Puno-Cusco Corridor Project.

Successful cases

Victoriano Cahuana Hualla, president of the Acomayo – Pomacanchi Farmers Association in the department of Cusco, says that before joining this initiative, his organisation only produced milk. Today they are involved with transforming the milk, cattle management, sales and genetic improvement.

“Thanks to the technical aid and training, we now sell cheese, yoghurt and manjar blanco. Our sales have increased all over Cusco, we have applied for a health certificate and we want to improve the packaging to sell our products in other parts of Peru and - why not? - abroad” he says.

Margarita Champi Puma University in Cusco, a member of the Association of

Gracias a la asesoría técnica, confeccionistas han cambiado su calidad de vida. Thanks to technical aid, seamstresses have changed their lives for the better.



Mantas, manteles y secadores de exportación.
Blankets, mantles and table cloths for export.

Young Leaders in Farm Production and Research, told us that after taking part in this project these young people have started businesses and are now able to complete further education.

“We sell drinking chocolate, chocolate-covered cereals and we have applied to the Project for help in learning to produce biscuits using Andean ingredients. The technical aid, together with a desire to better ourselves, were the keys to our development”.

Social development

As a complement to the technical aid, the MIMDES- Foncodes Puno-Cusco Corridor Project facilitates access to national I.D. documents with which people can exercise their fundamental rights, and at the same time the Project has developed and validated a Functional Literacy Programme which enables women from rural communities to participate more

actively in communal and family life.

“...Although we have managed to improve our economic activity, we have also increased our self-esteem and desire to get ahead. Some of us are now taking part in politics in our communities and/or lead other groups of achievers, we also provide technical aid to other organisations. Furthermore, we want our children to be better fed when they go to school so that they can learn more and we provide them with better living conditions”, says Francisca Querer Mayta, another example of this change in life styles.

Francisca Querer Mayta, a young mother and member of the Maucataray de Ccaccacollo Association of Artisans and Producers, en Cusco; became emotional as she described how the days when she was marginalised by her husband and the community are now gone. “Before, we women just did housework. Now we know what it’s like to earn our own money and help our husbands”.

This initiative has enabled the 75 women who make up the Association to make blankets, shoulder bags, belts and handbags using natural materials. In this way they have restored the value of a traditional

Manos artesanas cautivan a compradores.
Artisans captivate buyers.



culture. “We feel proud to be an example for other mothers’ associations”.

Dreaming of exporting

The next step for these communities, after entering the local, regional and national markets, is to export. But for that they have to meet all the demands of the international market, such as guaranteeing the quality of their products and services and show that they can provide them on a continual basis. Therefore the Corridor encourages the beneficiaries to take part in local, regional, national and international fairs, depending on the level they have reached; which enables them to understand the market and make contact with future buyers.

Equally, the Puno-Cusco Corridor Project facilitates the construction of physical infrastructure through agreements with local governments, as well as stimulating and improving business management and links to the market. At present aid has been provided to, among others, the construction of perimeter fencing for sales events; vehicle tracks, bridges and toilet facilities, and is installing Internet booths so that producers can make decisions based on real-time information on markets and prices.



Centro ceremonial de
Cahuachi.

Cooperación por el desarrollo

Desde hace 25 años, Italia participa en la lucha contra la pobreza en el Perú a través de la cooperación en diversos sectores



Los proyectos de la cooperación italiana en el Perú contribuyen a luchar contra la pobreza.



La cooperación italiana en el Perú cumplió 25 años de presencia. Desde que ambos países suscribieron el acuerdo marco, en 1981, se incrementaron los proyectos que contribuyen con el objetivo de luchar contra la pobreza. Durante este período hubo dos momentos claves: la primera fue en la década de 1980, y la segunda, en 2001, año en que se firmó el canje de deuda.

En la actualidad, la cooperación italiana centra sus intervenciones en la lucha contra la pobreza en las zonas marginadas del Perú; apoya la promoción y protección de los derechos humanos y civiles; y respalda el fortalecimiento de las administraciones regionales y locales. En total, son 14 los proyectos que se desarrollan en el país, en los sectores de artesanía, medioambiente, educación, salud, agricultura, desarrollo social y energía.

Proyectos y programas

De las 150 ONG italianas reconocidas por la Dirección General de Cooperación para el Desarrollo (DGCS) del Mi-

nisterio de Asuntos Exteriores de ese país, 15 trabajan en el Perú. Algunas lo hacen de manera activa desde hace más de dos décadas. Diez de estas entidades integran el colectivo *Coordinadora de ONG Italianas en el Perú* (COIPE). Por eso, representa un instrumento importante de ayuda para el país.

La cooperación italiana en el Perú fue relanzada el año pasado, tras la aprobación de iniciativas nuevas e importantes por el compromiso financiero que implican y por su valor simbólico. Contribuye al *Plan binacional para el desarrollo de la región fronteriza Perú -*

Ecuador; a través del financiamiento de un proyecto sanitario y de otro relacionado con el desarrollo rural.

Se ha dispuesto también un proyecto de conservación ambiental para el desarrollo alternativo al cultivo de coca en los valles de Tambopata e Inambari, en el departamento de Puno. A esta donación se añaden otros desembolsos multilaterales, a través del Programa de las Naciones Unidas para la Fiscalización Internacional de las Drogas (PNUFID), que hoy se llama también Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ODD).

Otro proyecto importante es el de conservación de la biodiversidad andina, que será ejecutado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Asimismo, existe la propuesta de convertir una cuota de la deuda peruana con Italia en programas de desarrollo económico y social, y para la lucha contra la pobreza. Ello se da en el marco de las iniciativas para reducir la deuda externa de los países en desarrollo promovidas en ocasión del Jubileo de 2000.

Cooperación con rostro humano

Italia y el Perú están fortaleciendo sus lazos y sus voluntades en una eficaz estrategia orientada al desarrollo humano sostenible. “La cooperación persigue el objetivo de crear las condiciones de un desarrollo humano sostenible a nivel individual y colectivo. Por esta razón, la importancia de invertir en niñez y educación, considerando que la formación humana, cultural y profesional constituye la esencia para la construcción de una sociedad justa y cívica”, afirma el embajador de Italia en el Perú, Fabio Claudio de Nardis.

Para Italia y sus ONG, la cooperación

tiene rostro humano. Realizó tareas de formación de campesinos a través del Instituto de Educación Rural de Ayaviri; apoyó también a la Escuela de Niños y Adolescentes monseñor *Julio Gonzáles Ruiz* en Ciudad de Dios; realizó proyectos con las trabajadoras del hogar en Barranco; y respalda el *Proyecto Por una Vida Digna* que favorece a adolescentes y jóvenes de Lima en situación de explotación sexual.

La cooperación italiana mejoró la vida de comunidades alejadas de Huancavelica, el departamento más pobre del Perú. El Instituto para la Investigación y el Desarrollo Económico y Social de Huancavelica ejecuta el proyecto *Desarrollo agropecuario sostenible en los distritos de Anta y Santiago de Chocorvos*.

Andrés Segovia Loayza, director ejecutivo del Instituto para la Investigación y el Desarrollo Económico y Social (INIDES), recuerda que muchos pobladores lloraron de emoción y alegría al ver esta realidad. “Decían que era un regalo del cielo, una bendición. Con la puesta en marcha de este proyecto pueden lograr ganado mejora-

do, viveros forestales y aprenden a conservar los suelos”.

Su apoyo también destaca en el sector de las pequeñas y microempresas industriales. Por ejemplo, en el departamento de La Libertad, se trabaja para que El Porvenir se consolide como la capital nacional del calzado.

Patrimonio cultural

El gobierno italiano apoya a misiones arqueológicas, antropológicas y etnológicas en Italia y el exterior porque desarrollan un papel fundamental para la tutela y conservación del patrimonio cultural mundial. La primera misión arqueológica italiana en el Perú la dirigió el doctor Pellegrino Claudio Sestieri, de 1962 a 1970, en el sitio arqueológico de la antigua ciudad de Cajamarquilla, en Ate Vitarte (Lima).

Hoy, una de las principales preocupaciones de la cooperación italiana en el Perú es la puesta en valor de Cahuachi, el centro ceremonial construido en adobe más grande del mundo. Los trabajos están a cargo del Centro Italiano Studi e Ricerche Precolombiane - CISRAP de Brescia, y forman parte del *Proyecto Nazca*.

El arqueólogo y arquitecto Giuseppe Orefice lidera este proyecto que busca recuperar el centro ceremonial. Por eso realiza excavaciones científicas en la zona. Cahuachi mantiene relación directa con la cerámica policroma y el arte textil de las culturas Paracas y Nazca, así como con las gigantescas líneas de Nazca.

En las salas del Museo Arqueológico Antonini de Nazca, que también dirige Orefice, no solo se alberga la colección arqueológica y etnográfica de las diferentes etapas de Nazca sino, además, todo lo referente a Cahuachi.

El interés de Italia por nuestro pasado histórico no es reciente. En su momento, Antonio Raimondi describió los distintos monumentos de las culturas preinca e inca que en su momento visitó. Felizmente, el compromiso de Italia con la cultura peruana se mantiene vigente.

Despegue aeroportuario

Con infraestructura adecuada y certificaciones de calidad y seguridad, crece la expectativa para expandir del mercado aeroportuario peruano



El servicio de los operadores aeroportuarios peruanos cumple con los estándares de calidad y seguridad.

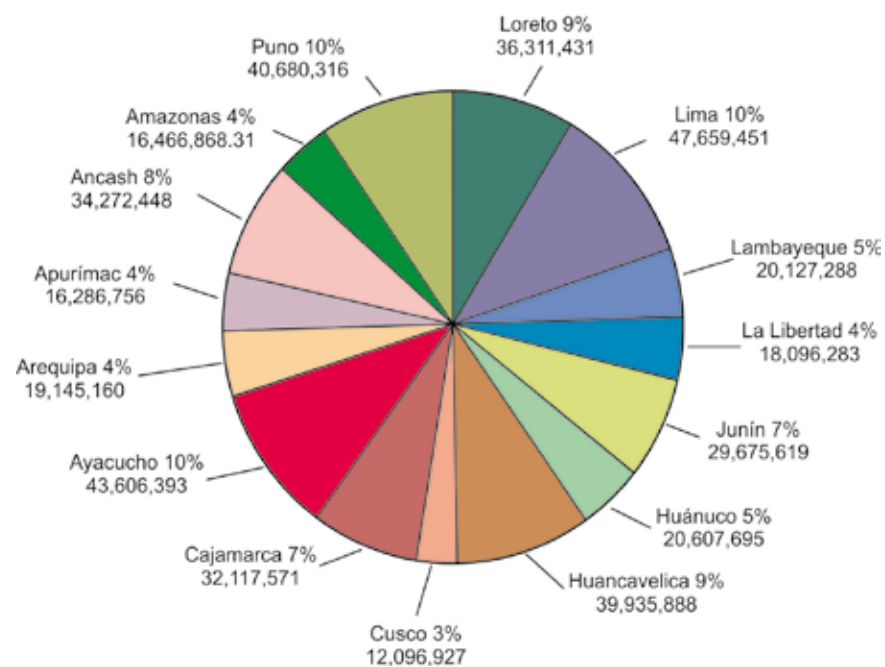
Las exigencias del mercado aeroportuario mundial y del comercio internacional son cada vez mayores. Esta situación ha obligado a todos los operadores latinoameri-

canos a desarrollar y cumplir con estándares de calidad y seguridad. En el caso del Perú, por ejemplo, ya no se pierden las mercaderías en los aeropuertos porque la administración de carga, que fue

transferida al sector privado, ha mejorado sus servicios.

En la actualidad, en el país existen nueve compañías aeroportuarias, de las cua-

FONDO ITALIANO PERUANO Montos entregados por región





les siete realizan operaciones de gran envergadura. Fernando Raventós, presidente de la Asociación de Servicios Aeroportuarios Privados (ASAEP), asegura que el incremento de la carga aérea depende de las proyecciones a largo plazo de las actividades exportadoras, en especial de los productos perecibles como el espárrago, flores, pescado, entre otros.

A pesar de que el sector de carga aérea en el Perú tuvo en 2006 un crecimiento de apenas 2%, hay expectativas para que las cifras repunten este año. El operador aeroportuario Talma Menzies, por ejemplo, construye una infraestructura moderna de operaciones de carga aeroportuaria denominada *Cargo City* en el Aeropuerto Internacional *Jorge Chávez*.

“Mantenemos la esperanza de que este año no solo se concrete el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, sino se llegue a un acuerdo con la



Fernando Raventós, presidente de ASAEP.

Unión Europea y la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para la apertura de nuevos mercados comerciales. A mayor exportación, mayor crecimiento del sector aeroportuario y estabilidad del volumen de carga”, afirma Fernando Raventós.

Seguridad garantizada

Una de las principales ventajas de transportar productos a través de la vía aérea es su rapidez. Las empresas, como el caso de la Asociación Civil Frío Aéreo, han logrado que los productos perecederos permanezcan en la carga de los aviones por un tiempo máximo de 80 minutos, a diferencia de las cuatro horas de años anteriores. Además, han reducido la temperatura de carga de 7° C a 0,07° C. Así, productos como espárragos, se mantienen frescos y en buenas condiciones.

Para cumplir las normas de seguridad que se exigen en Estados Unidos, los operadores aeroportuarios cuentan con la Certificación BASC (Business Alliance For Secure Commerce), que consiste en afinar la carga antes de ser subida al avión. Con el fin de que las inspecciones de seguridad sean óptimas, los operadores son capacitados para que reconozcan nuevas situaciones de riesgo.

de narcóticos y amenazas terroristas. Además, se incentiva el comercio exterior de manera segura, y se promueve la normalización y estandarización de procedimientos de seguridad en la cadena logística de exportación.

Armando Grados Mogrovejo, gerente general de la Asociación Civil Frío Aéreo, señala que la seguridad es importante para evitar que se introduzcan materiales tóxicos y explosivos en los productos. “En nuestras operaciones contamos con el respaldo de la Dirección Nacional Antidrogas de la Policía Nacional del Perú (DINANDRO) y con el servicio de canes especializados en la detección de objetos ajenos a la carga”.

Agrega que trabajan con un sistema de monitoreo electrónico que vigila la labor de los trabajadores dentro del almacén y resguardan la información de sus clientes dentro de un sistema digital. Asimismo, cuentan con una jefatura de gestión de calidad que verifica el cumplimiento de las Certificaciones BASC e ISO 9001:2000.

Atención al pasajero

Otro servicio importante para los empresarios es ofrecer las condiciones de seguridad y comodidad al pasajero nacional y extranjero.

En tal sentido, las líneas aéreas complementan su servicio con el de los operadores aeroportuarios, que brindan las condiciones necesarias al pasajero desde su llegada al aeropuerto hasta el abordaje.

Empresas como Talma Menzies ofrece servicios integrales al pasajero como *check in*, atención en la sala de embarque, orientación a la llegada del aeropuerto, venta de pasajes aéreos y servicios a pasajeros especiales (sillas de ruedas, atención niños sin acompañante y transbordos).

De igual modo, Swissport GH pone a disposición de los pasajeros a profesionales bilingües y capacitados en el manejo de tráfico, documentación, equipaje y reclamos. Brinda atención en salidas, tránsito, cancelación o retraso de vue-

los, servicios especializados que se complementa con la cadena aeroportuaria.

Tendencia de servicios

El presidente de ASAEP manifiesta que el futuro de los servicios aeroportuarios se encuentra en la descentralización de los aeropuertos. El impulso de esta iniciativa beneficiará a exportadores y empresarios aéreos. “El Perú ofrece productos que no soportan el largo viaje hasta el aeropuerto en Lima. Si se desarrollan los aeropuertos regionales, también se desarrollan todos los servicios accesorios”.

Por su parte, el gerente de Frío Aéreo, enfatiza en que la tendencia que se perfila en el futuro es la exportación de servicios. “Conforme una empresa desarrolla un *now how* e intercambia experiencias con grandes operadores del mundo, comprende que hay actividades que puede realizar por sí mismo. Esto en el ámbito del comercio internacional se denomina el efecto aprendizaje”.

El mercado del servicio aeroportuario



Aporte al desarrollo

Gracias a sus beneficios y ventajas, la Zona Franca de Tacna (ZOFRATACNA) se ha convertido en una gran alternativa para el desarrollo de las inversiones nacionales y extranjeras. En la actualidad, cien empresas que principalmente distribuyen mercancías y venden vehículos han incrementado su competitividad globalizada. Además, tres mil usuarios se benefician con los depósitos francos públicos.

Bienes y servicios

El moderno complejo, ubicado a siete kilómetros de la ciudad, se ha convertido en una gran plataforma de servicios al comercio

en el Perú avanza a paso seguro. Posee una cadena logística eficiente, cumple los más altos estándares de calidad y

eficiencia, y los operadores aeroportuarios cuentan con el respaldo de importantes socios de negocio.

Gracias al avance de la tecnología, productos como espárragos se mantienen frescos y en buenas condiciones.



exterior. Los 51 depósitos francos, públicos y privados, almacenan diversas mercancías que provienen del exterior y del resto del país. Asimismo, funcionan 20 talleres de reparación y reacondicionamiento de vehículos usados, y tres empresas que fabrican sandalias, helados y procesan productos agroindustriales.

Al interior del complejo funcionan diversas agencias de bancos, así como agencias de aduanas, empresas verificadoras, operadores logísticos, entre otros, que brindan servicios de muy buena calidad a fin de agilizar y facilitar las operaciones de los usuarios.

Como se sabe, las actividades que se realizan en ZOFRATACNA se encuentran exoneradas del impuesto a la renta, impuesto general a las ventas, impuesto selectivo al consumo, e impuesto de promoción municipal, así como de todo tributo creado o por crearse.

Mediante la franquicia turística, el turista peruano puede comprar productos por mil dólares por viaje, sin exceder los tres mil dólares en un período de 12 meses. Solo pagan un arancel especial, que corresponde al ocho por ciento de su valor aduanero.

<http://www.savar.com.pe>
Teléfono: (511) 613-7070
Fax: (511) 613-7080

SAVAR Agentes de Aduana S.A.
SAVAR Cargo Courier S.A.C.
SAKJ Depot S.A.C.
Almacenamiento y Distribución
Terminal de Almacenamiento Marítimo
Depósito Autorizado de Aduanas
SAVAR Transporte S.A.C.
SAVARSOFT
FINANCIAMIENTO DIRECTO
ASESORIA LEGAL Y TRIBUTARIO

¿Estudiar un posgrado garantiza necesariamente un mejor empleo? Quienes han desarrollado habilidades directivas o conocimientos especializados, opinan favorablemente. Aseguran que los estudios de posgrado son tan indispensables para ser considerados profesionales de éxito.

Cada vez que las empresas seleccionan a sus colaboradores, valoran a quienes han llevado un programa de posgrado. Aunque aún no es requisito indispensable, la tendencia es que los puestos de responsabilidad requieren una formación de este nivel académico. Ello explica el porqué del crecimiento de los estudios de maestrías y de los doctorados en todo el país, incluso en el extranjero.

En la actualidad, la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) tiene el mayor número de maestrías y

Con visión amplia y profunda

Los programas de posgrado permiten que los profesionales puedan ampliar sus niveles de preparación y profundizar en los conocimientos

doctorados, con 20 y 18, respectivamente. Los más ofertados continúan siendo las de las áreas de ciencias sociales, administrativas, económicas y de humanidades. Y en los últimos años, los MBA se encuentran en auge.

El MBA es el grado más solicitado por las empresas para las posiciones gerenciales. Todo MBA ofrece la especializa-

ción necesaria para aplicar, de manera más eficiente, conocimientos sobre dirección de negocios, finanzas, marketing, operaciones, sistemas y calidad, los cuales convierten a las empresas en agentes competitivos en una realidad globalizada.

Posgrado en el país y el extranjero

La directora de la Escuela de Post Grado (EPG) de la UNMSM, Luisa Negrón

Tras concluir los estudios universitarios, la formación posgrado amplía conceptos, procedimientos y actitudes del profesional.



Ballarte, asegura que los cursos de posgrado que se ofrecen en la Decana de América son reconocidos a nivel internacional debido a su calidad. “Existen muchas escuelas de posgrados muy reconocidas en el Perú, pero en el ex-

trangero no son significativos”.
cias Sociales de la UNMSM, señala que cada día es más evidente la transnacionalización del mercado de los posgrados universitarios. Aunque por ahora el número de posgrados virtuales es pequeño, tiene gran potencial de crecimiento.



La actualización de conocimientos que brinda un posgrado garantiza la posibilidad de destacar en el mundo laboral.

trangero no son significativos”.

Comenta que con el propósito de consolidar la calidad académica e incrementar el número de graduados de posgrado, el 16 de marzo último se aprobó el nuevo Reglamento General de Estudios de Posgrado. “El objetivo es incrementar el número de graduados. La mayoría que inicia una maestría o doctorado generalmente termina los estudios, pero el índice de graduados es muy bajo”.

Los que optan por estudiar en el extranjero, lo hacen gracias a las becas. “A ellos se les recomienda preparar el expediente desde la etapa de pregrado. No basta que termine la carrera en cinco años y ocupe el primer puesto. Es necesario contar con experiencia en prácticas y de haber participado en proyectos de investigación”, agrega Negrón Ballarte.

Modalidad de maestrías

Armando Cavero, catedrático de la maestría en Política de la Facultad de Cien-

do laboral. En tanto, los que se dedican a la investigación, profundizan las competencias para contribuir en la producción de nuevos conocimientos.

Además de los posgrados que se llevan de forma regular y tradicional, con clases presenciales los días laborables o los fines de semana, destacan también los estudios a distancia, utilizando las tecnologías vinculadas con internet. Igualmente, existe la modalidad de posgrados semipresenciales, que combina el dictado en aula y tutorías.

La secretaria académica de la Escuela de Postgrado de la Universidad de Lima, Gloria María Olórtegui, explica que en la actualidad las maestrías que ofrecen algunas universidades brindan la oportunidad del doble grado. “Gracias al convenio suscrito entre la Universidad de Lima y la Universidad Autónoma de Barcelona, la maestría en Administración de Negocios (MBA) de la Escuela de Postgrado cuenta con profesores de la universidad española y otorga un diploma de master compartido con doble grado”.

Un plan de estudio actualizado, un cuerpo docente articulado y un soporte tecnológico de primera son las características de una maestría de vanguardia.

Las escuelas de posgrado del país están comprometidas con la globalización de los conocimientos.



Camino a la acreditación

Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca inicia proceso de autoevaluación

Con el propósito de conocer la situación de la calidad académica y de la pertinencia social de sus programas, la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca (EPG-UNC) implementa el proceso de autoevaluación. El magister Elfer Miranda Valdivia, director de la EPG-UNC señala que se busca conocer en qué medida sus maestrías y doctorados atienden las necesidades del entorno, se vinculan con otras instituciones académicas y con el mundo empresarial y satisfacen estándares académicos ineludibles.

El postgrado forma a académicos, científicos y profesionales de alto nivel. En esta tarea, articula y conjuga la investigación científica, tecnológica y humanística con la docencia y el ejercicio especializado de una profesión. Así, garantiza la excelencia frente a las crecientes exigencias de la sociedad.

Fundamentos

La especialización profundiza el dominio de una disciplina o área determinada de una profesión, o de un campo de aplicación de varias profesiones. Los estudios responden a demandas de formación para el desempeño profesional y exigen que los profesores estén involucrados en el ejercicio y la investigación profesionales; y los estudiantes, con el entorno laboral. Los estudios duran un año y se otorga la certificación de especialista con mención del campo de aplicación.

La maestría brinda una formación amplia y profunda en un campo del saber académico y profesional, proporcionando conocimientos avanzados, general-

mente, de carácter interdisciplinario. Prepara para la investigación o para el ejercicio profesional de alto nivel. Hay dos modalidades: la académica (en ciencias) y la profesional. La primera está orientada a la formación básica en investigación y la segunda, al fortalecimiento y consolidación de competencias profesionales en un campo del saber. Cada una tiene una duración de dos años y se otorga el grado de maestro en ciencias, o maestro profesional.

El doctorado brinda una formación del más alto nivel. Prepara para la investigación original que genere aportes signifi-



Mg. Elfer Miranda Valdivia, director de la Escuela de Postgrado

Sede de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca.



cativos en una disciplina al servicio de la sociedad y del desarrollo de la ciencia. Los estudios tienen una duración no menor a dos años, al término de los cuales se otorga el grado de doctor en ciencias.

Autoevaluación

De carácter sistémico, la autoevaluación permite determinar el estado actual de los programas de postgrado en su calidad académica y pertinencia social, en concordancia con los fines institucionales y dentro del marco general de acreditación del postgrado.

Su propósito general es evaluar la integridad institucional y la capacidad de gestión, para asegurar que los procesos y resultados académicos satisfagan los estándares de calidad y exigencias del entorno.

El doctor Corpus Cerna Cabrera, presidente de la Comisión de Autoevaluación, señala que el proceso involucra a todos los componentes de los programas de maestría y de doctorado en lo que respecta a sus funciones sustantivas de docencia, investigación, gestión y administración y su vinculación con la colectividad.



El rector, doctor Luis Cervantes Liñán, comprometido con una educación de calidad.

Educación de vanguardia

Este año, la Universidad Inca Garcilaso de la Vega firmará nuevos convenios con otras universidades y potenciará la educación a distancia

Con 42 años de vida institucional, la Universidad Inca Garcilaso de la Vega destaca por ofrecer una formación profesional competitiva a través de sus 16 carreras profesionales y 12 facultades. Con el propósito de mantenerse a la vanguardia en la educación superior, anualmente evalúa las áreas de formación académica, administración y finanzas.

Educación de primera

La UIGV cuenta con el Sistema de evaluación del docente, que se desarrolla en dos etapas. En la primera se capacita al docente en temas de metodología de enseñanza. La segunda comprende la capacitación profesional, en la que se determinan los contenidos del currículo universitario y las herramientas tecnológicas necesarias.

“Hoy no se puede pensar en formar un alumno para que se desenvuelva en el Perú, pues la globalización conlleva a manejar instrumentos, metodologías y técnicas universales. En tal sentido, la universidad debe brindarles todo el apoyo tecnológico”, señala el rector, doctor Luis Cervantes Liñán.

Desde la década de 1980, la Universidad Inca Garcilaso de la Vega es la pionera en desarrollar la educación a distancia. El objetivo es brindar oportunidades educativas en el nivel superior a las personas que por motivos laborales, disponibilidad de tiempo y de recursos económicos no puedan acceder a estudios ofrecidos por la modalidad presencial. Hasta la fecha, cuenta con 34 sedes u oficinas en todo el país y dos sedes en España y

Estados Unidos, respectivamente.

La aplicación de esta herramienta de educación a distancia ha motivado a la institución educativa a proponer que la capacitación docente no solo debe ser presencial. En tal sentido, la Universidad Inca Garcilaso de la Vega pone a disposición su experiencia adquirida para desarrollar proyectos que apunten a mejorar la calidad educativa en el país.

Presencia internacional

Con el fin de impulsar un escenario más competitivo, tiene previsto realizar convenios de cooperación con la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Autónoma de Barcelona. Así, estudiantes,



La UIGV es la única institución que cuenta con una clínica del bebé.

docentes e investigadores disfrutarán de intercambios académicos, capacitación, así como programas de postgrado y especialización.

La UIGV es la primera en Latinoamérica en suscribir convenios con la Universidad de El Cairo, en Egipto, el Netanya Academic College de Israel, y el Bloomfield College, de New Jersey, Estados Unidos. Para este año, creará un centro de alto nivel de capacitación en tecnología de la información. Este será desarrollado gracias a un acuerdo firmado con el Bloomfield College de New Jersey. De esta manera, los estudiantes tendrán acceso a la doble titulación: tres años en el Perú y los dos siguientes en Estados Unidos.

EXPOESTADÍSTICAS

Exportaciones tradicionales

(Millones de US\$ FOB)

Sector	Ene-07	Var. %
Mineros	893	17,3
Cobre	354	38,8
Oro	271	-5,6
Cinc	97	42,0
Pesquero	129	-15,2
Harina de pescado	107	-11,9
Aceite de pescado	22	-28,3
Petroleo y derivados	124	17,2
Derivados	72	-31,8
Crudo	52	0
Agrícolas	31	14
Café	30	72,6
Algodón	0	-33,0
TOTAL TRADICIONAL	1 177	12,4

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex

Exportaciones no tradicionales

(Millones de US\$ FOB)

Sector	Ene-07	Var. %
Agropecuario	123	10,9
Textil	110	5,7
Sidero-metalúrgico	66	68,4
Químico	57	45,0
Pesquero	40	31,1
Maderas y papeles	24	29,2
Metal-mecánico	16	40,1
Varios (Inc. Joyería)	10	-24,8
Minería no metálica	10	32,1
Pieles y cueros	2	3,2
TOTAL	460	21,4

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex

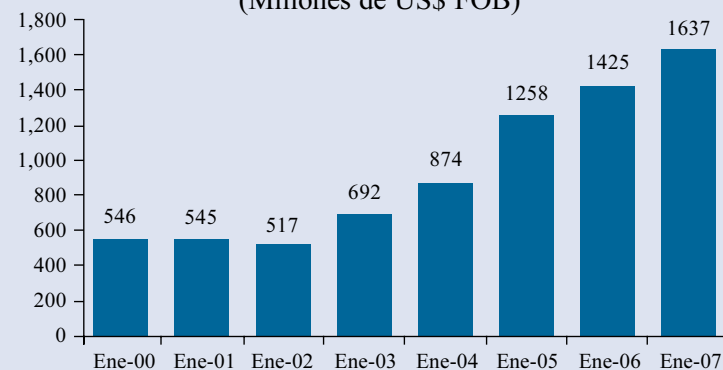
Exportaciones peruanas en alza

En enero último, las exportaciones totales del Perú lograron un incremento de 14,8%, en comparación al mismo mes de 2006. Las estadísticas de la Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX) señalan que un total de US\$ 1 637 millones en productos tradicionales y no tradicionales fueron vendidos al extranjero. Esto significa un aumento de US\$ 212 millones con relación a enero del año anterior. Otra cifra favorable para nuestro país indica que 2 178 empresas exportaron sus productos en enero último, es decir, hubo un aumento de 45 nuevas compañías. De todas ellas, 155 lograron envíos por más de un millón de dólares.

Los productos tradicionales representaron el 71,9% del total exportado, mientras que los no tradicionales significaron el 28,1%. El mercado principal continúa siendo Estados Unidos, con el 21% de participación, seguidos por Suiza y China con 9% cada uno. Los destinos no tradicionales que más crecieron en enero de 2007 fueron El Salvador, con 1 512% (petróleo crudo y láminas de polímeros de etileno). También Sudáfrica, con 1 467% (conservas de jurel y fibras acrílicas). También figuren Bahamas, con 1 006% (cemento Pórtland); Corea del Sur, con 317% (cobre, cinc y hueveras de pez volador); y Trinidad y Tobago con 246% (hierro y preformas PET).

Exportaciones peruanas totales - Enero

(Millones de US\$ FOB)



Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex

Mercados por bloques económicos

(Millones de US\$ FOB)

Sector	Ene-07	Var. %	Part. %
NAFTA	475 3	-7,6	29,0
Asia	377 5	62,5	23,1
Mercados ¹	268 9	57,2	16,4
Unión Europea	240 0	-15,5	14,7
CAN	115 8	24,4	7,1
Mercosur	52 7	17,0	3,2
Resto	106 4	24,6	6,5
TOTAL	1 636,6	14,8	100,0

¹ Suiza, Chile, Australia, Rusia.

Fuente: Sunat. Elaboración: Prompex



www.skylineperu.com



POP UPS S.A.C

Skyline

Presentamos nuestra línea exclusiva Skyline con la más alta tecnología y calidad certificada a nivel mundial.

En sus líneas: Mirage Plus, Banner stand, M3.

Mobiliarios

Mobiliarios Stockholm. Especiales para impactar en puntos de venta, resistentes, funcionales y con diseños atractivos

Aluset System

Exhiba en grande con stands corporativos originales de acuerdo con su imagen empresarial. Somos representantes de Aluset System, una línea europea líder en el armado de stands.

Mirage Plus



Stand Modular



Exhibidores promocionales

Banner Stand Skyline



Calle Los Calderos 140 Urb. Vulcano Ate - Lima 03 - Perú
Central (51-1) 349-4222

ZOFRATACNA, Franco Soporte para tus Negocios



Actividades Permitidas:

- ▲ Industria y Agroindustria
- ▲ Maquila
- ▲ Ensamblaje
- ▲ Reparación y Reacondicionamiento de Maquinarias para la Minería Servicios

Exoneraciones:

- ▲ 0% Impuesto a la Renta.
- ▲ 0% Impuesto General a las Ventas.
- ▲ 0% Impuesto Selectivo al Consumo.
- ▲ 0% Impuesto de Promoción Municipal.
- ▲ Exoneración de todo tributo creado o por crearse.
- ▲ Exoneración de derechos de importación para insumos.

- ▲ Suspensión de derechos e impuestos a la importación para maquinaria y equipos.



ZOFRATACNA
ZONA FRANCA DE TACNA - PERU

Carretera Panamericana Sur Km. 1308 Tacna - Perú
Teléfono: (51-52) 317090 Anexo 2006
Fax: (51-52) 317000
E-mail: promocion@zofratakna.com.pe
www.zofratakna.com.pe