

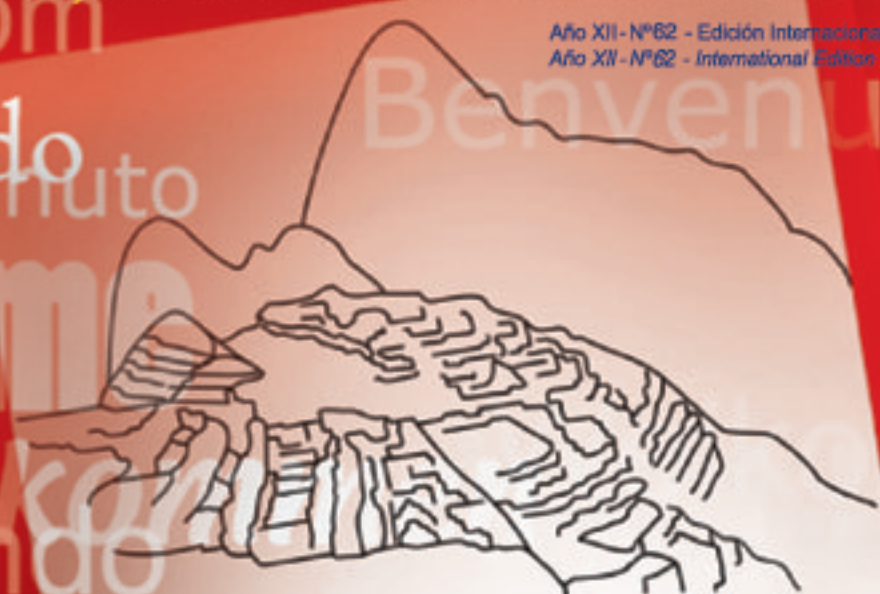


EDICIÓN BILINGÜE
BILINGUAL EDITION

EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XII - Nº 62 - Edición Internacional
Año XII - Nº 62 - International Edition



V CUMBRE
ALC-UE
Perú 2008



Bienvenido
καλώς ήρθατε

Bolivia US\$ 4.00 Colombia US\$ 4.00 Chile US\$ 4.00 Ecuador US\$ 4.00 Perú S/ 10.00 Venezuela US\$ 4.00



PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS



ELECTRIFICACION RURAL



El Presidente de la República, Alan García, inaugurando obras de electrificación rural en el distrito de Pátapo, Lambayeque.

Obras a entregar en mayo 2008

| REGION | COSTO DEL PROYECTO (\$/) | LOCALIDADES | VIVIENDAS | POBLACION BENEFICIADA |
|---|--------------------------|-------------|---------------|-----------------------|
| AMAZONAS | | | | |
| INSTALACION DEL SISTEMA DE ELECTRIFICACION RURAL DEL PORVENIR, NUEVA ALIANZA, FANRRE Y CUISPES, DISTRITO DE CUISPE - BONGARA | 537,026 | 4 | 88 | 440 |
| CUSCO | | | | |
| SISTEMA ELECTRICO DE CATAHUI | 131,021 | 1 | 32 | 159 |
| ELECTRIFICACION DE LA COMUNIDAD DE HUACAPUNCO | 51,666 | 1 | 36 | 178 |
| ELECTRIFICACION COMUNIDAD CAMPESINA TARROPAY | 104,973 | 1 | 32 | 161 |
| ELECTRIFICACION DE LA COMUNIDAD DE KURPO | 124,614 | 1 | 28 | 142 |
| ELECTRIFICACION REDES PRIMARIAS SECUNDARIAS COMUNIDAD DE NAHUICHAPI, CONDE VILUYO Y CUTI PALOMANI | 699,499 | 12 | 190 | 950 |
| ELECTRIFICACION COMUNIDADES CERRITAMBO, ICHOCCOLLO Y CHAUPIMAYO | 1'379,733 | 15 | 510 | 2,548 |
| ELECTRIFICACION COMUNIDAD CAMPESINA QUINUARA GRANDE | 153,309 | 1 | 37 | 185 |
| PEQUEÑO SISTEMA ELECTRICO PUYTOC - CHILLARAY - MUSCCARUMI | 244,221 | 2 | 38 | 189 |
| ELECTRIFICACION INTEGRAL DE LOS CENTROS POBLADOS DEL DISTRITO DE OMACHA PARURO - CUSCO | 1'417,256 | 6 | 1,160 | 5,799 |
| ELECTRIFICACION DE LA URBANIZACION VIRGEN DEL ROSARIO | 138,097 | 1 | 33 | 167 |
| ELECTRIFICACION DE CENTROS POBLADOS DEL DISTRITO DE COLQUEPATA | 493,660 | 12 | 283 | 1,415 |
| ELECTRIFICACION INTEGRAL COMUNIDADES DE HANANSAYA, ORCCOMA, LLIQUI-CURAHUATA, YAVINA, ALLHUACCHUCO Y LAYO DEL DISTRITO DE SANTO TOMAS | 2'723,649 | 16 | 1,008 | 5,040 |
| ELECTRIFICACION INTEGRAL DE LAS COMUNIDADES CAMPESINAS DE PULLPURI, PUENTE CCOYO-USCAMARCA, CCOYO, PFIUSA, MELLOTOTORA, HUAYLLANI DEL DISTRITO DE SANTO TOMAS | 2'209,734 | 14 | 907 | 4,535 |
| PIURA | | | | |
| ELECTRIFICACION CASERIO CASA BLANCA-DISTRITO DE MONTERO-AYABACA | 57,643 | 1 | 34 | 170 |
| ELECTRIFICACION CASERIO CUCUMBIRA NORTE Y SUR Y AAHH. BUENOS AIRES DEL DISTRITO DE CATACAOS | 664,230 | 4 | 251 | 1,255 |
| ELECTRIFICACION CASERIO LA PALMA-DISTRITO DE MONTERO-AYABACA | 58,237 | 1 | 26 | 130 |
| ELECTRIFICACION DE CENTROS POBLADOS CP-06, CP-14 Y CP-15 DEL DISTRITO TAMBOGRANDE, PROVINCIA PIURA | 238,377 | 3 | 102 | 510 |
| ELECTRIFICACION DE LOS CASERIOS MALINGAS, PALOMINOS, CRUCE DE VEGA, LAS MONICAS Y SANTA ROSA DISTRITO DE TAMBOGRANDE | 2'030,494 | 5 | 1,088 | 5,440 |
| ELECTRIFICACION DEL CASERIO COSCOMBA | 146,554 | 1 | 51 | 255 |
| ELECTRIFICACION RURAL DE LOS CASERIOS DE LA COPA, SANTA CRUZ CORTE HONDO, EL TORNO, CRUCE SAJINOS Y EL GUINEO DISTRITO DE SUYO | 537,846 | 6 | 254 | 1,270 |
| SDP 10-22.9 KV, Y SDS 380-220 V, INST. AP Y CONEXIONES DOMICILIARIAS CENTROS POBLADOS DE CHATITO, CHATITO SUR Y MONTEGRANDE | 936,191 | 4 | 826 | 4,130 |
| INSTALACION DEL SISTEMA DE ELECTRIFICACION DE LOS CASERIOS EL MEDIO PIURA, DISTRITO DE CASTILLA - PIURA - PIURA | 3'338,561 | 7 | 1,598 | 7,990 |
| CONSTRUCCION DE SISTEMA DE ELECTRIFICACION DEL CASERIO TEJEDORES SECTOR TJ-05 LAS LOMAS, PROVINCIA DE PIURA - PIURA | 1'069,568 | 1 | 204 | 1,020 |
| ELECTRIFICACION DE LOS CASERIOS HUACHUMA BAJA Y PUERTA PULACHE-LAS LOMAS | 489,336 | 2 | 266 | 1,330 |
| ELECTRIFICACION DE LOS CASERIOS HUASCAR Y TUPAC INCA YUPANQUI ZONA VALLE DE LOS INCAS TAMBOGRANDE | 108,924 | 2 | 90 | 450 |
| ELECTRIFICACION DEL CASERIO SAN PABLO-HUALTACO II, DISTRITO TAMBOGRANDE | 140,855 | 1 | 47 | 235 |
| ELECTRIFICACION DEL ASENTAMIENTO HUMANO SAGRADO CORAZON DE JESUS, DISTRITO TAMBOGRANDE, PROVINCIA PIURA | 350,109 | 1 | 397 | 1,985 |
| ELECTRIFICACION RURAL DE LA COMUNIDAD DE SAN JUAN DE LAGUNAS - DISTRITO DE LAGUNAS - AYABACA | 13,458 | 1 | 97 | 485 |
| ELECTRIFICACION DE ASOCIACION DE VIVIENDA LA PRIMAVERA III ETAPA VIA CONVENIO TRIPARTIDO | 260,036 | 1 | 363 | 1,815 |
| ELECTRIFICACION EN EL CASERIO SAN MIGUEL DE YUSCAY-LAS LOMAS-PIURA | 267,555 | 1 | 82 | 410 |
| ELECTRIFICACION DEL CASERIO PELIGARA - LAS LOMAS | 349,010 | 1 | 123 | 615 |
| TOTAL | 21'465,443 | 130 | 10,281 | 51,403 |

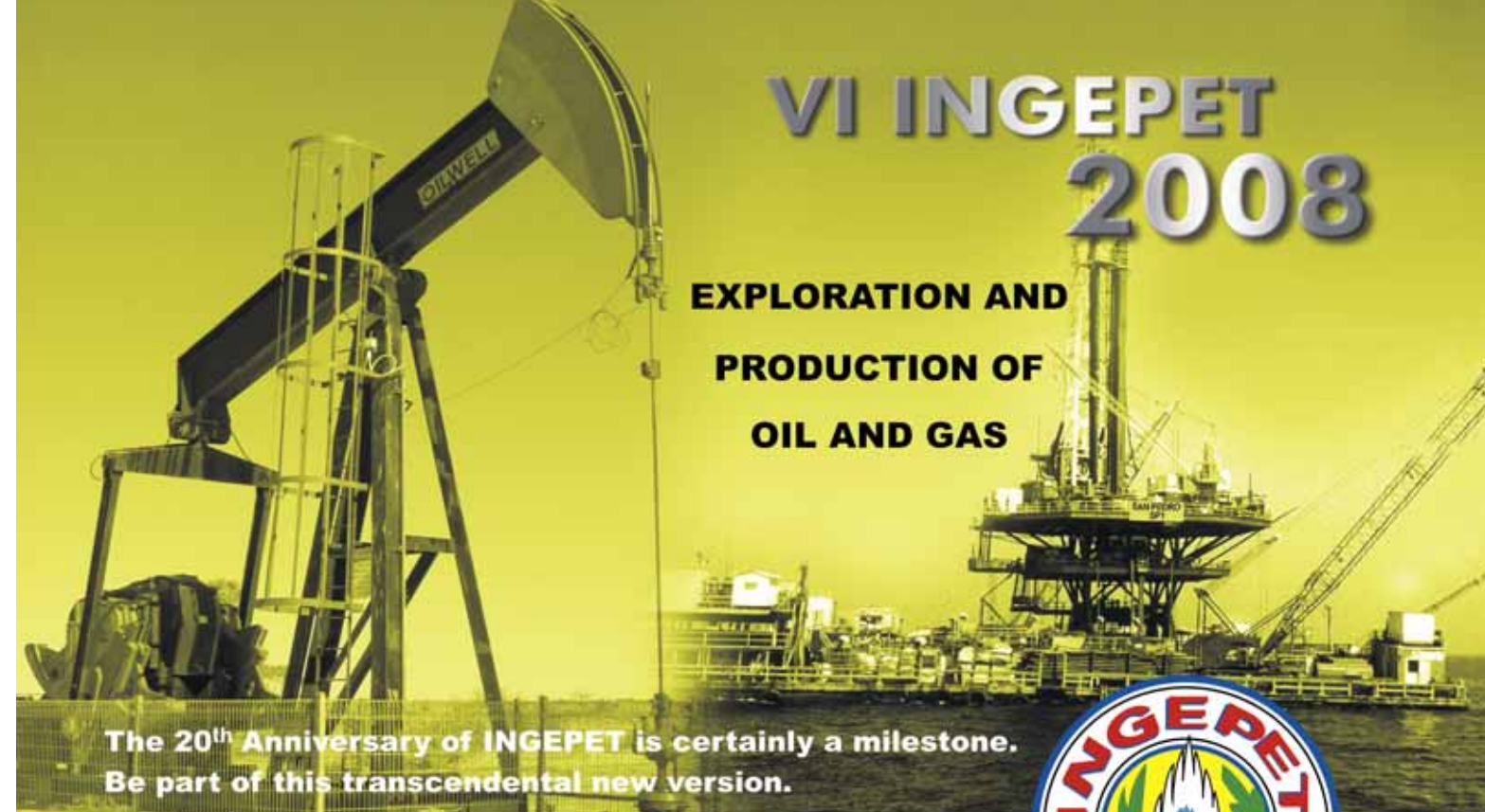
| | COSTO TOTAL | LOCALIDADES | VIVIENDAS | POBLACION BENEFICIADA |
|---|--------------------|--------------|---------------|-----------------------|
| 134 OBRAS CONCLUIDAS AGOSTO 2006 - MAYO 2008 | 176'333,410 | 1,461 | 72,289 | 361,440 |

EN ELECTRIFICACION RURAL



VI INGEPET 2008

EXPLORATION AND PRODUCTION OF OIL AND GAS



The 20th Anniversary of INGEPET is certainly a milestone. Be part of this transcendental new version.



VI INTERNATIONAL SEMINAR

GROWING

Southamerica Leading a Green and Responsible Oil and Gas Industry

EXPLORATION / EXPLOITATION / GAS / EHS

October 13 - 17, 2008

- More than 200 innovative technical papers presented by specialists from all over the world.
- Multinational companies in the Technological Exhibition.
- Interesting Fora: Heavy Oil Crude Exploration and Production / Opening to the Investment in Latin America.
- Keynote Conferences by Senior Executives from CNPC, Perupetro, Petrobras, Pluspetrol and Repsol YPF.
- Advanced Courses by distinguished teachers from the most prestigious universities.

REGISTER UP TO JUNE 30th, 2008
registration@ingepet.com

ORGANIZERS



GOLD SPONSORS



SILVER SPONSORS



BRONZE SPONSORS



OFFICIAL BANK



INSTITUTIONS



ADVISORS



AUDITORS



OFFICIAL AIRLINE



MEDIA PARTNERS



SHERATON LIMA HOTEL & CONVENTION CENTER

Further Information: generalcoordination@ingepet.com

LIMA PERU
www.ingepet.com

Director / Director
Julio César Llaque Moreno

Editor / Publishing
Javier Gutierrez

Redactores / Editors
Marilyn Lavado
Beatriz López
César Ochoa
Sarah Prado
Abraham Taipe
Liliana Ubidia
Karla Velezmoro

Diseño de Carátula / Title Page Design
Javier Salas

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Carolina Cantella

Fotografía / Photography
Alex Ramón
Segundo Santa Cruz
José Vilca
PromPerú

Corrección / Editing
Flor Núñez del Arco

Traducción / Translation
Claudia Zegarra

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

Gerente de Marketing / Manager Marketing
Ana María Hidalgo

Ejecutivos de Publicidad / Publicity Executives
Pilar Boza
Cecilia Fiestas
Ana González
Flor Núñez del Arco
Walter Sifuentes

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

Gerente de Administración / Administration Manager
Jary Vera Alvarado

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

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

6



Europa en la mira *Europe on the target*

“Exportadores deben aprovechar al máximo beneficios arancelarios para exportar a Europa”, afirma el vicescanciller Gonzalo Gutiérrez

“Exporters must make the most of the tariff benefits if they want to export to Europe”, affirms the Vice-chancellor Gonzalo Gutiérrez

9

Ejemplos responsables *Worthy models*

Worthy models

El compromiso social es un activo que caracteriza la buena gestión de las empresas

Social commitment is an asset that guarantees companies' good management



12

Cultura del cariño *Fondness culture*

Titular del Mincetur, Mercedes Aráoz, analiza el rol de la mujer en la economía y plantea fórmulas para impulsar el turismo en un año de cumbres

Head of Mincetur, Mercedes Aráoz, analyzes the woman role within economy and makes suggestions to promote the tourism in this summits' year



20

Enfoques diferentes *Different lines of action*

En la lucha contra la pobreza, Europa tiene mucho para enseñar

In the struggle against poverty, Europe has a lot to teach



22

Hermandad universal *Worldwide alliance*

Worldwide alliance

Perú no está solo en su lucha contra la pobreza. La cooperación internacional está de su lado

Peru is not alone in the struggle against poverty. The international cooperation is there to support it



32

Circuitos eléctricos *Electrical lines*

ProInversión y empresas privadas amplían frontera eléctrica a nivel nacional

ProInversión and private companies extend electrical border nationwide



44

Amenaza provocada *Provoked menace*

El cambio climático afectará más a países en desarrollo si no se toman medidas urgentes

The climatic change will affect more to countries in development if urgent measures are not taken



48 La UE en el Perú *The EU in Peru*

The EU in Peru

La inversión europea está, prácticamente, en todos los sectores de la economía peruana

The European investment is, practically, in all Peruvian economy sectors



Destino de inversiones Investments' destination

Arequipa es tierra de volcanes, y por sus suelos productivos y paisajes incomparables, polo de desarrollo de la zona sur del Perú. En él confluyen una serie de actividades que significan progreso y desarrollo humano.

En la denominada Ciudad Blanca se puede invertir prácticamente en todos los sectores: agrícola, pecuario, minero, pesquero y turístico. Esta combinación la posiciona entre las regiones más prósperas y con mayor proyección de desarrollo. Por ejemplo en 2007 produjo 365,432 toneladas de cebolla, 226,229 de papa y 216,231 de arroz, además produce caña de azúcar, ajo y maíz amiláceo. Y existen ingentes hectáreas de tierras cultivables para ampliar la frontera agrícola.

En el sector pecuario, las inversiones también rindieron sus frutos: produjo 361,192 litros de leche y 60,093 toneladas de carne de ave. En minería des-

taó su producción de plata, oro, cobre y zinc. Igualmente, las puertas están abiertas para la inversión turística ya que es altamente reconocido el potencial de Arequipa como destino para el turismo de aventura y gastronómico.

Arequipa is a land of volcanoes, and due to its productive soils and unique landscapes, is also a development point of the southern of Peru. In it, a series of activities, which mean progress and human development, converge.

In the so called Ciudad Blanca is possible to invest practically in all the sectors: agricultural, livestock, mining, fishing and touristic. This combination puts Arequipa between the most prosperous and with great development expectation regions. For example, in 2007 it produced 365,432 tons of onion, 226,229 of potato and 216,231 of rice. It also produces sugar cane, garlic and amylaceous corn. It has vast hectares of arable lands to extend the agricultural border.

In the livestock sector, the investments also showed good results: it produced 361,192 liters of milk and 60,093 tons of poultry meat. As for mining, the production of silver, gold, copper and zinc stood out. Therefore, the doors are open for touristic investments, since Arequipa's potential as destination for adventure and gastronomic tourism are highly renowned.



Campaña encantada Enchanted fields

Arequipa posee lo más cálido de la costa y lo más exótico de la sierra. Amalgama perfecta para brindar al mundo una serie de atractivos incomparables que sorprenden a los visitantes y los encandilan con la idea del retorno.

Empezando por su extensa franja costera Arequipa ofrece la tranquilidad del paraíso en playas como Camaná, Chala, Mollendo y Quilca, además de un sinnúmero de playas solitarias por conquistar.

Los atractivos para los amantes de los deportes de aventura sobran: cañón del Colca, valle de Majes, valle de los Volcanes, Santuario Nacional de Lagunas de Mejía, cuevas de Sumbay, Bosque de Piedras de Imata. Igualmente, ofrece iglesias y conventos con aroma de siglos, lugares relajantes como los Baños Termales de Yura y Sabandía, además de una ciudad mezcla de modernidad, campiña y tradición. Todo ello bajo los

designios del volcán Misti, amo y señor de Arequipa.

Arequipa owns the warmest of the coast and the most exotic of the highlands. Is the perfect fusion to offer the world a series of unique attractions that surprise tourists and fascinate them with the idea of the return.

Beginning for its extensive coast strip, Arequipa offers peace of paradise in beaches as Camaná, Chala, Mollendo and Quilca, in addition to an endless number of solitary beaches to explore.

There are plenty of attractions for adventure-sport lovers: Cañón del Colca, Majes and Volcanes valleys, the Santuario Nacional de Lagunas de Mejía, Sumbay caves, the Bosque de Piedras de Imata. It also offers churches and convents with an antique touch, and relaxing places like the Baños Termales of Yura and Sabandía. All located in a city where modernity, nature and tradition are combined, and under the scheme of the Misti volcano, owner and master of Arequipa.

Arequipa exportador Arequipa as exporter

La pesca y la minería representan aproximadamente el 75% del valor exportado de esta región. Sin embargo, son los productos lácteos los que la distinguen del resto del país: el 80% de la leche que se exporta es de Arequipa.

En términos generales, las ventas al exterior de las empresas ubicadas en la región Arequipa, se incrementaron 147% durante el 2007, recaudando dos millones 59 mil 549 soles, equivalente al 7.47% del monto reunido por las exportaciones a nivel nacional.

Otros cuatro productos agroexportables de reconocido prestigio son el ajo, la cebolla, la páprika y la cochinilla que tiene a EEUU, Chile, Ecuador, Brasil y Espa-

tación. Es más el 80% de esta fibra se exporta directamente a países de Europa.

The fishing and the mining represent approximately 75% of this region's exported value. Nevertheless, the dairy products are the ones that distinguish Arequipa from the rest of the country: 80% of the exported milk comes from Arequipa.

In general terms, the exports made by companies located in Arequipa, increased by 147% during 2007, totalizing 2 million 59 thousand 549 nuevos soles, equivalent to 7.47% of the total amount generated by nationwide exports. The other four agroexportable products of renowned prestige are: the garlic, onion, paprika and the woodlouse that has the USA, Chile, Ecuador, Brazil and Spain as its principal markets.

As for the textile sector, the alpaca fi-



ña como principales mercados.

En cuanto al sector textil la fibra de alpaca es la más requerida para su exportación.

ber is most popular for its exportation; in fact, more than 80% of this fiber is exported directly to European countries.



Europa en la mira

Europe on the target

“Exportadores deben aprovechar al máximo beneficios arancelarios para exportar a Europa”, afirma el vicescanciller Gonzalo Gutiérrez

“Exporters must make the most of the tariff benefits if they want to export to Europe”, affirms the Vice-chancellor Gonzalo Gutiérrez



*Vicescanciller Gonzalo Gutiérrez apuesta por diversificar el mercado de las exportaciones en la UE.
Vice-chancellor Gonzalo Gutiérrez banks on diversifying the exports market in the EU.*

Desde la perspectiva de los exportadores, ¿cómo se debe mirar el ALC-UE?

A raíz de la vinculación ALC-UE, países como el Perú tienen grandes beneficios arancelarios. Hoy en día existe el

denominado Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+), que posibilita que el Perú pueda exportar a Europa, durante diez años, prácticamente todo el universo arancelario a 0% de tarifas. Eso es algo de lo que casi nadie habla

cuando se refieren a la V Cumbre.

Actualmente, ¿qué porcentaje del SGP+ se está usando?

La última información que tengo, es que el Perú está usando solo el 15%

de todas las oportunidades que brinda el SGP+ a los países andinos. Yo creo que los exportadores peruanos deberían hacer un esfuerzo para focalizar mucho más la posibilidad que tenemos para exportar a cero aranceles a Europa.

¿Por qué se desaprovecha con ese porcentaje tan reducido?

Yo tengo una explicación personal que no necesariamente es muy científica: creo que los exportadores peruanos están muy acostumbrados a ciertos mercados, particularmente, al mercado de los Estados Unidos, que ha sido el mercado natural. Eso no ha permitido buscar oportunidades en Europa. Lo que tienen que hacer los exportadores, es ver cómo replican su experiencia de exportar a Estados Unidos y aplicarlo en Europa.

De pronto, el mercado europeo es mucho más exigente; por ejemplo, en calidad.

Podríamos decir que es más exigente en lo que a algunos estándares de medio ambiente, estándares sanitarios y fitosanitarios se refiere pero, al mismo tiempo, tenemos que considerar que son 27 países con un estándar homogéneo. Si cumplimos con uno, cumplimos con los 27. Esa es una ventaja que debemos aprovechar.

La UE, como compradora de productos, ¿qué tan buena cliente es?

Yo creo que el mercado europeo es un mercado sofisticado, con un alto nivel de ingresos y muchos de los productos peruanos pueden tener una colocación muy interesante. Pensemos, por ejemplo, en los textiles. El Perú no compite en el nicho de textiles de bajo precio. Compite en un nivel intermedio o alto. Ese posicionamiento bien puede focalizarse en Europa. Allí, los productos peruanos tienen una gran llegada, pero creo podría ser mucho más.

Asistencia europea

¿Qué tipo de ayuda brinda la UE a empresas que exportan a esos países?

Uno muy concreto y que tiene que ver con la misma Secretaría de la UE: el *Help Desk*. A través de esta herramienta, los exportadores pueden enterarse



*Textiles peruanos pueden tener gran acogida en Europa.
Peruvian textiles can have great reception in Europe.*

de cuáles son los requerimientos en materia sanitaria, fitosanitaria, características de calidad, embalaje, utilización de madera que haya sido tratada, etc.

¿Y a nivel de países?

Le cuento lo más reciente: hace algunos días el viceministro de Comercio Exterior, Eduardo Ferreyros, y yo, tuvimos una reunión con representantes de la Agencia Holandesa de Promoción de las Importaciones que se encarga de identificar países con potencialidad para ingresar al mercado holandés. Estamos empezando a trabajar con ellos de tal manera que las exportaciones peruanas puedan ingresar más rápido al mercado holandés.

¿Cuáles son los siguientes pasos en este apoyo a los exportadores?

Estamos desarrollando un sistema con el apoyo del Banco Mundial para captar información sobre la promoción de exportaciones que pueda ser transmitida de forma rápida desde los mercados de demanda hacia los exportadores. Ya

está casi concluido el establecimiento de esta red informática. Sin ofender, esto no es para las grandes empresas, porque ellos tienen potencial para acceder a estos datos. Esta inteligencia de mercado está destinada a pequeñas y a medianas empresas.

Y en el caso particular de la Cancillería, ¿qué tipo de apoyo se brinda?

Tenemos 118 agencias en el mundo. Allí hay funcionarios que ayudan a colocar productos en los 118 mercados y en los que concurrentemente participan en ellos. No hay ningún otro sector de la administración pública que tenga esa capacidad de apoyar al sector exportador.

From the exporters' point of view: how do we have to conceive the ALC-UE?

Since the ALC-UE outreach, countries like Peru have big tariff benefits. Nowadays, it exists the Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+), which allows Peru to export practically the whole tariff universe to Europe at 0%



Más productos agroindustriales pueden ingresar a la UE gracias al Help Desk.
More agro-industrial products can enter into the EU thanks to Help Desk.

of tariffs for ten years. This is something people hardly ever talk about when they refer to the V Summit.

At present: what percentage of the SGP+ is being used?

The last information I have, is that Peru is using only 15% of all the opportunities that SGP+ offers to the Andean countries. I believe that Peruvian exporters should make an effort to focus more on the possibility that we have to export to Europe at zero tariffs.

Why are we missing this opportunity with such reduced percentage?

I have a personal explanation that is not necessarily very scientific: I think that Peruvian exporters are very used to certain markets, especially, the United States market, which has been the natural market. That fact has not allowed us to look for opportunities in

Europe. What the exporters must do is to see how they reply about their experience of exporting to the United States and then apply it in Europe.

Suddenly, the European market is much more demanding; for example, as for quality.

We might say that it is more demanding regarding some environment, sanitary and phytosanitary standards, but, at the same time, we have to consider that are 27 the countries with a homogeneous standard. If we fulfill with one, we must do it with all the 27. That is the advantage we have to exploit.

The EU, as a products' buyer: how good client is it?

I believe that the European market is sophisticated; with a high-income level; therefore, I think Peruvian products can have a very interesting reception. Let's

think, for example, about textiles. Peru does not compete in the low-price textile area. It competes in an intermediate or high level. That position can be well centered in Europe. There, Peruvian products are very well received, but I think it could be better.

European support

What type of help does the EU offer to companies that export to these countries?

A very concrete type and which has to do with the EU's Secretary itself: Help Desk. Through this tool, exporters can find out about the requirements needed as for sanitary and phytosanitary matters, quality characteristics, packing, use of the treated wood, etc.

And at a country level?

Let me tell you the latest: some days ago the Foreign Trade Vice-minister, Eduardo Ferreyros, and I, had a meeting with representatives of the Dutch Agency for the Promotion of Imports, which is in charge of identifying countries with potential to enter into the Dutch market. We are starting working with them in a way so that Peruvian exports can enter faster into the Dutch market.

What are the next steps to keep supporting the exporters?

We are developing a system, with the support of the World Bank, to receive information about the promotion of exports, which will be transmitted quickly from the demand markets towards the exporters. The establishment of this computer network is almost concluded. However, and with no intention to offend, this is not for the big companies, because they already have the power to access to this information. This market intelligence is destined to small and medium companies.

And in the particular Chancellery case: what type of support is offered?

We have 118 agencies in the world, comprised by officials who help to place products throughout the 118 markets and in which, occasionally, they take part. There is not another public administration sector that has such ability to support the exporting sector.

En el Perú, son cada vez más las empresas que se suman a la práctica o el desarrollo de programas y proyectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Y es que se entiende cada vez más que ser socialmente responsable no es una opción altruista, sino que, es parte de una visión moderna de gestión empresarial, que concibe a la empresa como un agente social de cambio.

“La RSE en nuestro país ha pasado por diversas etapas, desde conceptos de filantropía hasta la adopción de prácticas, políticas y programas en diversas empresas”, detalla el profesor Pedro Franco, de la Universidad del Pacífico.

La importancia que hoy tiene la RSE, se plasmó en la Primera Reunión de

La educación es una de las prioridades para las empresas responsables.
Education is one of the responsible companies' priorities.

Ejemplos responsables

Worthy models

El compromiso social es un activo que caracteriza la buena gestión de las empresas

Social commitment is an asset that guarantees companies' good management

Altos Funcionarios y Reuniones Relacionadas de APEC, en la que se acordó que, durante todo el año, se promueva el tema de la Responsabilidad Social Cor-

porativa (RSC) como prioritario en la agenda institucional. Fue precisamente el Perú quien introdujo el tema de RSC y la importancia del sector privado en el



desarrollo de este rubro.

Apuesta con futuro

Una de las empresas pioneras en gestión empresarial con proyección social, es la AFP Profuturo que, desde el 2004, trabaja un proyecto de inclusión social con Unicef. El proyecto Huasaq Cusco engloba la protección de los derechos del niño, de la educación bilingüe, de la maternidad segura y de la nutrición infantil.

Lo que empezó como una modesta intervención en cuatro comunidades cusqueñas, hoy incluye a 18 000 personas, de las cuales 7 500 son niños de 69 comunidades. Un factor clave en el sostenimiento del proyecto original –hoy ampliado hasta el 2010–, fue la incorporación de los gobiernos locales.

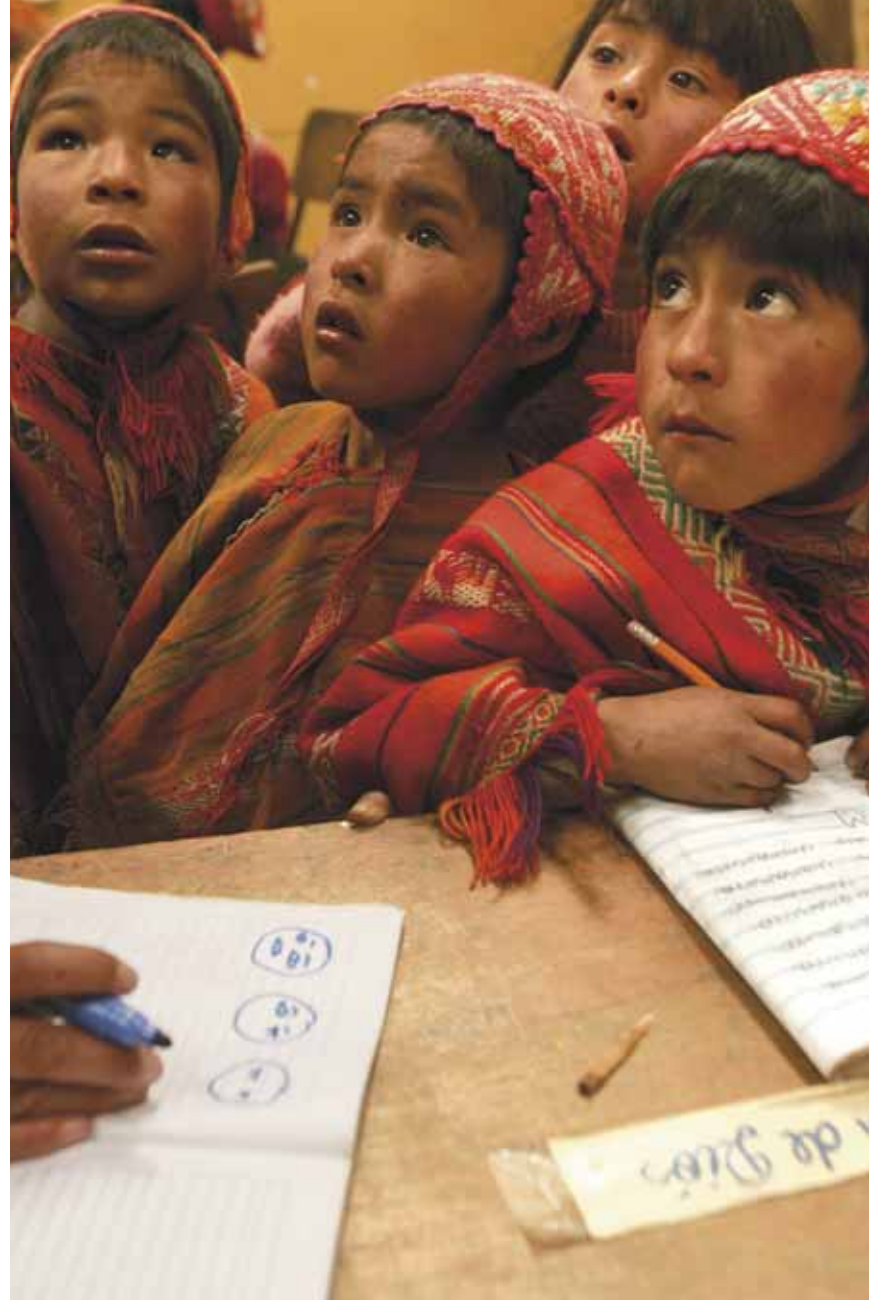
“Nuestra apuesta es lograr que este proyecto se convierta en un modelo de intervención que se pueda replicar en otras comunidades, promoviendo la participación activa de los pobladores e instituciones para asegurarles un futuro próspero”, señala Mariano Paz Soldán Franco, Líder Estratégico Central. Los proyectos sociales de esta AFP (incluyendo el programa de voluntariado TuYo), están enmarcados dentro de ProFuturo Acción Social.

Abriendo puertas

Para el Grupo BBVA, Banco Continental, su visión de RSE está plasmada en un proyecto regional establecido en los países donde tienen presencia. El tema eje de su compromiso social es la educación, que es considerado puerta de acceso al desarrollo integral de la persona.

“Cada país ha seleccionado un tema prioritario dentro de ese enfoque educativo de nuestra gestión social y, en el caso del Perú, decidimos mejorar los niveles de comprensión de lectura, que es un obstáculo para el desarrollo integral de las personas”, detalla Carlo Reyes, gerente de la Fundación BBVA.

Así nació el programa “Leer es estar adelante”, planificado el 2007, en alian-



La gestión empresarial responsable beneficia a pobladores andinos.
The responsible managerial administration benefits andean inhabitants.

za con el Ministerio de Educación y los gobiernos regionales de Arequipa, de Ayacucho, de Lima, de Loreto y de Piura. Su objetivo es mejorar la comprensión lectora de 13 824 escolares de escuelas públicas, del 3º al 6º años de primaria. Igualmente, capacitar a 555 docentes para la enseñanza de la lectura comprensiva, a través de talleres presenciales y de módulos virtuales por medio de una página web.

La fortaleza de este programa reside en el enfoque de cada región, como un espacio con identidad y cultura propia, reflejados en los textos editados para el programa.

In Peru, there are more and more companies that join the practice or development of Social Managerial Responsibility (RSE) programs and projects. Every day, we understand better that being socially responsible is not an altruistic option, but a part of a modern vision of managerial administration, which conceives the company as a social agent of change.

“In our country, the RSE has undergone different stages, from philanthropy concepts to the implementation of practices, policies and programs in different companies”, details the professor of the Universidad del Pacífico, Pedro Franco.

Today’s RSE importance was expressed in the First Top Officials Meeting and APEC-related Meetings. There, it was agreed to promote the Social Corporate Responsibility (RSC) topic, for an entire year, as part of the foremost priorities of the institutional agenda. In fact, it was Peru who introduced the RSC topic as well as the private sector significance in the development of this area.

A bet with bright future

One of the first managerial-with-social projection administration companies is AFP ProFuturo which, since 2004, is working in a social inclusion project with the support of Unicef. The Huasaq Cusco project includes the protection of the children’s rights, the bilingual education, the safe maternity and the protection of the children’s nutrition.

What began as a modest intervention in four communities of Cusco, today includes 18 000 persons, of whom 7 500 are children of 69 communities. A

key factor in the support of the original project – today extended up to the year 2010–, was the incorporation of the local governments.

“Our goal is to make this project to become into an intervention model that could be applied in other communities, by promoting the inhabitants’ and institutions’ active participation in order to assure them a prosperous future”, points out Mariano Paz Soldán Franco, Strategic Central Leader. This AFP’s social projects (including the volunteering program TuYo), are formulated within ProFuturo Acción Social.

Opening the doors

For the group BBVA, Banco Continental, its RSE vision is centered in a regional project established in the countries where they have participation. The main topic of their social commitment is education, topic considered as an access gate to a person’s integral development.

“Every country has selected a priority topic within this educational approach of our social management and, in case of Peru, we decide to improve the reading comprehension levels, which represents an obstacle for the people’s integral development”, explains Carlo Reyes, manager of the Fundación BBVA.

This way was created the program “Leer es estar adelante”, planned on 2007, in alliance with the Ministry of Education and the regional governments of Arequipa, Ayacucho, Lima, Loreto and Piura. Its objective is to improve the reading comprehension of 13 824 public school students, from the 3rd to the 6th years of primary studies. Likewise, to train 555 teachers for the comprehensive reading teaching, through on-site workshops and on-line modules thanks to a web page.

The strength of this program relies on every region’s approach, as a space with identity and proper culture, both reflected in the edited texts for the program.



Ambiente exclusivo y acogedor donde podrá disfrutar de las finas creaciones de nuestro chef Francesco Manzone, con sus variadas especialidades que tienen un sabor mediterráneo único con un toque de fusión de cocina griega, marroquí, española, italiana y francesa, teniendo una variada carta de carnes, pescados y pastas, así como deliciosos postres.

LA LOCANDA del Swissôtel Lima

Atención: Lunes a sábado de 12:30 a 15:30 hrs. y de 19:00 a 23:00 hrs.
Domingo: Brunch dominical de 12:30 a 16:00 hrs.

• EL sommelier Miguel Andrade presenta una variada carta de vinos seleccionados con los exclusivos viñedos.

TRAYECTORIA del Chef Francesco Manzone

Estudió en Italia y su especialización como chef lo realizó en Suiza (Gewerblichesschule, St. Gallen SG). Tras una larga trayectoria como chef en diversos países de Europa y Estados Unidos, obtuvo el Award Five Diamond (Ritz Carlton U.S.A.)

CHEF FRANCESCO Recomienda:

- Calamari al Chioggiotto
- Corvina Genovese
- Cosentino
- Marsigliese
- Zuppa La Locanda
- Ophelia
- Canelloni di Francesco
- Dolce La Locanda
- Italo

swissôtel LIMA
Informes y Reservas: 421-4400 anexo 2108
Vía Central 150 - Centro Empresarial Real - San Isidro



*Ministra Mercedes Araoz: las cumbres nos pondrán en la vitrina mundial.
Minister Mercedes Araoz: "Summits will place us in the world shop window".*

Cultura del cariño

Fondness culture

Titular del Mincetur, Mercedes Aráoz, analiza el rol de la mujer en la economía y plantea fórmulas para impulsar el turismo en un año de cumbres

Head of Mincetur, Mercedes Aráoz, analyzes the woman role within economy and makes suggestions to promote the tourism in this summits' year

¿Qué le dejó Perú Moda?
Nunca se había hecho un evento tan grande. Participaron 500 expositores de doce regiones del país que mostraron desde la fabricación de hilados hasta la última prenda textil en

algodón y en fibra de camélidos; accesorios, calzado, carteras, joyerías.

A nivel mundial, ¿ya se habla de un estilo Perú?

Todavía no, pero ya ha comenzado a

generarse este estilo. Justamente, en Perú Moda estuve conversando con algunos diseñadores para impulsar la marca Perú. Ya hay una movida en ese sentido. Así como comenzó el posicionamiento de la gastronomía, está empezando a tener reconocimiento el diseño peruano. Por eso, las grandes revistas de moda nos están visitando.

Textiles y confecciones son sinónimo de exportación. ¿Cuál es el rol de las mujeres en esta actividad?

La exportación es una herramienta de desarrollo. De hecho, hay muchísimas mujeres involucradas en el tema moda, que van desde las artesanas hasta las diseñadoras. Realmente, es impresionante la participación de la mano de obra femenina y la contribución que hace con su creatividad.

¿Cómo ve el panorama luego de la reunión de APEC, en Arequipa?

Esperamos que al final de esta cumbre se haya logrado promover la presencia

de las mujeres empresarias exportadoras en el mercado APEC. Esperamos que se fortalezcan las capacidades para las exportaciones en las mujeres del Asia Pacífico, así como el intercambio de experiencias y buenas prácticas en las mujeres exportadoras.

En general, ¿cuál es la participación de la mujer en la economía peruana?

Las mujeres tienen cada vez más responsabilidad. Comenzando por la familia, llevan la economía del hogar. En la manufactura, también hay mucho arrastre de mano de obra femenina y, en muchos casos, el hecho de estar introduciendo más productos agrícolas al mercado, es un elemento interesante que jala mucha mano de obra femenina.

Inversión en turismo

Recientemente, anunció una inversión de mil millones de dólares en el sector turismo. ¿En qué invertir?

En hotelería, restaurantes y, también, en centros de convenciones. También va a haber inversiones en infraestructura física para la conectividad, tanto en aeropuertos como en puertos. Ya en el puerto de Pisco, por ejemplo, están llegando cruceros que van directo a Paracas. Se está hablando muchísimo de hoteles en la zona norte. De allí la importancia de lo que el presidente Alan García ha llamado la Carretera del Sol, entre Trujillo y Piura. El entusiasmo sobre los inversionistas no es en vano. Ya el año pasado hubo una señal interesante: vinieron 200 millones de dólares.

¿Dónde recomendaría invertir?

Las zonas que tienen mayor potencial y no son tan caras para empezar a invertir, son la zona noramazónica y el centro. Trabajaría algunas zonas del sur. El Cusco siempre es un atractivo interesante, pero sus alrededores también, como Apurímac, Puno, Arequipa. Madre de Dios. Igualmente, se puede desarrollar la otra entrada de Choquequirao, por el Apurímac, que tiene unos cañones tan interesantes como el cañón del Colca.

¿Cómo marcha la puesta en valor de algunos destinos?

Estamos trabajando mucho en la pue-

ta en valor de monumentos históricos, porque también es necesario eso. Uno de los proyectos que estamos lanzando, es mayor inversión en Kuélap, Chachapoyas. Esas zonas se están convirtiendo en un nuevo foco de atracción importante que puede ser complementaria al viaje a Machu Picchu.

Este año de cumbres, ¿es la oportunidad esperada para ponernos en la vitrina mundial?

Yo te cuento mi experiencia en relación al APEC de turismo que tuvimos en Lima. Hasta ahora me siguen escribiendo que están impresionados, quieren regresar, que lo que apreciaron no solo

fue historia, cultura, comida, sino, la hospitalidad de la gente, el cariño. Eso es lo que tenemos. Qué importante que nos traten así, creo que en eso tenemos que seguir trabajando, en la cultura de cariño al visitante.

What was your impression about Perú Moda?

It was a big event that was never done before. Five hundred exhibitors from twelve regions of the country participated and exhibited from the yarn manufacture to the last cotton and camelids fiber textile clothing; as well as accessories, footwear, purses and jewelry.



Hay muchísimas mujeres involucradas en el impulso de la moda.

There are a lot of women involved in the fashion promotion.



On a global scale: Can we talk about a Peru style?

Not yet, but that style has begun to emerge. In fact, in Perú Moda I had the opportunity to talk to some designers to promote the brand Perú. Actually, there are advances in that sense. In the same way the gastronomy positioning began, the Peruvian design is starting to gain recognition. That's why the big fashion magazines are visiting us.

Textiles and tailoring are synonymous with exportation. What is the women role in this activity?

The exportation is a development tool. In fact, there are many women involved in the fashion topic, from artisans to designers. It is really impressive the women labour participation as well as the contribution they make with their creativity.

How do you see the panorama after the APEC meeting held in Arequipa?

We hope to attain the promotion of the exporting businesswomen participation within the APEC market after this summit. We also hope to strengthen the exports' abilities for the Asia-Pacific women, as well as the exchange of experiences and good practices among the exporting women.

In general terms: what is the woman's participation within the Peruvian economy?

Nowadays, women have more responsibility. Starting with the family, they are in charge of the house's economy. In the manufacturing sector, there is also a strong women labour and, in many cases, the fact of introducing more agricultural products into the market, is an interesting element that needs huge women labour.

Investment in tourism

Recently, you announced a billion-dollar investment for the tourism sector. What to invest in?

In hotels, restaurants and in convention centers. There are also going to be investments in physical infrastructure for connectivity, in both airports and ports. In the port of Pisco, for example, cruises

that go directly to Paracas are already arriving. I have heard a lot about hotels in the northern zone.

From that, the importance of what the president Alan García has named as the Carretera del Sol, between Trujillo and Piura. The enthusiasm over investors is

What is the situation of the enhancement of some destinations?

We are working so hard in the historical monuments enhancement, because we need to. One of the projects we are promoting is a larger investment in Kuélap, Chachapoyas. These zones are turning into a new important attraction center



Las mujeres participan activamente en la economía peruana. The women play an active role in the peruvian economy.

not in vain. Last year we were given an interesting sign: 200 million dollars.

Where would you recommend to invest in?

The zones with great potential and which do not demand large investments, are the nor-Amazon and Center zones. I would work in some southern zones too. Cusco is always an interesting attraction, as well as its surroundings such as Apurímac, Puno, Arequipa, Madre de Dios. Likewise, it is possible to develop the other Choquequirao entrance, through Apurímac, which has interesting cannons as the Colca cannon.

that can be matched with the trip to Machu Picchu.

This year of summits: is it the expected opportunity to place ourselves in the world shop window?

Let me tell you my personal experience in relation to the APEC of tourism we had in Lima. They are still writing me about how impressed they are, how badly they want to return, and that what they appreciated here was not only history, culture, and food, but also the people's hospitality, their fondness. That's us. How important is to be treated this way; therefore, I believe we have to keep working on that: fondness-to-the-visitor culture.

Universidad Inca Garcilaso de la Vega

Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

43

AÑOS FORMANDO PROFESIONALES

Únete a Garcilaso porque la diferencia está en la exigencia

Carreras Profesionales

- Administración
- Economía
- Ciencias Contables
- Ciencias de la Comunicación
- Turismo y Hotelería
- Derecho
- Ciencia Política
- Farmacia y Bioquímica
- Enfermería
- Educación
- Ingeniería Administrativa
- Ingeniería Industrial
- Psicología
- Trabajo Social
- Ingeniería de Sistemas y Cómputo
- Ingeniería de Telecomunicaciones
- Estomatología

Maestrías

- Ciencias Sociales
- Ciencias de la Salud
- Ciencias
- Educación
- Derecho y Ciencia Política
- Ciencias Empresariales y de la Gestión

Doctorados

- Administración
- Contabilidad
- Economía
- Derecho
- Educación
- Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible
- Psicología
- Salud Pública
- Estomatología

Segunda Especialización

- Cirugía Bucal Máxilo Facial
- Periodoncia
- Ortodoncia
- Ortodoncia y Ortopedia Maxilar

Informes e Inscripciones

Oficina de Admisión:
 Av. San Felipe 890 - Jesús María
 Teléfonos: 460 - 2976 / 460 - 1586 / 471 - 1748
 Anexos 1167 / 1168

www.uigv.edu.pe

Hertz

¡Descubra el Perú con nosotros!

Oficinas en Lima

Calle Cantuarias 160 Miraflores
 Telf.: (511) 445-5716
 Av. Salaverry 2599 San Isidro
 Telf.: (511) 421-0282
 Aeropuerto Jorge Chávez
 (24 horas / 365 días)
 Terminal Nacional:
 Telf.: (511) 517-1831
 Terminal Internacional:
 Telf.: (511) 517-2402 / 9819-2282
 E-mail: reservas.hertz@inkasrac.com

Central de Reservas
 (511) 447-2129
www.inkasrac.com

14 EXPORTAR



*Producir para exportar es el lema de una nueva generación de mujeres.
Produce to export is the new women's generation motto.*

En el gran mercado

In the big market

Cada vez hay más mujeres que venden sus productos a compradores internacionales

Nowadays, there are more and more women selling their products to international buyers

Trás quedaron los tiempos donde la mujer no participaba en el ámbito de los negocios por dedicarse exclusivamente a labores cotidianas del hogar. Hoy, muchas de ellas son el sustento de sus familias y comparten labores propias de su condición de amas de casa con obligaciones empresariales.

Del Perú para el mundo

A sus 25 años, Frida Yaros Arévalo es un claro ejemplo de éxito. Hace 18 años llegó a la capital desde su natal Hua-

manga (Ayacucho), junto a sus padres para buscar un futuro mejor, sin imaginar que llegaría a tener su empresa, Perú Export Group S.A.C., que produce y exporta sandalias a Bolivia, a Ecuador, a Panamá y, a través de intermediarios, a EE.UU.

En el caso de Frida, el ser madre no ha sido un impedimento para poder alcanzar sus metas. Es más, afirma que el nacimiento de su hijo la impulsó a continuar el negocio de sus progenitores y que, gracias a sus estudios en Ceadex,

está capacitada para la exportación y la producción de las tres marcas propias de sandalias que hasta el momento tiene: Pentha, Kiel y Husa.

Solo en marzo, exportó 20 000 unidades a Canadá y 15 000 a Ecuador, mientras en el mercado peruano sus ventas alcanzan alrededor de 45 000 soles diarios, por su gran distribución en todos los departamentos.

Casa de cartón

En la ciudad de Tacna, Gladys Aca-

ya ha hecho del cartón un negocio tan productivo, que ha logrado exportar a Chile. Su empresa, llamada Centro del Papel Harold Bryan (CEPA HB), recupera, acopia y exporta papeles, cartones y plásticos al vecino país sureño.

Antes del año 2000, Gladys había comenzado a venderle a empresas de Lima, pero dice que el trato era muy malo, por eso contactó con una empresa chilena y empezó a exportar de esta manera.

La empresa de Gladys Acaya exporta, mensualmente, 120 toneladas de papel y cartón a dos empresas. Su deseo es poder llegar a las 200 toneladas, algo para lo que se viene preparando. Por lo pronto, está ampliando su red de proveedores hasta Arequipa.

Esta idea de negocio da trabajo a más de 200 recolectores en el sur peruano, lo que constituye un orgullo de Acaya pero, sobre todo, ha permitido que ella crezca no solo como mujer sino, también, como empresaria.

De otro lado, en el caso de las confecciones (según el Mincetur), la participación de la mujer empresaria exportadora en el 2007 fue del 32%, y en

*Mujeres exportadoras en APEC Arequipa.
Exporting women in APEC Arequipa.*

artesánías representó un 45%. La exportación puede hacerse directamente hacia las pequeñas empresas o tiendas, en los mercados internacionales. O de manera indirecta, mediante la provisión de insumos y bienes terminados a las empresas que ya están exportando.

Back in time, women did not take part in the business field; instead, they devoted themselves exclusively to the daily housework. Today, those times remain in the past, and many women are the support of their families. They share labors, proper of their housewives' condition, along with managerial obligations.

From Peru to the world

At her 25 years, Frida Yaros Arévalo is a plain example of success. She arrived at the capital with her parents 18 years ago. She came from her native province Huamanga (Ayacucho) to look for a better future, without imagining that she would go so far as to have her own company, Peru Export Group S.A.C., which produces and exports sandals to Bolivia, Ecuador, Panama and, through intermediaries, to the USA.

In Frida's case, being a mother has not been an impediment to reach her goals.

In fact, she affirms that her son's birth impelled her to carry on with her parents' business. Furthermore, she says that, thanks to her studies at Ceadex, she is qualified for the exportation and production of the three own-brand sandals she owns so far: Pentha, Kiel and Husa.

In March only, the company exported 20 000 sandals to Canada and 15 000 to Ecuador. Within the Peruvian market its sales reaches about 45 000 soles per day, due to their great distribution in all the departments.

Cardboard house

In the city of Tacna, Gladys Acaya has made cardboard such a productive business, that she has attained to export it to Chile. Her company, Centro del Papel Harold Bryan (CEPA HB), restores, gathers and exports paper, cardboard and plastic to our neighboring southern country.

Before the year 2000, Gladys had begun to sell her products to companies in Lima, but she said they did not treat her properly; therefore, she contacted a Chilean company, thus, starting to export.

The company of Gladys Acaya exports, monthly, 120 tons of paper and cardboard to two companies. Her wish is to reach the 200 tons, something she is preparing for. In the meantime, she is expanding her suppliers' network up to Arequipa.

On one hand, this idea of business gives employment to more than 200 collectors in the Peruvian south, which stands for pride to Acaya, especially, because this has allowed her to grow not only as a woman but also as a businesswoman.

On the other hand, in the case of tailoring (according to Mincetur), the participation of the exporting businesswoman was 32% in 2007, while in handicrafts it represented 45%. The exportation can be made directly to the small enterprises or shops, in the international markets; or indirectly, through the supply of raw materials and finished goods to the companies that they are already exporting.



Avance femenino

Feminine revolution

Cuando el profesionalismo no depende del género

When professionalism is not a matter of genre



ayuda a desterrar la creencia de que una mujer no puede ejercer un cargo de alta responsabilidad. Ella es la primera gerenta de un hipermercado en el Perú. Trabaja en Tottus Atocongo, uno de los siete locales que tiene la empresa en Lima, y tiene a su cargo a 440 personas.

Huarcaya cuenta que estuvo en la empresa desde sus inicios, en 2002. Por su buen desempeño, fue ascendiendo y, hace dos años, asumió la gerencia, ante el asombro de algunos jefes. Ellos le decían que era imposible que una mujer fuera gerente de tienda, simplemente, por el hecho de ser mujer. “Consideraban que una mujer no tendría la responsabilidad suficiente ni cumpliría los horarios que demandaba el cargo”, cuenta.

Basadre añade que la mujer de hoy es mucho más competitiva: “Lo que nosotros vemos, es que las mujeres están desarrollando más capacidades y potencialidades. Ahora hay más oportunidades para ingresar al mercado y generar ingresos económicos”.

Habilidades distintas

Si bien las habilidades de cada persona son esenciales para determinar su progreso dentro del ámbito empresarial, existen percepciones acerca de lo que una mujer puede ofrecer como lideresa.



Para José Antonio La Rosa, director general de la organización Supera, las mujeres tienen mayores facilidades para la negociación y para la comunicación, además de desarrollar una mayor capacidad de escucha activa.

El avance en el liderazgo femenino empresarial se constata por el gran número de estudiantes mujeres de MBA en universidades peruanas y extranjeras. Esta tendencia demuestra que las mujeres se preocupan por crecer en su formación

En el mundo empresarial, basta mencionar los nombres de Susana de la Puente e Inés Temple, para saber que se está hablando de dos mujeres de éxito y dos casos emblemáticos de liderazgo femenino.

No obstante, en el campo laboral aún están lejanos los días en que reinará la igualdad de oportunidades tanto para varones como para mujeres.

Cambios positivos

Patricia Basadre es jefa corporativa del área social de la minera Pan American Silver. Tiene diez años trabajando en esa

empresa y, basada en su experiencia, afirma que en el sector minero la idiosincrasia de la gente ha cambiado: “Hasta hace algunos años no se permitía el ingreso de una mujer al socavón. Ahora tenemos geólogas e ingenieras de minas que ingresan a realizar sus tareas a las entrañas de la mina. Y ya se ha desterrado el mito del muki, según el cual, el ingreso de una mujer al socavón provocaba accidentes”.

Del mismo modo, Carmen Huarcaya

para aspirar a puestos de vanguardia en sus lugares de trabajo. Patricia Basadre y Carmen Huarcaya son claros ejemplos de este cambio.

Within the managerial world, it is enough to mention the names of Susana de la Puente and Inés Temple, to know that you are talking about two successful women and two emblematic cases of feminine leadership.

Nevertheless, in the working sphere, the days in which men's and women's equality of opportunities will reign are still remote.

Positive changes

Patricia Basadre is the corporate chief of the social area in the Pan American Silver's mine. She has been working for ten years within that company and, based on her experience, she affirms that people's idiosyncrasy has changed as for the mining sector: “Some years ago the access to a mine's hole was not allowed for a woman. Now we have female mine geologists and engineers who carry out

their tasks in the mine's innards. And the muki myth, according to which, the access of a woman into a mine hole was causing accidents, has been banished.

In the same way, Carmen Huarcaya helps to dissipate the belief that a woman cannot practise a high-responsibility job. She is the first manager of a multi-department store in Peru. She works at Tottus Atocongo, one of the seven branches the company has in Lima, and she is in charge of 440 employees.

Huarcaya recounts that she has worked in the company since its beginnings, in 2002. Due to her good performance, she was promoted, and two years ago, she assumed the management, for the astonishment of some chiefs. They told her it was impossible to be the store's manager simply for the fact of being a woman. “They thought that a woman would not be responsible enough or would not meet the schedules the job involved”, she says.

Basadre adds that nowadays women

are much more competitive: “What we see is that women are developing more abilities and potentialities. Now there are more opportunities to enter into the market and generate income”.

Different skills

Although the skills of every person are essential to determine his/her progress within the managerial sphere, there are perceptions about what a woman can offer as a leader.

For José Antonio La Rosa, CEO of the Supera organization, women are more skilled when negotiating and communicating; besides they have great active listening skills.

The advances within the feminine managerial leadership are confirmed by the large number of female MBA students in Peruvian and foreign universities. This trend reveals that women care about growing in their education in order to aim to top positions in their work places. Patricia Basadre and Carmen Huarcaya are plain examples of this change.



FOGAPI desde 1979, ha dado garantías por más de 1000 millones de dólares a la MYPE en sus operaciones de:

- ❖ Compras Estatales y Privadas.
- ❖ Crédito con Proveedores.
- ❖ Consultorías, Auditorías y Obras Públicas.



Apoya las operaciones de Comercio Exterior y por ende, al desarrollo económico y social del país.



Calle Las Camelias 530, San Isidro / Tlf.: 440 1589, 221 8646, 421 3139 Fax: 122 / www.fogapi.com.pe



La lucha contra la pobreza es una de las principales tareas que los países ponen como prioridad. Ofrecer acceso a los servicios básicos como empleo, educación y salud, es la meta de aquellos gobiernos preocupados por el progreso conjunto de la población.

Si bien, al cierre del año 2007, la pobreza en el Perú se redujo del 46 al 42%, este indicador aún es alto en comparación con los países de la Unión Europea (UE), que despierta admiración por lo bien planificado de sus programas sociales.

Modelo europeo

El ex canciller Manuel Rodríguez Cuadros define como una paradoja el hecho que el gasto social europeo sea superior al latinoamericano, pues se supone que los países más pobres son los que más dinero deben invertir en la lucha contra la pobreza: “Esto es sorprendente. En comparación con América Latina, casi todos los países de Europa destinan un porcentaje mayor de su PBI a los gastos sociales en servicios públicos. Son los casos de España y de Francia. Mientras la inversión promedio de los países de América Latina está entre el 3,2% y el 3,3% del PBI, en Europa el promedio es del 16%”.

La eficacia de los programas sociales también es mayor, pues son evaluados y monitoreados por un estado fuerte, organizado y con políticas públicas claras. Suiza, por ejemplo, cuenta con un seguro de desempleo de 2 600 dólares mensuales.

“Si una persona está desocupada, el Estado le paga ese sueldo mínimo durante dos años. Si en ese tiempo no consigue empleo, el Estado le ayuda a conseguirlo. En caso que rechace el trabajo, se le renueva el seguro, pero ya no se le da los 2 600 dólares, sino un 20% menos. Este sistema se aplica hasta que consiga empleo”, refiere el ex canciller.

Inversión duradera

Otra alternativa interesante para disminuir los niveles de pobreza, es el impul-



Enfoques diferentes

Different lines of action

En la lucha contra la pobreza, Europa tiene mucho para enseñar

In the struggle against poverty, Europe has a lot to teach

so de proyectos sostenibles. Un ejemplo de ello, es el Proyecto de Desarrollo La Libertad-Cajamarca (Prodelica), patrocinado por la Unión Europea. Durante los seis años de trabajo en el proyecto, se invirtieron 22 millones de nuevos soles en 417 proyectos sostenibles. Los beneficiados: 22 mil familias.

En palabras del jefe de la Delegación de la Comisión Europea en el Perú, Antonio Cardoso Mota, eso significa que se ha cumplido con los objetivos trazados.

Así, se contribuyó con el fortalecimiento de la economía de ambas regiones, se capacitó a pequeños y medianos empresarios, y se enseñó a los gobiernos locales a mejorar su gestión.

Rodríguez Cuadros puntualiza que es necesario que en el Perú se recupere la idea del bien público, en el sentido de planificar políticas de educación, de vivienda y de nutrición con una visión moderna, donde la empresa privada y el Estado cumplan sus funciones.

En la lucha contra la pobreza, el Perú tiene como uno de sus programas emblemáticos a JUNTOS, que actúa en 638 distritos de los 880 más pobres del país. No obstante, la experiencia europea es un modelo que se debe mirar con bastante atención.

The struggle against poverty is one of the most important tasks that countries set as priority. To offer access to the basic services as employment, education and health, is the goal of those governments concerned about the overall progress of the population.

Although, at the end of the year 2007, poverty in Peru reduced from 46 to 42%, this figure is still high compared to that of the European Union countries (EU), whose well-planned social programs arouse admiration.

European prototype

Manuel Rodríguez Cuadros, former chancellor, defines as paradoxical the fact that the European social expense is superior to that of Latin America, since the poorest countries are the ones supposed to invest more money in the

struggle against poverty: “This is surprising. Compared to Latin America, almost all European countries allocate a higher percentage of their GDP to social expenses in public services. Spain and France are examples of this. The average investment rate of Latin American countries is between 3,2% and 3,3% of the GDP, whereas in Europe is 16%.”

The efficacy of the social programs is also superior, since these are evaluated and monitored by a solid, organized and with clear public policies state. Switzerland, for example, has an unemployment insurance of 2 600 dollars per month.

“If a person is unemployed, the State pays him this minimum salary for two years. If within this period the person does not get a job, the State helps him to find one. In the event he turns the job down, the insurance is renewed; however, the person does no longer receive 2 600 dollars, but 20% less. This system is applied until he obtains employment”, explains the former chancellor.

Long-term investment

Another interesting alternative to diminish the poverty levels is the boost of sustainable projects. An example of it,

is the Proyecto de Desarrollo La Libertad-Cajamarca (Prodelica), supported by the European Union. During the six years of work in the project, 22 million nuevos soles were invested in 417 sustainable projects. The beneficiaries: 22 thousand families.

In words of Antonio Cardoso Mota, chief of the Delegation of the European Committee in Peru, that means that the objectives set up have been fulfilled. This way, they supported to strengthen the economy in both regions, guided small and medium businessmen, and taught local governments to improve their management.

Rodríguez Cuadros points out that it is necessary that Peru retrieves the idea of the public welfare, in the sense of planning education, housing and nutrition policies, with an up-to-date vision, where the private enterprise and the State fulfill their functions.

In the struggle against poverty, JUNTOS is one of the most representative programs in Peru. It supports 638 of the 880 poorest districts of the country. Nevertheless, the European experience is a model we must contemplate very carefully.





Hermanidad universal

Worldwide alliance

Perú no está solo en su lucha contra la pobreza. La cooperación internacional está de su lado

Peru is not alone in the struggle against poverty. The international cooperation is there to support it

A decir de las cifras macroeconómicas, el Perú anda sobre rieles. Otras cifras, sin embargo, señalan que más de la mitad de los peruanos vive en situación de pobreza, con carencias de desarrollo, de salud y de vivienda.

Ante esta situación, la solidaridad de los países desarrollados llega a través de un fraterno mecanismo llamado Cooperación Internacional no Reembolsable. Esta ayuda, que no es sólo asistencial, busca impulsar el desarrollo mediante la ejecución de proyectos que combatan la pobreza y la desigualdad.

Alemania y Holanda

Desde 1960, el Perú recibe cooperación técnica y financiera de Alemania. Según cifras de la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI), entre 2006 y 2007, ascendió a 140 millones de dólares. De esa cifra, un 20% se destinó al sector agrícola.

En el caso de la Cooperación Alemana al Desarrollo (GTZ), su ayuda se concentra en las zonas rurales y urbano-marginales de la región andina, principalmente, en Huancavelica, Ayacucho, Puno, Cajamarca, Apurímac. Igualmente, en Lambayeque, La Libertad,

Ica, Piura y en la ceja de selva.

Recientemente, la GTZ apoyó la participación de 13 empresas peruanas en la feria alemana Biofach 2008, la principal feria de productos ecológicos y orgánicos del mundo. Igualmente, entregó ocho mil libros sobre Gestión de riesgos y adaptación al cambio climático, a niños de Arequipa; y financia los estudios de Zonificación ecológica y económica para el ordenamiento territorial de Cajamarca.

Por otro lado, el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo (SNV) se



La cooperación internacional busca mejorar la calidad de vida apostando por el desarrollo sostenible. The international cooperation seeks to improve life quality by opting for the sustainable development.

centra en facilitar el acceso a servicios de educación y de energía sostenible de personas que viven con menos de un dólar al día. Incluso, genera mayor empleo e ingresos a partir de potenciar la inclusión económica y social en cuatro sectores económicos importantísimos: Agronegocios, Turismo, Forestería y Biocombustibles.

“Tenemos como enfoque principal la promoción de negocios inclusivos. Así logramos la inserción sostenible de las comunidades pobres al mercado, a través de su incorporación en las cadenas de valor de las grandes empresas”, señala Manuel Fernandini, gerente de Desarrollo Económico de SNV Perú.

Mano suiza

En Latinoamérica, Perú es el país prioritario más antiguo para la cooperación suiza al desarrollo. Uno de sus brazos más activos es la Agencia Suiza para el Desarrollo y Cooperación (Cosude), que concentra su ayuda en tres de las regiones más pobres de la serranía peruana: Cajamarca, Cusco y Apurímac.

Las medidas para fomentar la gobernabilidad y el crecimiento económico sostenible, las prestaciones de servicios

a favor del desarrollo local y la ayuda humanitaria constituyen el núcleo de sus actividades. Para este año, la cooperación prevista es de 8 millones 800 mil dólares, mientras que la ayuda humanitaria asciende a 3 millones 700 mil dólares.

Recientemente, el proyecto Tikapapa, cuyo financiamiento proviene de Cosude, ganó la competencia mundial The World Challenge 2007, promovida por la BBC de Londres y la revista Newsweek. Tikapapa constituye una alianza empresarial y, en sus casi tres años de aplicación, aumentó los ingresos de 500 familias productoras de papas nativas de comunidades alto andinas, que las siembran a más de 3 300 metros de altura.

Otros cooperantes

La solidaridad internacional con el Perú es permanente. Así, tienen importante participación la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Cooperación Italiana (COOPI), la Cooperación Técnica Belga (CTB) y la Agencia Sueca de Cooperación para el Desarrollo Internacional (ASDI). La mayoría estuvo al lado del Perú en uno de los momentos

más difíciles de su historia: el terremoto del 15 de agosto del 2007.

To tell from the macroeconomic figures, Peru is running smoothly. Nevertheless, other figures show that more than a half of Peruvians live in situation of poverty, with lacks of development, health and home.

Given this situation, the solidarity of the developed countries comes thanks to a fraternal mechanism called Cooperación Internacional no Reembolsable. This help, which is not only welfare assistance, seeks to promote the development through projects that eradicate the poverty and inequality.

Germany and Holland

Since 1960, Peru receives technical and financial support from Germany. According to figures of the Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI), the assistance rose up to 140 million dollars between 2006 and 2007. From this amount, 20% was assigned to the agricultural sector.

In the case of the German Cooperation for sustainable Development (GTZ), its help concentrates on the rural and





urban-marginal zones of the Andean region, mainly, on Huancavelica, Ayacucho, Puno, Cajamarca, Apurímac, Lambayeque, La Libertad, Ica, Piura and on the edge of the jungle.

Recently, the GTZ supported the participation of 13 Peruvian companies in the German fair Biofach 2008, the most important ecological and organic products fair of the world. Likewise, it gave children in Arequipa eight thousand books on Risks' Management and climatic change adjustment. It also finances the Ecological and Economic Zoning studies for Cajamarca's land management.

On the other hand, the Netherlands Development Organization (SNV) centers on facilitating the access to education and sustainable energy services to people who live with less than one dollar a day. It also generates more employment and income by promoting the economic and social inclusion in four significant economic sectors: Agrobusiness, Tourism, Forestry and Biofuels.

"We take the inclusive-business promotion as our principal approach. This way we attain the sustainable insertion of the poor communities into the market, through their incorporation in the big companies' value chains", affirms Manuel Fernandini, manager of Economic Development of Peru's SNV.

Swiss cooperation

In Latin America, Peru is Switzerland's most ancient priority country for cooperation to development. One of its most active wings is the Agencia Suíza para el Desarrollo y Cooperación (Cosude), which focuses its help on three of the poorest regions of the Peruvian highlands: Cajamarca, Cusco and Apurímac.

The measures to encourage the governance and the sustainable economic growth, the services rendered in favor of the local development and the humanitarian aid constitute the core of its activities. For this year, the expected cooperation is 8 million 800 thousand dollars, whereas the humanitarian aid rise up to

3 million 700 thousand dollars.

Recently, the Tikapapa project, whose finance comes from Cosude, won the The World Challenge 2007 world competition, promoted by the BBC London and the Newsweek magazine. Tikapapa represents a managerial alliance and, in its almost three years of execution, it increased the income of 500 potato-producing native families of high-Andean communities, who sow them above 3 300 meters high.

Other Contributors

The international solidarity towards Peru is permanent. Thus, the Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), the Cooperazione Internazionale (COOPI), the Cooperación Técnica Belga (CTB) and the Agencia Sueca de Cooperación para el Desarrollo Internacional (ASDI) have an important participation. The majority of them came to the aid of Peru in one of the most difficult moments of its history: the earthquake of August 15th, 2007.



EGE San Gabán S.A. y la Responsabilidad Social Promoviendo el bienestar de la población

Conocedores que en la economía actual, la sociedad exige cada vez mayor responsabilidad social, es que nuestra empresa viene implementando proyectos sociales, sostenibles a largo plazo en apoyo de la educación, la salud, el desarrollo económico de los pueblos y principalmente comprometiéndose a preservar el medio ambiente generando energía limpia para su gente.



Av. La Floral 245, Bellavista, Puno • Telf.: (51-51) 364401 • Fax: (51-51) 365782
Km. 290 Carretera a San Gabán, Puno • Telf.: (51-51) 862139 / 862105 • Fax: (51-51) 862105
www.sangaban.com.pe



David Lemor, de ProInversión, confía en resultados del I Foro de Inversiones ALC-UE.
David Lemor, from ProInversión, is confident about the results of the First ALC-UE Investments Forum.

ProInversión en ALC-UE

ProInversión in ALC-UE

Potencial de Perú como destino para las inversiones se expondrá en la cumbre de mayo

Peru's potential as an investments' destination will be discussed in the May summit

En el marco de la Segunda Cumbre Empresarial ALC-UE, y en coordinación con la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (ProInversión) presentará y promocionará diferentes sectores económicos y sus oportunidades de inversión en el Perú. Esto será en el I Foro de Inversiones ALC-UE.

Abarcará la presentación del clima y oportunidades de inversión en el Perú, el potencial de los diferentes sectores económicos, desde el punto de vista empresarial: minería, energía, agroindustria, turismo e infraestructura. Igualmente, se realizará una rueda de nego-

cios entre empresarios pertenecientes al ALC-UE y sus homólogos peruanos.

Invertir en Perú

¿Por qué invertir en el Perú? “Porque tiene un potencial altamente diversificado. Diría que nuestro atractivo está asentado en tres pilares: un manejo responsable de la economía, respeto al marco jurídico y nuestra riqueza natural”, afirma el ingeniero David Lemor, director ejecutivo de ProInversión.

En ese sentido, resalta que el Perú es un país minero y con hidrocarburos. Además, dice: “Tenemos una riqueza forestal fantástica y, en industria, ya hemos demostrado la fortaleza de nuestros textiles y confecciones. También tenemos capacidad

para desarrollar polos petroquímicos”.

Lemor destaca la importancia de las recientes adjudicaciones en concesión, como el del gasoducto regional de Ica, que irá de Pisco a Marcona: “Va a tener un impacto muy importante en la industria y la minería establecidas en la región, así como en la penetración del gas en los hogares y en el mundo del gas vehicular. Además, se puede generar un polo petroquímico en Marcona”.

Igualmente, destaca el otorgamiento de la concesión de la construcción y operación de dos líneas de transmisión eléctrica muy importantes: Mantaro-Caravelí-Montalvo y Machu Picchu-Cotaruse que, en conjunto, demandará

una inversión aproximada de 400 millones de dólares.

Más concesiones

En los próximos meses seguirán la ruta de las concesiones las carreteras de la IRSA centro, las carreteras de la Panamericana Norte en los tramos Pativilca-Trujillo (denominada la Autopista del Sol), los puertos de Paita, de Pisco, de Iquitos y de Pucallpa, la represa Majes-Sihuas II y el Tren Eléctrico de Lima.

“ProInversión también está evaluando sacar a concurso una iniciativa privada sobre Piedras Gordas, al norte de Lima, llamada Terramar. Se trata de una nueva ciudad, con una proyección de hasta 200 mil unidades de vivienda. En una primera etapa, Terramar tendría veinte mil unidades”, dice.

Respecto a la situación generada por el nuevo rol que tendrá ProInversión, Lemor explica que, con ello, se busca liberar a esta agencia del manejo de pequeños proyectos para que se concentre más en los de mayor impacto social.

In the framework of the Second ALC-UE Managerial Summit, and in coordination with the Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP), the Agencia de Promoción de la Inversión Privada (ProInversión) will present and promote different economic sectors

and their investment opportunities in Peru. This will take place in the First ALC-UE Investments Forum.

It will include the presentation of the climate and investment opportunities in Peru, the different economic sectors' potential, from the managerial point of view: mining, energy, agroindustry, tourism and infrastructure. Likewise, a round of negotiations will be carried out between the ALC-UE businessmen and their Peruvian counterparts.

To invest in Peru

Why to invest in Peru? “Because it has a highly diversified potential. I would say that our attraction is based in three foundations: a responsible economy management, respect for the juridical framework and our natural richness”, affirms engineer David Lemor, executive director of ProInversión.

In this sense, he emphasizes that Peru is a mining country provided with hydrocarbons. He also says: “We have extraordinary forest richness and, as for industry, we have already proved the strength of our textile and tailoring sectors. We also have the ability to develop petrochemical points”.

Lemor emphasizes the importance of the recent concession awards, such as the regional gas pipeline in Ica, which will go from Pisco to Marcona: “This is going to have a very important impact on the in-

dustry and the mining established in the region, as well as on the gas introduction into the housing and the gas-vehicles world. We can even generate a petrochemical point in Marcona”.

In the same way, he gives emphasis to the concession award for the construction and operation of two very important electrical transmission lines: Mantaro-Caravelí-Montalvo and Machu Picchu-Cotaruse that will demand a total approximate investment of 400 million dollars.

More concessions

Within the next months, the IRSA center routes, the Panamericana norte roads in the Pativilca-Trujillo routes (called Autopista del Sol), the ports of Paita, Pisco, Iquitos and Pucallpa, the Majes-Sihuas II dam and the Electric Train of Lima, will follow the path of concessions.

“ProInversión is also evaluating to bid a private initiative about Piedras Gordas, in the north of Lima, called Terramar. It is about a new city, with a total projection of 200 thousand houses. In its first phase, Terramar would have twenty thousand houses”, he says.

Regarding the situation generated by the future ProInversión role, Lemor explains that, with that, they seek to free this agency from the management of small projects so that it concentrates more on those of greater social impact.



El Perú ha ingresado a un grupo de países cuyo PBI crece por encima del 7% anual. Pasa por un excelente momento, que se resume en un alto y sostenido crecimiento de las exportaciones y de la inversión, principalmente, privada.

Si bien el flujo de inversiones al Perú ha crecido, se necesita dar un gran salto

Invierte Perú

Invierte Perú

ProInversión pone en marcha plan de acción estratégico para atraer inversiones

ProInversión starts strategic action plan to attract investments



La riqueza minera del Perú es reconocida a nivel mundial.
The mining richness of Peru is recognized worldwide.

to en base a una política más activa de promoción. Ese gran salto es Invierte Perú, una primera versión de un plan de promoción de inversiones al 2011, elaborado por ProInversión.

Un gran paso

Invierte Perú es un plan de acción estratégico que busca involucrar a los sectores público y privado en metas específicas de inversión y de identificación de oportunidades de nuevas inversiones en cada región del país y en los principales sectores generadores de

clusters y de empleo sostenible.

Este plan se basa en cinco lineamientos estratégicos: la promoción de sectores productivos y servicios con potencial atracción de inversionistas privados y de países objetivo, la promoción del desarrollo regional con clusters territoriales, infraestructura, y el desarrollo de planes de inversión regionales.

Igualmente, el desarrollo de políticas de promoción de inversiones y facilitación a la inversión y el fortalecimiento insti-

tucional de la red de promoción de la inversión; y la promoción de la inversión privada en infraestructura sobre activos del Estado y en servicios públicos.

Oferta sectorial

La riqueza minera del Perú es reconocida a nivel mundial. La inversión en exploración ha venido creciendo de forma exponencial durante la última década. Durante 2007, llegó a 475 millones de dólares, según cifras de CEPAL. No obstante, sólo un 10% del total del territorio nacional con potencial

minero ha sido explorado.

En el sector energía, cuenta con reservas y excelentes condiciones para desarrollar la industria del gas y la petroquímica, mientras que en generación eléctrica, cuenta con energías renovables como la hidroenergía, la energía eólica, la geotérmica. En base a ellas se puede generar energía para el consumo interno y para exportar a países como Brasil.

Otro sector con gran potencial, es el agrícola, cuya competitividad se basa en las calidades de clima, suelos y disponibilidad de agua, mientras que el sector textil, no sólo exporta materias primas sino, también, confecciones de gran calidad, gracias a su algodón de fibra larga o extra larga, y las fibras de alpaca y vicuña.

En lo que respecta al turismo, se puede invertir en circuitos existentes como en Lima o en el Cusco, que requieren de nuevos hoteles, de centros de convenciones y de restaurantes. También se abren nuevas oportunidades con la diversificación de la oferta turística.

Igualmente, el sector forestal ofrece grandes oportunidades de desarrollo. Actualmente, se están otorgando concesiones forestales al sector privado, bajo compromisos de inversión, manejo responsable o de reforestación.

Peru is now part of a group of countries whose GDP grows over 7% per year. Peru is going through an excellent moment, which is summed up in a high and sustained growth of exports and investments, mainly private.

Although the investments flow towards Peru has grown, it is necessary to make a step forward basing us on a more active promotion policy. This step forward is Invierte Perú, the first version of an investments promotion plan until the year 2011 created by ProInversión.

A big step

Invierte Perú is a strategic action plan that seeks to involve the public and pri-

vate sectors in specific goals of investment and identification of new investments opportunities in every region of the country as well as in the principal clusters-generator sectors and sustainable employment.

This plan is based on five strategic guidelines: the promotion of productive sectors and services with high private investors and target countries attraction, the promotion of the regional-with-territorial clusters development, infrastructure, and the development of regional investment plans.

Likewise, the development of the promotion policies for investments and investment access; as well as the institutional strengthening of the investment promotion network; and, the promotion of the private investment in infrastructure on State assets and in public services.

Sectorial offer

The mining richness of Peru is recognized worldwide. The investment in exploration has been growing exponentially during the last decade. In 2007, it reached 475 million dollars, according to CEPAL figures. Nevertheless, only 10% of the whole national territory with mining potential has been explored.

In the energy sector, it has reserves and excellent conditions to develop the gas and petrochemical industry, whereas in electrical generation, it has renewable energies as hydroenergy, wind power and geotermic energy. Based on them it is possible to generate energy for the internal consumption and to export to countries as Brazil.

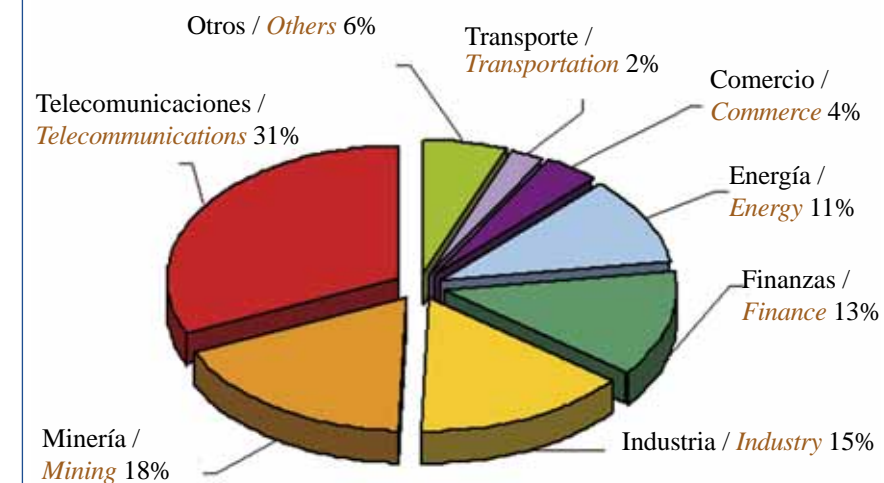
Another sector with great potential, is the agricultural sector, whose competitiveness is based on the qualities of the climate, soils and in the water availability, whereas the textile sector, not only exports raw materials but also, high-quality clothing, thanks to its long or extra fiber cotton, and the alpaca and vicuña fibers.

As for tourism, it is possible to invest in existing circuits like in Lima or Cusco, which need new hotels, convention centers and restaurants. New opportunities can be offered with the tourist offer's diversification.

In the same way, the forest sector offers big development opportunities. At present, forest concessions are being granted to the private sector, under investment, responsible management or reforestation commitments.

Inversión Extranjera Directa por sector de destino 2007 (%) /

Direct Foreign Investment by destination sector 2007 (%)



Comentario Legal

Legal remark

Una perspectiva general del marco jurídico promotor de la inversión privada

A general perspective from the judicial framework, promoter of the private investment



*Un adecuado marco legal promueve la inversión en sectores clave como puertos y aeropuertos.
An appropriate legal framework promotes the investment in key sectors such as ports and airports.*

Por: Augusto Villanueva Llaque
By: Augusto Villanueva Llaque

Hace muchos años el Estado asumía un papel protagonista en diversas formas de actuación, participaba en los servicios públicos y en la empresa pública, haciéndolo incluso en la regulación y planificación económica. No obstante, a principio de los años noventas se presentaron dos fenómenos que transformaron definitivamente

la participación del Estado en el campo económico: la privatización y la liberalización de la economía.

En efecto, para la aplicación de dichos fenómenos se consolidó un programa de reformas estructurales en la economía, a través de las cuales se comenzó a promover la inversión privada sobre la base de la libre competencia y el libre acceso a la actividad económica.

Precisamente a través de la promoción

de la inversión privada se empiezan a satisfacer de una manera más adecuada los múltiples requerimientos de la población en obras de infraestructura y de servicios públicos, pero no solo ello, con el objeto de lograr una eficiente captación de capitales privados se desarrolló un marco legal estable basado en la iniciativa privada dentro del marco de una economía social de mercado, la igualdad de trato de la inversión nacional y extranjera, y la facultad de los inversionistas privados para solicitar al

Estado la suscripción de convenios de estabilidad jurídica para las inversiones que realicen.

Ahora bien, ¿qué es lo que se puede atraer mediante la inversión privada? En realidad es mucho lo que se obtiene, pues a través de ella se pueden dar inversiones en infraestructura vial, puertos, aeropuertos, telecomunicaciones, saneamiento, energía, entre otros, logrando un efecto dinamizador en la economía y con ello un efecto multiplicador en los sectores industriales, convirtiéndolos en productivos y competitivos.

Por otra parte, nuestro sistema legal otorga un régimen de estabilidad a la inversiones extranjeras reconociendo-

sentar una clara estabilidad política y proyectar una imagen de país estable, lo cual resulta fundamental para atraer la inversión privada, presenta un marco jurídico beneficioso que se hace atractivo para los inversionistas que ven en los sectores de la economía peruana una oportunidad de negocio; no olvidemos que el espíritu empresarial que presentan los agentes privados permite que éstos sean capaces de gestionar con precisión las acciones que fueron necesarias para contribuir al crecimiento económico de un país.

Many years ago, the State undertook a protagonist role in different performance ways; it took part in the public services and companies, and even, in the eco-



les una serie de garantías financieras y no financieras donde se estabiliza el régimen del Impuesto a la Renta vigente al momento de la suscripción del convenio con el inversionista, la estabilidad del régimen de libre disponibilidad de divisas y remesa de utilidades, y la recuperación anticipada del IGV, creando con ello un clima captador de inversiones, ello claro, siempre sumado a la seguridad y confianza que nuestro país viene ganando en los últimos años.

En este sentido, el Perú además de pre-

sentar una clara estabilidad política y proyectar una imagen de país estable, lo cual resulta fundamental para atraer la inversión privada, presenta un marco jurídico beneficioso que se hace atractivo para los inversionistas que ven en los sectores de la economía peruana una oportunidad de negocio; no olvidemos que el espíritu empresarial que presentan los agentes privados permite que éstos sean capaces de gestionar con precisión las acciones que fueron necesarias para contribuir al crecimiento económico de un país.

In effect, for the application of the mentioned phenomena, a program of structural reforms in the economy was consolidated. Thanks to that, it was possible to promote the private investment, based on the free competition and the free access to the economic activity.

In fact, by the means of the private investment promotion it is possible to satisfy, in a more appropriate way, the multiple populations' requirements regarding infrastructure and public services works, but that was not all. In order to achieve an effective acquisition of private capitals, a stable legal framework was developed. It was based on the private initiative within a social market economy framework, the equality of national and foreign investment dealing, and the private investors' ability to request the State the subscription of judicial stability agreements for the investments made.

Now: what can we achieve with private investment? Actually, what we can obtain is so much, since, with that, we can invest in road infrastructure, ports, airports, telecommunications, sanitation, energy, among others. Thus, we can attain an energizing effect in economy and; therefore, a multiplier effect in the industrial sectors, to turn them into productive and competitive sectors.

On the other hand, our legal system grants a stability regimen to foreign investments, conceding them a series of financial and non-financial guarantees.

The income tax regimen, valid at the moment of the agreement subscription with the investor, stabilizes along with the free currencies availability and utilities consignment regimen, and the anticipated Sales Tax recovery. With that we can create an acquisitive investments sphere, added, of course, to the security and confidence our country has been gaining in the last years.

In this sense, in addition to present a clear political stability and project a stable-country image, which are essential to attract the private investment, Peru presents a beneficial judicial framework, attractive for investors who see a business opportunity in the sectors of the Peruvian economy. Let's not forget that the managerial spirit that private investors show, allows them to be able of managing accurately the necessary actions to contribute with the economic growth of a country.



La demanda de electricidad del Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN) crecerá a una tasa promedio de 7,4 % anual hasta el año 2015. Para satisfacer adecuadamente dicha demanda, se deben implementar nuevos proyectos de inversión. Por ello, la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (ProInversión) fomenta y concreta importantes proyectos de concesión en todo el Perú.

El objetivo es instalar centrales de generación eléctrica por un total de 4 098 megavatios (Mws) entre el 2008 y el 2015, de los cuales 2 446 Mws deben corresponder a centrales térmicas a gas natural y 1 652 Mws a hidroeléctricas.

Y el ganador es...

A fines de abril, ProInversión otorgó la buena pro al consorcio Isonor Transmisión (integrado por Elecnor y por el Grupo Isolux Corsan de España), para la concesión de la construcción y operación de las líneas de transmisión eléctrica Mantaro – Caravelí – Montalvo y Machu Picchu – Cotaruse.

La línea Mantaro – Caravelí – Montalvo tendrá una potencia de 220 kilovoltios (Kv), aunque podrá aumentar a 500 Kv, y unirá las regiones de Junín, Ayacucho, Apurímac, Arequipa y Moquegua. Ello demandará una inversión de 330 millones de dólares, aproximadamente.

Entretanto, la línea Machu Picchu – Cotaruse unirá la segunda fase de la Central Hidroeléctrica Machu Picchu y la Central Hidroeléctrica de Santa Teresa, ambas ubicadas en la región Cusco. Demandaré una inversión aproximada de 60 millones de dólares.

Esta concesión se suma a la adjudicación, realizada en febrero, de la Línea de Transmisión Eléctrica Carhuamayo - Paragsha - Conococha - Huallanca - Cajamarca - Cerro Corona - Carhuaquero, a la Empresa Abengoa Perú S.A., por 30 años, con un monto de inversión de 106 millones 140 mil dólares.

El objetivo es acondicionar de ener-

Circuitos eléctricos

Electrical lines

ProInversión y empresas privadas amplían frontera eléctrica a nivel nacional

ProInversión and private companies extend electrical border nationwide



*La electricidad es imprescindible para el desarrollo de un país.
The electricity is essential for the development of a country.*

gía a los centros de demanda eléctrica ubicados en el centro y norte del Perú, principalmente a grandes yacimientos mineros como Bayóvar, La Granja, Yanacocha, entre otros.

Más energía

Para este año se tiene previsto el inicio de operaciones de las centrales hidroeléctricas La Joya (10 Mw) y Carhuaquero (6 Mw); y para 2009 se espera el ingreso de la Central Hidroeléctrica El Platanal (220 Mw) y las térmicas Ka-

lpa 2 (170 Mw), la tercera turbina de Chilca 1 de Enersur (170 Mw) y, posiblemente, la planta de Egechilca (198 Mw). Además, se prevé el inicio de operaciones de la central termoeléctrica Oquendo (50 Mw) y la ampliación de la hidroeléctrica Poechos (10 Mw).

Entre las centrales que iniciarían sus operaciones en 2010, figuran la central Santa Rosa (198 Mw), la planta de BPZ Energy (160 Mw), la termoeléctrica de Electroperú (198 Mw) y la segunda

etapa de Egechilca (396 Mw).

The electricity demand of the Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN) will increase to an average rate of 7,4% per year up to the year 2015. To satisfy appropriately that demand, new investment projects must be implemented. Therefore, the Agencia de Promoción de la Inversión Privada (ProInversión) promotes and settles important concession projects throughout Peru.

The goal is to install power plants for a total of 4 098 megawatts (Mws) between 2008 and 2015, of which 2 446 Mws must correspond to natural gas thermal power plants and 1 652 Mws to hydroelectric power plants.

And the winner is ...

By the end of April, ProInversión granted the contract to the consortium Isonor Transmisión (comprised by Elecnor and by the Grupo Isolux Corsan in Spain), for the concession of the construction

and operation of the electrical transmission lines Mantaro–Caravelí–Montalvo and Machu Picchu–Cotaruse.

The line Mantaro–Caravelí–Montalvo will have a power of 220 kilovolts (Kv), although it will be able to increase to 500 Kv. It will connect the regions of Junín, Ayacucho, Apurímac, Arequipa and Moquegua; thus, demanding an investment of 330 million dollars, approximately.

Meanwhile, the line Machu Picchu–Cotaruse will connect the second part of the Machu Picchu hydroelectric power plant and the hydroelectric power plant of Santa Teresa, both located in Cusco. It will demand an approximate investment of 60 million dollars.

This concession joins the award, carried out in February, of the Electrical Transmission Line Carhuamayo–Paragsha–Conococha–Huallanca–Cajamarca–Cerro Corona–Carhuaquero, to the Company Abengoa Peru S.A., for 30 years, with a total investment amount of 106 million 140 thousand dollars.

The objective is to supply with energy the centers of electrical demand located in the center and north of Peru, especially the big mining deposits such as Bayóvar, La Granja, Yanacocha, among others.

For this year, it is foreseen the beginning of operations of the hydroelectric power plants of La Joya (10 Mw) and Carhuaquero (6 Mw); and by 2009 it is expected the incorporation of the hydroelectric power plant El Platanal (220 Mw) and the thermal power plant Kallpa 2 (170 Mw), the third turbine of Chilca 1 of Enersur (170 Mw) and, possibly, the plant of Egechilca (198 Mw). Besides, it is foreseen the beginning of operations of the thermoelectric power plant Oquendo (50 Mw) and the enlargement of the hydroelectric power plant Poechos (10 Mw).

Between the power plants that would start its operations by 2010 are the power plant of Santa Rosa (198 Mw), the plant of BPZ Energy (160 Mw), the thermoelectric plant of Electroperú (198 Mw) and the second part of Egechilca (396 Mw).



Muelle Sur: un futuro no muy lejano.
Muelle Sur: A near future.

El 90% de las exportaciones peruanas salen por vía marítima. Eso significa que un aspecto del potencial exportador del país se basa, principalmente, en la eficiencia de sus puertos y en su capacidad de elevar su competitividad en la tarea de circular las mercancías.

Por ello, entregarlos en concesión se presenta como una buena alternativa, ya que el Estado no puede asumir el alto costo que representaría la inversión para una reingeniería integral.

Lo primordial es revertir cierta situación negativa que se desprende del informe del Global Competitiveness Report 2007-2008, del World Economic Forum, según el cual, el Perú se encuentra en el puesto 105 de 125 a nivel mundial, en calidad de infraestructura portuaria.

Plazos fijos
Los puertos regionales de Paita (Piura)

Puerta exportadora

Gateway to exports

Para ProInversión, la concesión de ocho puertos regionales representa uno de sus proyectos más ambiciosos

For ProInversión, the concession of eight regional ports represents one of its most ambitious projects

y General San Martín (Pisco), tienen ya fechas tope para el proceso de concesión. Las empresas interesadas pueden inscribirse hasta el 5 de septiembre. Los sobres se abrirán el 22 de octubre. El ganador tendrá a su cargo el diseño, la construcción, el financiamiento, la con-

servación y la explotación de los mencionados terminales.

Durante los tres primeros años de concesión, que durará un total de 30 años, los inversionistas deberán construir un muelle de contenedores de 300 metros

de longitud en Paita, y de 350 metros en Pisco.

En ambos casos, el concesionario deberá implementar un patio de contenedores de 12 hectáreas como mínimo, adquirir dos grúas pórtico de muelle y dos grúas pórtico de patio (para cada puerto) y deberán realizar trabajos de dragado de 13 metros de profundidad marina.

Los exportables

Los productos exportados por el puerto de Paita son, entre otros: café sin descafeinar, grasas y aceites de pescado, harina y polvo de pescado, mangos frescos, uvas frescas, plátanos, espárragos, paltas. La modernización de este puerto es crucial, más aún, si se busca dar servicio a grandes naves. Solo así se convertirá en un hub de perecibles (agro y pesca) en un corto plazo.

Entretanto, por el puerto de Pisco se exportan productos como gasolina sin tetraetilo de plomo, minerales de hierro, harina de pescado, grasas y aceites de pescado, gas propano, preparaciones y conservas de anchoas enteras, mandarinas, sardinas, espárragos, uvas frescas.

Según cifras de ProInversión, el puerto de Paita requiere una inversión aproximada de 127,8 millones de dólares para su modernización, mientras que el puerto de Pisco requiere inversiones

por 80,4 millones de dólares.

El cronograma para otorgar la buena pro para la concesión de los ocho puertos, según información de Proinversión, es la siguiente: Paita, Iquitos, San Martín y Pucallpa (tercer trimestre del 2008); Ilo, cuarto trimestre; y los puertos de Salaverry, Chimbote y Yurimaguas, primer trimestre del 2009.

A 90% of Peruvian exports depart by sea. That means that an aspect of the country's exporting potential is based, mainly, on the efficiency of its ports and on its ability to increase its competitiveness in the task of circulating the goods.

For that reason, to give them in concession is a good alternative, since the State cannot take over the high cost that would represent the investment for their complete reengineering.

The foremost step is to overturn certain negative situation inferred from the Global Competitiveness Report 2007-2008, of the World Economic Forum, according to which, as for a port's infrastructure, Peru is in the 105th place of 125 worldwide.

Fixed-terms

The regional ports of Paita (Piura) and General San Martín (Pisco) have already deadlines for the concession

process. The interested companies can register until September 5th. The envelopes will be opened on October 22nd. The winner will be in charge of the design, the construction, the financing, the conservation and the exploitation of the mentioned ports.

From the 30 years that will last the concession, in the first three years the investors will have to build a dock of containers of 300 meters long in Paita, and of 350 meters in Pisco.

In both cases, the concessionary will have to implement a containers' patio of 12 hectares minimum, acquire two dock-gantry cranes and two patio-gantry cranes (for every port) and they will have to carry out dredging works of 13 meters of marine depth.

The most exported

The products exported from the port of Paita are, among others: non-decaf coffee, fish fats and oils, fish flour and powder, fresh mangos and grapes, bananas, asparagus and avocados. The renovation of this port is crucial, especially, if we seek to offer service to the big ships. Only this way it will turn into a perishable hub (agriculture and fishing) in a short term.

Meanwhile, in the port of Pisco the products exported are: gasoline without tetraethyl lead, iron minerals, fish flour, fish fats and oils, propane gas, preparations and conserves of entire anchovies, tangerines, sardines, asparagus and fresh grapes.

According to the ProInversión figures, the port of Paita needs an approximate investment of 127,8 million dollars for its renovation, whereas the port of Pisco needs an investment of 80,4 million dollars.

According to information of ProInversión, the timetable to grant the award for the concession of the eight ports is: Paita, Iquitos, San Martín and Pucallpa (third quarter of 2008); Ilo, last quarter; and the ports of Salaverry, Chimbote and Yurimaguas, the first quarter of 2009.

Oportunidades de inversión en puertos / Investment opportunities in ports

| Proyecto / Project | Inversión estimada (US\$ MM) / Estimated investment (US\$ MM) | Adjudicación Buena Pro / Concession award |
|--------------------------|---|---|
| TP de Iquitos | 18 | III T 2008 |
| TP de Paita | 127.8 | III T 2008 |
| TP de San Martín (Pisco) | 80.4 | III T 2008 |
| TP de Pucallpa | 19 | III T 2008 |
| TP de Ilo | 100 | IV T 2008 |
| TP de Salaverry | 40 | I T 2009 |
| TP de Yurimaguas | 20 | I T 2009 |
| Total (US\$ MM) | 405.2 | |

Fuente / Source: ProInversión

La buena vía

The best road

Se concretarán dos importantes proyectos de concesión que beneficiarán enormemente los medios de transporte terrestre y ferroviario

Two main concession projects will be settled, favoring enormously the means of ground and railroad transportation

El actual índice de desarrollo del país, hace indispensable contar con carreteras que aseguren un transporte cómodo, fluido y seguro. En la actualidad, la red vial del Perú tiene una longitud de 75 727 kilómetros de carreteras. De ellas, solo el 12% está asfaltada. Y la red ferroviaria alcanza apenas 1 961 kilómetros. Ello obliga a impulsar nuevos proyectos de redes viales para abrir paso a los productos del progreso nacional.

Los nuevos procesos de concesión de vías de comunicación, promovidos por ProInversión, son la Red Vial N° 4, que beneficiará a departamentos como Lima, Áncash y La Libertad, y el proyecto del Sistema Eléctrico de Transporte Masivo de Lima y Callao. A ellos se les dotará de carreteras en óptimas condiciones y vías férreas modernas, para acelerar los procesos de la cadena productiva y transporte de pasajeros de manera eficaz.

Tren y carretera

En agosto se otorgará la buena pro que hará realidad la Red Vial N° 4, que comprende la construcción de la Vía de Evitamiento de la ciudad de Chimbote y de los puentes Carrizales (río Casma), Sechín (río Sechín), Huambacho (río Huambacho) y Lacramarca (río Lacramarca). También se pondrán a punto 362 kilómetros de carretera, en el tramo Pativilca – Santa – Trujillo y Salaverry, así como la construcción de la segunda calzada entre Pativilca y Trujillo.

Esto potenciará un gran polo de desarrollo regional que comprende activida-

aproximadamente. De este monto, el Estado asistirá hasta por 220 millones de dólares. Empresas de España, Italia, China y Brasil figuran como los principales postores para esta concesión. Un gran proyecto que Lima necesita con premura.

Esta obra permitirá brindar el servicio de transporte desde el distrito de Villa El Salvador hasta la Estación Grau, que se ubicará frente al Hospital Dos de Mayo, lo que equivale a un recorri-



Tramo de la carretera Puente Matachico-Huancayo luce totalmente remozada. The route of the Puente Matachico-Huancayo road looks completely enhanced.

des de industrias pesqueras, agrícolas y siderúrgicas. El tiempo de concesión es de 25 años y se tiene previsto que tales obras se construirán en 2 años, aproximadamente.

De otro lado, la inversión para el Proyecto Especial del Sistema Eléctrico de Transporte Masivo de Lima y Callao, ascenderá a 362,7 millones de dólares,

do de 22 kilómetros, pasando por 16 estaciones. Este proyecto permitirá reducir significativamente el tiempo que actualmente toma recorrer esa misma ruta. Ello beneficiará a más de 260 mil pasajeros por día, según estudios.

The current development rate of the country makes essential to have roads that ensure

a comfortable, fluid and safe transport. At present, the road network of Peru has a length of 75 727 kilometers of roads. Only 12% of them are paved. And the railroad network barely reaches 1 961 kilometers. This forces to promote new projects of road networks in order to give way to the national progress products.

The new means of communication concession processes, promoted by ProInversión, are the Red Vial N° 4, which will benefit the departments of Lima, Áncash and La Libertad, and the project of the Sistema Eléctrico de Transporte Masivo de Lima y Callao. They will be provided with roads in excellent conditions and modern railways, to accelerate the productive chain and passengers' transport processes in an effective way.

Train and road

The award of the bid will be granted in August. That will turn Red Vial N° 4 into reality, which comprises the construction of the Vía de Evitamiento in the city of Chimbote and the construction of the bridges Carrizales (Casma river), Sechín (Sechín river), Huambacho (Huambacho river) and Lacramarca (Lacramarca river). Likewise, 362 kilometers of road will be optimized, in the stretch of Pativilca-Santa-Trujillo and Salaverry, as well as the construction of the second roadway between Pativilca and Trujillo.

This will promote a big pole of regional development that comprises activities of fishing, agricultural and iron and steel industries. The concession time is 25 years and it is foreseen that such works will be constructed in two years, approximately.

On the contrary, the investment for the special project of the Sistema Eléctrico de Transporte Masivo de Lima y Callao, will total 362,7 million dollars, approximately. From this amount, the State will consign up to 220 million dollars. Companies of Spain, Italy, China and Brazil appear as the main bidders for this concession. A big project Lima needs with urgency.

This work will allow offering the trans-

| Oportunidades de inversión en transporte terrestre / Investment opportunities in ground transportation | | |
|--|---|---|
| Proyecto / Project | Monto de Inversión Estimado (US\$ MM) / Estimated Investment Amount (US\$ MM) | Adjudicación Buena Pro / Concession award |
| Red Vial N 4 | 150 | III T 2008 |
| Eje Amazonas Centro | 160 | I 2009 |
| Tren Eléctrico | 324 | II T 2008 |
| Ovalo Chancay /Dv. Variante Pasamayo-Huaral-Acos | 27 | II T 2008 |
| Nuevo Mocupe- Cayaltí-Oyotún (segunda convocatoria) / (second contest) | 14 | II T 2008 |
| Autopista del Sol | Por definir / To be defined | III T 2008 |
| Total (US\$ MM) | | 675 |

Fuente / Source: ProInversión

port service from the district of Villa El Salvador to the Estación Grau, which will be located in front of the Hospital Dos de Mayo. This means a 22 kilometers route, passing through 16 stations.

This project will also allow reducing considerably the time that currently takes us to cover the same route. That will benefit more than 260 thousand passengers per day, according to studies.

La inversión privada impulsa una infraestructura vial óptima. The private investment promotes an excellent road infrastructure.



Oportunidades de inversión

Investment opportunities

Perú ofrece un completo menú para invertir en diferentes sectores

Peru offers a whole list of options to invest in different sectors

Agenda de inversión ProInversión*

Investment Agenda ProInversión*

| Sector / Sector | Inversión estimada (US\$ MM) / Estimated Investment (US\$ MM) |
|--|---|
| Energía / Energy | 994 |
| Transporte terrestre / Ground Transportation | 631 |
| Saneamiento / Sanitation | 330 |
| Puertos / Ports | 466 |
| Agricultura / Agriculture | 332 |
| Aeropuertos / Airports | 157 |
| Hidrocarburos / Hydrocarbons | 143 |
| Telecomunicaciones / Telecommunications | 180 |
| Inmuebles / Goods | 750 |
| Otros / Other | 116 ** |
| Total | 4 099 |

* Cifras de inversión estimado a febrero 2008, sujeto a modificaciones. /
 * Estimated investment figures for February 2008, subject to changes.
 ** Proyectos descentralizados (62 US\$ MM), minería (30 US\$ MM) y Turismo (13,5 US\$ MM). /
 ** Decentralized projects (62 US\$ MM), Mining (30 US\$ MM) and Tourism (13,5 US\$ MM).



El aeropuerto Alfredo Mendivil Duarte, de Ayacucho, junto con el aeropuerto de Tacna, Juliaca, Arequipa y Puerto Maldonado, forma parte del segundo paquete de aeropuertos regionales que será concesionado en el cuarto trimestre del presente año. La inversión estimada para estos aeropuertos es de 132 millones de dólares.

The Alfredo Mendivil Duarte airport, in Ayacucho, along with the airports of Tacna, Juliaca, Arequipa and Puerto Maldonado, comprise the second group of regional airports that will be granted in the fourth trimester of the current year. The estimated investment for these airports is 132 million dollars.

Construimos mucho más que una Carretera



IIRSA Norte es la empresa que construye, rehabilita, mejora y opera por concesión los 955 km de carretera que une el puerto marítimo de Piura al puerto fluvial de Yurimaguas, atravesando las regiones de Piura, Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, San Martín y Loreto.

Desde la inmensidad del Pacífico al corazón de la Amazonía, la carretera IIRSA Norte facilita la interconexión de la costa, sierra y selva del norte peruano con el Brasil.

Los beneficios de esta concesión impactan en las economías de 2'700,000 personas que habitan las 12 provincias y 165 centros poblados y caseríos de la zona norte del Perú

La Plataforma de Desarrollo Integrado Sostenible del Portal Amazónico (PDISPA) y los programas de Responsabilidad Social de IIRSA Norte impulsan la Salud, la Educación, el Desarrollo Sostenible y la Ciudadanía para promover la competitividad de las regiones y avanzar su camino seguro al desarrollo.



Un nuevo concepto en Exhibición

INDUSTRIES

exhibits
perú

Skyline

Information
Puntos de venta
Stands Corporativos
Proyectos Especiales
Sistemas de Exhibición Internacionales
Exhibiciones de Alto Impacto
Soporte BTL



Desde los andes peruanos, mujeres andinas plasman sus vivencias en textiles con calidad de exportación que ponen al alcance del mercado internacional, gracias a un proceso de fortalecimiento de sus capacidades implementado por el corredor Puno-Cusco. El objetivo: generar ingresos para estas familias rurales.

Aunque la pobreza sigue acechando, hay quienes logran evitarla con el ingenio y la sabiduría innata heredada de sus antepasados incas. Entre ellos se encuentran las mujeres de Cusco y Puno, quienes han formado “asociaciones” con familiares o amigas a fin de generarse ingresos, mejorar sus condiciones de vida y proveer un mejor futuro a sus hijos.

Ejemplos de éxito

Los casos de la Asociación de Artesanas Pachamama y la Asociación de Artesanas Las Dorcas, situadas en las provincias puneñas de Melgar y Santa Rosa, respectivamente, son dos pequeñas muestras de mujeres del ande que han formado organizaciones exitosas.

Elas han iniciado negocios de artesanía textil utilizando insumos de su entorno. Así, procesan lana de oveja y alpaca y los colorean con hermosos tintes naturales de plantas, raíces y piedras. Según las tejedoras, estos colores durarán toda la vida, como los mantos Paracas e incas, que hoy en día se exhiben en museos.

Otras mujeres asociadas aprendieron que el mercado es muy exigente y que son los compradores quienes marcan las pautas de la moda. Por ello han buscado capacitación y han aprendido nuevas técnicas de tejidos, más acordes a estos tiempos exigentes y de alta demanda de competitividad.

Gracias a esta capacitación, han logrado una mayor destreza y creatividad, lo que se puede apreciar en los nuevos modelos, en la combinación de colores, y en el empleo de la fibra de alpaca elaborada (baby alpaca) obteniendo hermosas prendas abrigadoras, coquetos suéteres (chompas), innovadoras medias y guantes coloridos de “doble cara”, etc.

El desarrollo de estas capacidades les ha permitido exportar cientos de prendas de tejidos modernos y ancestrales a



Encanto inca

Inca charm

Mujeres andinas exportan textiles a exigentes mercados internacionales

Andean women export textiles to demanding international markets

mercados exigentes como el europeo, asiático y estadounidense. Y por si fuera poco, ganar premios pecuniarios o de conocimiento (capacitación) para viajar a México, Japón e Italia. (PR.)

From the Peruvian Andes, Andean women experiences are revealed in exportation-quality textiles they offer to international markets, thanks to a strengthening process of their capacities implemented by the Corredor Puno-Cusco. The objective: to generate income for these rural families. Although poverty keeps on threatening, some people can avoid it with their innate talent and wisdom inherited from their Incas ancestors. Among them are the women of Cusco and Puno, who have created “associations”, with relatives or friends in order to generate income, to improve their life conditions and to provide a better future for their children.

Success models

The cases of the Asociación de Artesanas Pachamama and the Asociación de Artesanas Las Dorcas, located in Puno in the provinces of Melgar and Santa Rosa, respectively, are two little examples of Andean women who have created successful organizations.

They have started textile craft businesses

by using materials from their environment. This way, they process sheep and alpaca wool and color them with beautiful natural dyes from plants, roots and stones. According to the knitters, these colors will last forever, like the Paracas and Incas shrouds, exhibited in museums nowadays.

Other associated women learned that the market is very demanding and that they the buyers set the fashion guidelines. That is why they have looked for training courses and have learned knitting techniques, in accordance with the current demanding times and great competitiveness demand.

Thanks to this training, they have achieved bigger skills and creativity, which can be appreciated in the new models, the combination of colors, and in the use of the elaborated alpaca fiber (baby alpaca); obtaining beautiful warming clothing, pretty sweaters, innovative socks and colorful “double side” gloves, etc.

The development of these abilities has allowed them to export hundreds of modern and ancestral textile clothing to demanding markets as the European, Asian and American. And, on top of that, they have won pecuniary or knowledge (training courses) awards to travel to Mexico, Japan and Italy.



La preservación del medio ambiente es responsabilidad de todos.
The preservation of the environment is responsibility of everyone.

Misión medio-ambiental

Environmental mission

Acciones destinadas a preservar los ecosistemas son, socialmente, muy rentables

Actions aimed to preserve the ecosystems are socially very profitable

Las empresas cuyas actividades implican el uso de recursos, tienen un doble compromiso con el medio que los rodea. Por un lado, la implementación de planes de RSE es un compromiso ético voluntario que dependerá de la visión de cada empresa. Por otro lado, les representa un beneficio tangible.

“Cuando se implementa esta forma de gestión, hay una reducción de costos operativos al contar con un manejo de desechos, reciclaje o eficiencia ener-

gética”, señala Henri Le Bienvenu, gerente general de Perú 2021, asociación que reúne a las empresas peruanas con buenas prácticas de RSE.

Es evidente que, ante la aparición de nuevos problemas medioambientales, la empresa sea el mecanismo más poderoso para producir los cambios necesarios para evitar y revertir los impactos ambientales y sociales. Un mayor escrutinio público y las crecientes demandas para actuar de manera social responsable, están surgiendo en el mundo. Los

gobiernos, los trabajadores, las ONG y el público en general, esperan mayores elementos de ética y de responsabilidad de las empresas.

Precisamente, la agenda de la V Cumbre de Jefes de Estado y Gobierno de América Latina, El Caribe y la Unión Europea, comprende dos temas de suma importancia para el desarrollo de América Latina: la lucha contra la pobreza y el medio ambiente.

Buenos vecinos

En Lima, Repsol YPF es una de las empresas que ha tomado con más seriedad el cuidado medioambiental. Su compromiso queda evidenciado con las acciones permanentes para conservar los humedales de Ventanilla y la implementación de un sistema de riego por goteo para la conservación de las áreas verdes del distrito.

Fiel al espíritu de la RSE, que también busca fortalecer a las personas para la sostenibilidad de los proyectos a largo plazo, Repsol YPF patrocina jornadas anuales de limpieza de playas y humedales con la participación de decenas de voluntarios. Ellos, provistos de equipos sanitarios, se dedican a recolectar residuos sólidos y desperdicios. El objetivo de esta iniciativa es el aprecio a la naturaleza y crear conciencia entre la población.

“En el espacio recuperado se ha instalado un mirador, con la finalidad de organizar visitas guiadas, ya que es una importante zona ecológica, hábitat para anfibios, aves y plantas, y constituye un pulmón verde para el distrito”, explica Jorge Hurtado, jefe de Acción Social para la Refinería La Pampilla.

Queda claro, entonces, que la creación de alianzas estratégicas con el gobierno local, con organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil, es un recurso muy efectivo de la gestión social. También queda demostrado que es posible impulsar acciones responsables desde la empresa privada, en armonía con el entorno inmediato.

The companies, whose activities imply the use of resources, have a double commitment with the environment that surrounds them. On the one hand, the implementation of Managerial Social Responsibility (RSE) plans is a voluntary ethical commitment that will depend on every company's vision. On the other hand, it means a tangible benefit to them.

“When this type of management is implemented, there is an operative costs reduction since we have a waste, recycling or energy efficiency control”, points out Henri Le Bienvenu, CEO of Peru 2021, association which gathers together Peruvian companies with good RSE practices.

It is clear that, given the manifestation of new environmental problems, the company turns out to be the most powerful mechanism to produce the necessary changes to avoid and turn around the environmental and social impacts. A bigger public study and the increasing demands

to act in a social-responsible way are arising in the world. The governments, workers, NGOs and the public in general, expect more ethics and responsibility elements from the companies.

Precisely, the agenda of the V Summit of Heads of state and Government of Latin America, The Caribbean and the European Union, includes two foremost topics for Latin America development: the struggle against poverty and the environment.

Good neighbors

In Lima, Repsol YPF is one of the companies which has taken the environmental care very seriously. Its commitment is showed by the permanent actions to preserve Ventanilla's wetlands and the implementation of a drip-irrigation system for the conservation of the district's green areas.

Loyal to the RSE spirit, which also seeks to strengthen people for the long-term projects' sustainability, Repsol YPF an-

nually promotes days of beach and wetlands cleaning, with the participation of dozens of volunteers. They, provided with sanitary equipment, gather solid litter and waste. The objective of this initiative is to appreciate the nature and to create awareness between the population.

“In the recovered space a scenic viewpoint has been settled, with the purpose of organizing guided visits, since it is an important ecological zone, habitat for amphibians, birds and plants, and since it constitutes a green lung for the district”, explains Jorge Hurtado, chief of Social Action for Refinería La Pampilla.

It remains clear then, that the creation of strategic alliances with the local government, non-governmental organizations and with the civil society is a very effective resource of the social management. It is also demonstrated that it is possible to promote responsible actions from the private company, in harmony with the immediate environment.



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

Un mundo de Modernidad y Excelencia

Alta calidad en enseñanza superior y garantía de formación profesional con excelencia y competitividad

- 5 Facultades,
- 13 Programas Académicos Profesionales,
- Escuela de Post Grado

- Derecho y Ciencias Políticas
- Ingeniería (Industrial, Sistemas, Civil)
- Ciencias Sociales y Educación (Educación, Turismo)
- Ciencias de la Salud (Estomatología, Enfermería, Obstetricia, Puericultura y Psicología)
- Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (Economía, Administración, Contabilidad)

Urbanización Ingeniería, Larapa Grande, San Jerónimo - CUSCO - PERÚ
Teléfonos: (084) 270874 - (084) 273390 - (084) 271448 • Telefax: (084) 271438
www.uandina.edu.pe
Filiat: Puerto Maldonado (082) 572212
Subsedes: Quillabamba (084) 281880 • Sicuani (084) 352714 • Calca (084) 202214



Innovando las FRANQUICIAS en el PERÚ

Ceviches • Arroz con mariscos
Chaufas • Jaleas • Chicharrón
Parihuelas • Sudados



Disfrútenos en cualquiera de nuestros 3 locales:
Blondet 216 San Isidro T. 441 2792
Av. Aviación 2854 San Borja T. 225 9310
Food Court del Parque Cánepa



Amenaza provocada

Provoked menace

El cambio climático afectará más a países en desarrollo si no se toman medidas urgentes

The climatic change will affect more to countries in development if urgent measures are not taken

En tiempos de grandes desarrollos industrial y tecnológico, el ser humano se encuentra frente a la mayor amenaza medioambiental de su historia: el cambio climático. Ello debido, básicamente, a las actividades humanas que emiten gases de efecto invernadero a la atmósfera. Existe consenso científico en que tales gases, como el

CO₂, producen el calentamiento global, acarreando consecuencias catastróficas.

En este contexto, organismos y países de todo el mundo trabajan para lograr un modelo energético sostenible y una revolución energética capaz de reducir las emisiones de CO₂, tratando de tener un planeta habitable. “Un gran reto para toda

la humanidad”, afirma Gustavo Wilchez-Chaux, asesor internacional del proyecto PREDECAN (Prevención de Desastres en la Comunidad Andina) y reconocido especialista en temas ambientales.

Responsabilidad y consecuencias

“Responsables somos todos. Los países industrializados, en mayor medida,

*Pastoruri, claro ejemplo del cambio climático.
Pastoruri, plain example of climatic change.*



pero seremos todos los que tendremos que lidiar con las consecuencias, especialmente, los países en desarrollo”, afirma Wilchez-Chaux. Agrega que los países latinoamericanos, con prácticas como la deforestación, cambios en el uso del suelo, alteraciones en los ríos, etc., están haciendo que la amenaza se acreciente aún más.

“Aun cuando todas las emisiones de gases invernadero se detuvieran mañana, por todo lo acumulado hasta ahora, tendríamos consecuencias durante los siguientes 50 años”, menciona. La temperatura media de la superficie terrestre ya ha subido más de 0,74°C en los últimos 100 años. Se prevé que aumente entre 1,1°C y 6,4°C para el año 2095. Ello generará, entre otras consecuencias graves, inundaciones, sequías, migraciones, deshielos, deforestaciones y fenómenos meteorológicos extremos. Entonces, si no se actúa urgentemente, las consecuencias serán irreversibles y afectarán a las futuras generaciones durante siglos.

Soluciones

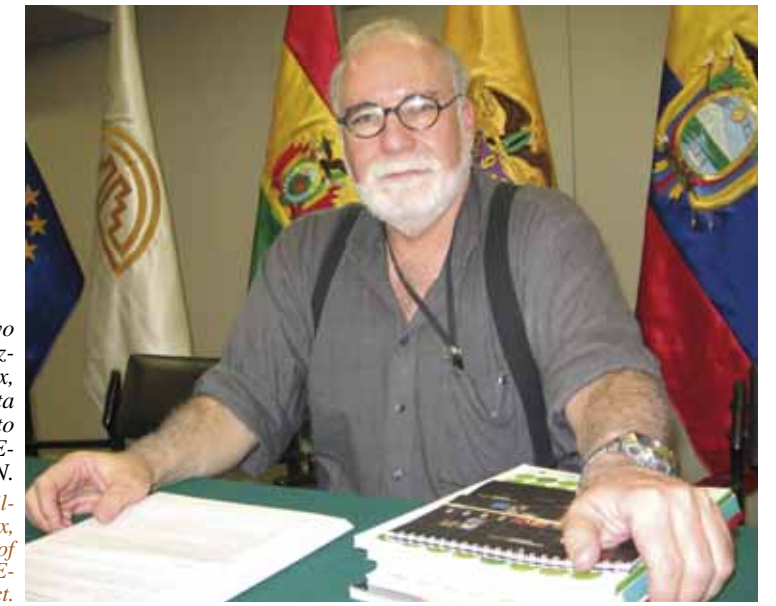
Aunque la tecnología ha avanzado en cuanto a fuentes de energías renovables y alternativas, el reto no es saber cómo generar más energía, sino, cómo consumir menos. “Si el clima está cambiando, ¿por qué no el ser humano? Si somos conscientes de lo que hemos causado y de lo que estamos viviendo, debemos cambiar. Para ellos tenemos una gran herramienta: la cultura”, acota Wilchez-Chaux.

En esa perspectiva, se deben juntar todos los recursos y las herramientas necesarias para ver cómo adaptarse a los cambios, frenando la emisión de gases y contaminando lo menos posible con programas y acuerdos internacionales que se cumplan. De lo contrario, en términos de la historia de la Tierra, el ser humano será sólo un instante geológico.

In times of big industrial and technological developments, the human being has to face the biggest environmental menace of his history: the climatic change. This is due, basically,

Gustavo Wilchez-Chaux, especialista del proyecto PREDECAN.

Gustavo Wilchez-Chaux, specialist of the PREDECAN project.



to human activities which expel greenhouse-effect gases to the atmosphere. There is a scientific consensus in which such gases, as the CO₂, produce the global warming, entailing catastrophic consequences.

In this context, organisms and countries of the whole world are working to attain an energetic sustainable model and an energetic revolution capable of reducing the CO₂ emanations, in order to maintain an inhabitable planet. “A big challenge for the humankind”, affirms Gustavo Wilchez-Chaux, international adviser of the project PREDECAN (Prevención de Desastres en la Comunidad Andina) and a well-known specialist in environmental topics.

Responsibility and consequences

“We all are responsible. The industrialized countries are responsible to a great extent, but we all will have to deal with the consequences, especially, the countries in development”, affirms Wilchez-Chaux. He adds that the Latin-American countries, by practicing the deforestation, by making changes in the use of the soil or alterations in the rivers, etc., are heightening the menace more and more.

“Even when all the emanations of greenhouse gases stop tomorrow, for everything that has been piled up so far, we would have consequences for the next

50 years”, he points out. The average temperature of the terrestrial surface has increased by more than 0,74°C in the last 100 years. It is foreseen that it might increase between 1,1°C and 6,4°C by the year 2095. That will generate, among other serious consequences, floods, droughts, migrations, thaws, deforestations and extreme meteorological phenomena. Therefore, if we do not act urgently, the consequences will be irreversible and they will affect future generations for centuries.

Solutions

Although technology has improved as for sources of renewable and alternative energy, the challenge is not to know how to generate more energy, but, how to consume less. “If the climate is changing: why not the human being? If we are aware of what we have caused and what we are living, we must change. For them we have a great tool: culture”, affirms Wilchez-Chaux.

In that perspective, we must unite all the resources and the necessary tools in order to adapt ourselves to the changes. With programs and international agreements being carried out, it could be possible to slow down the gas emissions and contaminate the least possible. Otherwise, in terms of the history of the Earth, the human being will be only a geologic moment.

Ejecutivo Internacional

International executive

La escuela de Postgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola ofrece la mejor estrategia para formar ejecutivos en negocios internacionales y comercio exterior

The Postgraduate School of the Universidad San Ignacio de Loyola offers the best strategy to educate international business and exterior commerce executives

En tiempos de crecimiento económico, apertura comercial y complejos negocios internacionales, las empresas peruanas tienen oportunidades claras de expansión, diversificación y consolidación. Por ello requiere de profesionales y ejecutivos del sector público y privado altamente competentes y competitivos. En tal sentido se han unido dos grandes instituciones: ESIC de Madrid y la Escuela de Postgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL) para formar el Master en Dirección de Negocios Internacionales y Comercio Exterior.

“En esta maestría formamos un ejecutivo capaz de competir en cualquier país y en cualquier mercado. La escuela está formada por profesionales de campo, todos los profesores y directivos tenemos experiencia empresarial”, menciona Víctor Hugo Visval, Decano de la Escuela de Postgrado de la USIL. “La estrategia es haberse aliado con la escuela número uno en Europa en maestrías de comercio exterior y marketing. He ahí una cabal evidencia de éxito.”

Por ello el Master cuenta con una estrategia curricular de cuatro módulos revisados y actualizados permanentemente. “En el módulo de introducción se desarrollan las habilidades de conectividad con cualquier nacionalidad, cultura y concepto, para lograr persuadir, tomar decisiones correctas y negociar con éxito”, acota Visval.

En los tres módulos siguientes se prepara al ejecutivo de manera estratégica, funcional y operacionalmente: En el módulo estratégico se desarrollan las



*Víctor Hugo Visval, decano de la Escuela de Postgrado de la USIL.
Víctor Hugo Visval, dean of the Postgraduate School of the USIL.*

tendencias actuales en planeamiento de empresas productivas y competitivas; en el funcional se trabaja el marketing internacional, los costos, presupuestos, gerencia de proyectos, liderazgo e imagen institucional, porque una empresa que se lanza al mercado global tiene que cambiar su organización y mentalidad.

Finalmente se trabajan las operaciones internacionales en logística, contratos internacionales, operaciones aduaneras y gestión de calidad. “A lo largo de toda la maestría se desarrolla un proyecto de gestión internacional que culmina con la comercialización de un producto a un mercado específico. También se llevan a cabo conferencias, seminarios y se ven experiencias empresariales exi-

tosas. Incluso contamos con un simulador de negocios en línea”, resalta el decano.

Y opcionalmente hay un viaje a Madrid y Barcelona para establecer redes de contacto con Europa. Así se integran los conceptos y todo está regido por una lógica de desarrollo de manera sintética y experiencial. Lo cual la diferencia de otras escuelas nacionales y extranjeras. “Si el ejecutivo peruano no despierta a una visión global y si no asume un compromiso a esos niveles, difícilmente va a tener posibilidades”, finaliza Visval. Y ése es justamente el papel de la Escuela de Postgrado de la USIL, formar emprendedores y empresarios que contribuyan al desarrollo del país, a la vanguardia de la globalización.

In times of economic growth, commercial expansion and complex international business, Peruvian companies have clear opportunities of expansion, diversification and consolidation. That is why it needs highly competent and competitive professionals and executives from the private and public sector. In that sense, two big institutions have joined: ESIC of Madrid and the Postgraduate School of the Universidad San Ignacio de Loyola (USIL) in order to create the Master degree in International Business and Foreign Trade Management.

“In this Master we educate an executive to be capable of competing in any country and in any market. The school is comprised by field professionals and all the teachers and directives have managerial experience”, says Víctor Hugo Visval, dean of USIL's Postgraduate School. “The strategy is the alliance with best Foreign Trade and Marketing Master Degree School in Europe. That is a complete evidence of success”.

The master has a curricular strategy of 4 modules permanently revised and updated. “The skills of connectivity with any nationality, culture and concept are developed in the introduction module, in order to persuade, make the right decisions and negotiate successfully”, adds Visval.

In three following modules, the executive is strategically, functionally and operationally prepared: the current trends on productive and competitive companies planning are developed in the strategic module; the international marketing, costs, budgets, projects' management, leadership and the institutional image are developed in the functional module, since a company that is going to be launched into the global market, has to change its organization and mentality. Finally, logistics' international operations, international contracts, customs operations and quality management are developed. “Along the entire Master an international management project is carried out. It ends with the commercialization of a product to a specific market. Furthermore, conferences, seminars

and successful managerial experiences are carried out and exchanged. We even have an on line business simulator”, emphasizes the dean.

As an option, there is the possibility to travel to Madrid and to Barcelona in order to establish contact networks with Europe. This way the concepts combine. It is all governed by a synthetic and experiential development method, what

differentiates it from other national and foreign schools. “If the Peruvian executive does not have a global vision and if he does not assume a commitment at these levels, he is hardly going to have possibilities”, punctuates Visval. And this is exactly the role of the Postgraduate School of the USIL, to educate entrepreneurs and businessmen who contribute to the country's development and to the globalization's avant-garde.



Los países de la Unión Europea, en su conjunto, son la principal fuente de inversión extranjera directa en el Perú, con un stock de 8 mil 491 millones de dólares. Ese monto corresponde al 55,23% del total de la inversión registrada hasta junio de 2007.

Son nueve los países de la UE que destacan por sus inversiones en nuestro país. Los más importantes, de acuerdo a cifras de ProInversión sobre la inversión acu-

La UE en el Perú

The EU in Peru

La inversión europea está, prácticamente, en todos los sectores de la economía peruana

The European investment is, practically, in all Peruvian economy sectors



mulada de 1996 a noviembre del 2007, son: España, con más de 4 600 millones de dólares; Reino Unido, con 2 552 millones de dólares; Países Bajos, con 821 millones de dólares; Italia, con 144 millones de dólares; y Alemania, con 104 millones de dólares.

Presencia diversa

La Inversión Extranjera Directa (IED) de la UE, se encuentra en casi todos los sectores de la economía peruana pero, sobre todo, en comunicaciones, finanzas y minería. Telefónica S.A., Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. (España), Duke Energy, Nextel Internacional, Pluspetrol (Reino Unido), Suez-Tractebel (Bélgica), entre otros, son solo muestra de sus grandes inversionistas.

Para el ex ministro de Economía, Pedro Pablo Kuczynski, en el Perú se puede invertir en muchos sectores, aunque en algunos hay limitaciones, como en los medios de comunicación, por ejemplo. “Se puede invertir en los servicios públicos como los teléfonos o la electricidad. Queremos competencia, no queremos que los inversionistas de un solo país dominen el área. Y hay sectores sensibles como los aeropuertos y los puertos donde pusimos, de hecho, restricciones a la inversión chilena”, indica.

Por su parte, Hans Landolt, presidente del Instituto de Defensa Legal, manifiesta que reuniones mundiales como la V Cumbre ALC-UE, sirven para poner-

se de acuerdo en declaraciones y orientaciones políticas generales de interés común, tales como la inversión para la lucha contra la pobreza y el cambio climático: “Lo que resulta paradójico, es que la mayor inversión relacionada al cambio climático se hace en los países europeos, que es en donde menos se sienten sus efectos. En cambio, en nuestros países, que son los que sufren realmente los efectos del cambio climático, hay muy poca inversión”.

En ese sentido, señala que, para que la cumbre de mayo resulte realmente beneficiosa, espera que se recojan los compromisos asumidos por la UE en cumbres anteriores, y que son exigentes en lo que al calentamiento global se refiere.

European Union countries, as a whole, are the principal source of direct foreign investment in Peru, with a stock of 8 thousand 491 million dollars. This amount corresponds to 55,23% from the total investments registered until June 2007.

The EU countries that stand out for their investments towards our country are nine. The most important, according to ProInversión figures on the total investments from 1996 to November 2007 are: Spain, with more than 4 600 million dollars; United Kingdom, with 2 552 million dollars; the Netherlands, with 821 million dollars; Italy, with 144 million dollars; and Germany, with 104 million dollars.

Assorted presence

The Direct Foreign Investment (IED)



Hans Landolt: hay que invertir para evitar cambio climático.

Hans Landolt: it is necessary to invest to avoid climatic change.

of the EU is in almost all Peruvian economy sectors, especially, in communications, finance and mining. Telefónica S.A., Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. (Spain), Duke Energy, Nextel Internacional, Pluspetrol (United Kingdom), Suez-Tractebel (Belgium), among others, are examples of their big investors.

For the Economy's former Minister, Pedro Pablo Kuczynski, it is possible to invest in many sectors in Peru, despite the limitations that some of them present, for example, the media. "It is possible to invest in public services like telephones or electricity. We want competition; we do not want investors of one single country

to control the area. And there are especial sectors like the airports and ports where we actually made, restrictions to the Chilean investment", he says.

In turn, Hans Landolt, chairman of the Instituto de Defensa Legal, states that world meetings like the V Summit ALC-UE, serve to reach agreements on declarations and general political orientations of common interest, such as the investment for the struggle against poverty and climatic change: "What turns out to be paradoxical, is that the biggest investment related to climatic change is being made in European countries, where its effects have a poor impact. However, in our countries, where the climatic change effects really take place, investments are much reduced".

In this sense, he points out that he expects that the commitments, which are very demanding as for global warming refers, assumed by the EU in previous summits are taken into account, in order to have a very fruitful May summit.

Mujeres y microcréditos

Women and microcredits

La oportunidad de salir de la pobreza a las mujeres que viven en zonas rurales, las da el microcrédito. Precisamente, Fondesurco trabaja en la implementación de servicios de microcrédito en el sur del Perú. Un estudio de la socióloga Pamela Cabala, del CICA-Universidad Católica de Santa María (Arequipa), realizada en dos distritos de Moquegua (Omate y Puquina) en donde Fondesurco está presente, demuestra que el 48,5% de personas que acceden a los préstamos, son mujeres; de ellas, alrededor del 60% pertenece al nivel educativo superior o secundario, pero no por ello han dejado de lado las labores cotidianas que realizan en el hogar. Entre tanto, el 48 % del total de estas mujeres emprendedoras, ha asumido la



toma de decisiones sobre la chacra. Ello demuestra que el acceso al microcrédito posibilita que la mujer tenga una mayor capacidad de decisión.

Microcredits give women who live in rural zones the opportunity to put

an end to poverty. In fact, Fondesurco works on the implementation of microcredit services in the south of Peru. The sociologist Pamela Cabala, from the CICA- Universidad Católica de Santa María (Arequipa), performed a study in two districts of Moquegua (Omate and Puquina) where Fondesurco is present. This study shows that 48,5% of the people who get a loan, are women; of them, about 60% belongs to the higher or secondary education level, but that has not been a reason to put behind the daily work they do at home. Meanwhile, 48% of all these enterprising women have assumed the smallholdings' decision-making. This proves that having access to microcredits allows women to have a superior decision capability.

OGD: El nuevo rumbo del turismo en el sur del Perú

DMO: the new course of tourism in the south of Peru

Organizaciones de Gestión de Destino (OGD) para un Turismo Sostenible

Destination's Management Organizations (DMO) for a Sustainable Tourism

El sur del Perú tiene mucho que ofrecer desde todo punto de vista: flora y fauna únicas, paisajes sobrecogedores, montañas sagradas cubiertas por nieve, tradiciones y fiestas populares que conservan cientos de años de historia, así como innumerables monumentos arqueológicos en los cuales uno puede descubrir la identidad del hombre andino.

En cada región del sur peruano, toda esta riqueza natural y cultural se ofrece a través de novedosos productos turísticos que son promovidos por un nuevo modelo de gestión, participativo e inclusivo, que reúne a los actores turísticos de los sectores público y privado: las OGD.



¿Qué es una OGD?

Una OGD (Organización de Gestión de Destino Turístico) es una asociación civil sin fines de lucro, en la cual coope-



ran como miembros los actores turísticos involucrados, públicos y privados, coordinando acciones para desarrollar de manera sostenible el turismo de una región o destino. Es decir, en cada región del sur peruano, una OGD reúne a representantes de la población, de las empresas privadas y del Estado para, de manera coordinada, contribuir a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones de menores recursos, a través de la actividad turística. Las OGD sostienen su accionar a través de aportes propios y el apalancamiento de fuentes privadas y públicas.

Rutas Mágicas del Sur del Perú

Las "Rutas Mágicas" son el primer fruto del trabajo coordinado de las OGD del sur peruano. Estas rutas lo llevarán a descubrir y disfrutar los más bellos y sorprendentes atractivos de las regiones del sur, enlazados por corredores que

ofrecen la oportunidad de desarrollar actividades de observación de naturaleza, deportes de aventura, turismo cultural, místico, vivencial y de disfrute de la variada gastronomía.

El pasado precolombino, virreinal y republicano, las coloridas fiestas típicas y los inolvidables paisajes del sur peruano, están presentes en estas "Rutas Mágicas" que les ofrecen las OGD a todos los viajeros del mundo.

Para mayor información de las "Rutas Mágicas del Sur del Perú", visite nuestro sitio-web: <http://www.rutasmagicas.org>

The south of Peru has a lot to offer from any point of view: unique flora and fauna, awesome sceneries, snow-covered sacred mountains, traditions and popular festivities that have hundreds of years of



history, as well as countless archaeological monuments in which anyone can discover the identity of the Andean man. In every region of the Peruvian south, all this natural and cultural richness is offered through innovative touristic products, promoted by a new participative and inclusive management model, which gathers the touristic representatives of the public and private sectors: the DMO.

What is an DMO?

An DMO (Destination Management

Organization) is a non-profit civil association, in which the public and private touristic representatives involved cooperate as members, coordinating actions to develop the tourism of a region or destination in a sustainable way. That means that in every region of the Peruvian south, an DMO congregates representatives of the population, of the private companies and of the State, in a coordinated way, in order to help improving the life conditions of the lower-income populations, through touristic activity. The DMO support their tasks through their own contributions and the leverage of private and public sources.

Magical routes of the South of Peru

The "Magical Routes" are the first piece of coordinated work of the DMO of the south of Peru. These routes will make you discover and enjoy the most beautiful and surprising attractions of the southern regions, connected by corridors that offer the opportunity to develop activities of nature contemplation; adventure sports; cultural, mystical and

experience-based tourism where you can also enjoy the varied gastronomy.

The pre-Columbian, Viceregal and Republican past, the typical colorful festivities and the unforgettable landscapes of the Peruvian south, are present in these "Magical Routes" offered by the DMO to all the travelers of the world.

For more information of the "Magical Routes of the South of Peru", visit our web site: <http://www.rutasmagicas.org>





Hispana
Consultores en Idiomas

- TRADUCCION COMERCIAL Y TÉCNICA
- INTERPRETACIÓN SIMULTÁNEA Y CONSECUTIVA
- EQUIPOS PARA CONFERENCIAS



- COMMERCIAL AND TECHNICAL TRANSLATION
- SIMULTANEOUS AND CONSECUTIVE INTERPRETATION
- CONFERENCE EQUIPMENT



INGLÉS • FRANCÉS • ITALIANO • PORTUGUÉS
ALEMÁN • ESPAÑOL • CHINO • OTROS

ENGLISH • FRENCH • ITALIAN • PORTUGUESE
GERMAN • SPANISH • CHINESE • OTHERS

T. (51-1) 348-1737 / 349-5142 / 446-3045 • C. (51-1) 99946-4523 / 9973-74489 • RPM: # 666452 #666453
Calle San Martín 377 Miraflores
traducciones@hispanaidiomas.com • www.hispanaidiomas.com



El mercado de la Unión Europea (UE) es grande, próspero y uno de los más importantes del mundo. Representa más de 700 millones de consumidores con elevado poder adquisitivo, y tiene alta demanda de una gran variedad de productos y servicios. Es, también, la plataforma de distribución para el norte de África y del Medio Oriente.

Según la Asociación de Exportadores del Perú (Adex), la exportación de productos no tradicionales hacia ese destino, alcanzó 1 279 millones de dólares en 2007. Ello implica un crecimiento del 25% frente a lo exportado en el 2006 (1 217 millones). Pero, ingresar al mercado de la UE no es cuestión de deseo: los productos alimenticios o vinculados al sector deben cumplir una serie de requisitos sanitarios.

Fácil y gratis

Existen dos niveles de requisitos: los dictados por la legislación comunitaria (reglamentación común a los 27 estados) y los que determina cada estado miembro. El factor predominante que permitirá identificar estos requisitos, será la partida arancelaria.

Plaza futura

Future horizons

Exportar a la UE no es difícil. Solo hay que cumplir sus exigentes requisitos

To export to the EU is easy. You only have to meet its demanding requirements

Dependiendo del producto y del país de destino, existen requisitos específicos. La manera más fácil de conocerlos es a través de la página web <http://exporthelp.europa.eu>. Además, para obtener mayor información sobre cómo exportar a la UE, la Comisión Europea ha creado el servicio en línea de "Ayuda a la Expansión de las Exportaciones". El correo electrónico es export-help@cec.eu.int y el servicio es gratuito.

Si bien el Perú goza desde el 2006 de los beneficios del Sistema de Preferencias Generalizadas Plus (SPG +), que permite a las exportaciones ingresar

con arancel cero, para aprovechar mejor las ventajas es necesario conseguir la eliminación de las llamadas 'barreras no arancelarias', en especial para los productos no tradicionales.

El ingreso de productos naturales procedentes de nuestro país, puede ser una realidad si la UE levanta, en los próximos cinco meses, las barreras paraarancelarias que impuso desde el año 2000. De concretarse, se reiniciarán las exportaciones de productos como el camu camu, el yacón, la lúcuma y el sachu inchi que, a la fecha, tienen restricciones para ingresar a este bloque comercial.

Sobre el particular, el presidente de Adex, José Luis Silva, manifiesta que gracias a las gestiones del Grupo de Trabajo Nacional, presidido por el Instituto Peruano de Productos Naturales, se logró que la Comisión Europea publicara, recientemente, el proyecto para la modificatoria del reglamento EC 258/1997 que impide dichas exportaciones.

La modificatoria de la normativa permitirá que el exportador sólo notifique a la Comisión Europea el nombre del producto, su composición y el país de origen, con el acompañamiento de la información documentaria probatoria de la historia de uso seguro de dicho alimento en Perú.

The European Union (EU) market is big, prosperous and one of the most important of the world. It represents more than 700 million consumers with high purchasing power, and it has a great demand of a vast variety of products and services. It is, also, the distribution platform for the north of Africa and the Middle East.

According to the Asociación de Exportadores del Perú (Adex), the exportation of non-traditional products to the mentioned destinations reached 1 279 millions dollars in 2007. That implies a 25% growth according to the exported products in 2006 (1 217 million). However, entering into the EU market is not a matter of desire: the food or sector-related products must meet a series of sanitary requirements.

Easy and for free

There are two levels of requirements: those established by the community legislation (common regulations for the 27 states) and those determined by every member state. The predominant factor that will allow to identify these requirements will be the tariff heading.

There are specific requirements depending on the product and the destination country. The simple way to know them is through the web site <http://exporthelp.europa.eu>. Furthermore, to get more information on how to export to the EU, the European Commission has created the online service "Export Helpdesk".

The e-mail is export-help@cec.eu.int and the service is free.

Although Peru enjoys the benefits of the Sistema de Preferencias Generalizadas Plus (SPG +) since 2006, which allows the exports to enter with zero tariff; in order to exploit the advantages it is necessary to achieve the elimination of the so-called 'non-tariff barriers', especially for non-traditional products.

The admittance of natural products from our country can be a reality if the EU removes, in the next five months, the "paraarancelarias barriers" established since the year 2000. If removed, the export of products such as the camu camu, yacón, lúcuma and the sachu inchi would restart, since, at the moment,

there are restrictions for entering into this commercial area.

About this particular matter, the chairman of Adex, José Luis Silva, states that thanks to the management of the National Work Group, presided by the Peruvian Institute of Natural Products, the European Commission recently published the regulation EC 258/1997 modification project, which restrains the mentioned exports.

The modification of this regulation will allow the exporter to inform to the European Commission only the product's name, its composition and the country of origin, along with the respective probative document of the product's safe-use history in Peru.



Riqueza patrimonial

Heritage's richness

Monumentos históricos recuperados en Arequipa, en Ayacucho, en Cusco y en Lima

Historical monuments were recovered in Arequipa, Ayacucho, Cusco and Lima



Casona de San Marcos.

El haber heredado uno de los patrimonios históricos y culturales más importantes de América ha hecho que los peruanos se sientan orgullosos de su pasado y el país sea uno de los de mayor atractivo turístico.

Sin embargo, el paso del tiempo, las inclemencias del clima y los fenómenos naturales, han hecho que sus principales monumentos históricos se deterioren y, en algunos casos, hasta desaparezcan.

Cultural y turístico

La Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo (AECID), impulsó el Programa de Patrimonio Cultural en el Perú, que contempla la Rehabilitación de Centros Históricos y Restauración de Monumentos, en ciudades como Arequipa, Ayacucho, Cusco y Lima.

Entre las obras concluidas en Lima destaca el Proyecto Integral de Restauración de la Casona de San Marcos, así como el Proyecto de Formación de la Iglesia San Pedro. En Ayacucho se remodeló las primeras cuadras del jirón Asamblea y se ha recuperado la Cas-

na Velarde Álvarez.

En Cusco, destaca la rehabilitación de la calle Hospital en el tradicional Barrio San Pedro y otros espacios de la ciudad con el apoyo de la Municipalidad de Cusco, grupos de pobladores y con la Escuela Taller de la zona.

Entretanto, en la ciudad de Arequipa, destaca la recuperación del Convento de la Recoleta, Templo de la Tercera Orden Franciscana, el atrio de San Francisco y la Plaza Colón.

To have inherited one of the most important historical and cultural legacies from America as well as the fact that Peru is one of the most tourist-attraction countries has made Peruvians feel proud of their history.

Nevertheless, time, climate harshness and natural phenomena have deteriorated its main historical monuments and, in some cases, they have made them disappear.

Cultural and touristic

The Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), promoted the Cultural Heritage Program in Peru, which consists of the Rehabilitation of Historical Centers and Restoration of Monuments in cities like Arequipa, Ayacucho, Cusco and Lima.

Among the finished-works in Lima, the Integral Restoration Project of the Casona de San Marcos and the Renovation Project of San Pedro's Church stand out. In Ayacucho the first blocks of the Jirón Asamblea were rehabilitated and the Casona Velarde Álvarez has been restored.

In Cusco, the Hospital street renovation in the traditional Barrio San Pedro and other places of the city stand out, thanks to the support of the Municipality of Cusco, inhabitants' groups and thanks to the local School Workshop.

Meanwhile, in the city of Arequipa, the reconstruction of La Recoleta Convent, the Third Franciscan Order Temple, San Francisco atrium and the Plaza Colón attract all the attention.



Francisco Martinotti, presidente de FOGAPI, garantiza apoyo a pequeños exportadores. Francisco Martinotti, chairman of FOGAPI, guarantees to support the small-sized exporters.

Pro exportación

In favor of exportation

El Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI) impulsa exportaciones de las pymes

The Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI) promotes Micro and Small-sized enterprises (MYPE) exports

Cuatro meses de su lanzamiento, el FOGAPI Exportador se consolida como un apoyo esencial para la garantía que necesitaban las micro y pequeñas empresas en su ruta hacia la exportación.

“Las pequeñas empresas ya se están poniendo los pantalones largos. Eso nos impulsó a crear un producto financiero que apoyara a las pequeñas empresas que quisieran exportar”, afirma Francisco Martinotti, presidente del Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI).

Mejor garantía

En alianza con otras instituciones iberoamericanas de garantía, FOGAPI le asegura al exportador el pago de sus productos en la fecha y el monto acordados. Su personal capacitado e involucrado con la problemática del sector

mype son dos aspectos importantes que se traducen en confianza.

Durante sus 28 años de existencia, FOGAPI ha dado garantías por más de 1 000 millones dólares. Solo el año pasado apoyó a más de 90 000 micro y pequeñas empresas por unos 270 millones de dólares. En lo que va del año ya son 22 000 empresas beneficiadas por un monto que supera los 90 millones de dólares.

“Tenemos un crecimiento del 14% entre enero-abril en relación al número de empresas”, refiere Martinotti. Las pequeñas empresas que apoya FOGAPI pertenecen a diversos sectores, tales como industria, servicios, comercio, construcción y demás.

El FOGAPI nació por una iniciativa de los gremios empresariales que involucraban a la Sociedad Nacional de Industrias,

la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú -APEMIPE- y del Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI) y el apoyo de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ).

At four months of being launched, FOGAPI Exportador consolidates itself as an essential support for the guarantee the micro and small-size enterprises need in their way to exportations.

“The small-size enterprises are already taking the control. That encouraged us to create a financial product to support the small-size enterprises who want to export”, affirms Francisco Martinotti, chairman of the Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI).

Better guarantees

In alliance with other Latin-American guarantee institutions, FOGAPI assures the exporter the payment for their products at the date agreed and the payment of the amount settled. Its staff, qualified and involved with the MYPE problematic, comprise the two main aspects that stand for trust.

During its 28 years of existence, FOGAPI has granted guarantees for over 1 000 million dollars. Only last year, it supported more than 90 000 micro and small-sized enterprises with approximately 285 million dollars. So far this year, 22 000 companies have been benefited with a total amount that overcomes the 90 million dollars.

“We have recorded a growth of 14% between January and March in relation to the number of companies”, details Martinotti. The small-size enterprises supported by FOGAPI belong to different sectors, such as industry, services, commerce, construction and others.

FOGAPI was created by an initiative from the managerial unions, which included the Sociedad Nacional de Industrias, the Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú -APEMIPE- y del Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI), and the support of the German Cooperation for sustainable Development (GTZ).



Tierra de naturaleza pródiga y culturas ancestrales, Perú es uno de los destinos más interesantes para el turista extranjero. De acuerdo a los últimos registros de visitas internacionales, España es el primer mercado emisor de viajeros al país. Luego están Reino Unido, Francia y Alemania.

Entre los destinos más visitados, se pueden citar: Machu Picchu y Camino Inca, en Cusco; el valle del Colca, en Arequipa; el Parque Nacional Huascarán, en Áncash.

Cusco imperial

La Ciudad de los Incas alberga impresionantes vestigios arquitectónicos, históricos y naturales. Tal es el caso del Camino Inca, considerado como la ruta de trekking más concurrida del Perú y una de las más espectaculares de América.

El Santuario Histórico de Machu Picchu, es sinónimo de misticismo. Quienes lo han visitado aseguran que el lugar irradia energía. Otros centros de magnetismo son Quenqo, Tambomachay, Kusilluchayuq, Ollantaytambo, etc.

La Fortaleza de Sacsayhuamán, con sus grandes explanadas, es uno de sus principales atractivos turísticos, además de ser el escenario perfecto para la festividad del Inti Raymi. Sus enormes piedras miden hasta seis metros de alto por tres de ancho.

Tierra del Misti

A 1 003 kilómetros de Lima, se encuentra Arequipa, conocida como Ciudad Blanca por el uso del sillar, piedra volcánica propia del lugar. Su hermosa arquitectura colonial se deja ver en cada una de sus calles. El monasterio de Santa Catalina – fundado en 1570 como convento de clausura y que recién en 1970 abrió sus puertas al público– y la Catedral, que además de contener valiosas piezas de arte, son una muestra de ello.

Pero Arequipa no solo es arquitectura. Sus paisajes naturales también son de gran atractivo. El valle del Colca, por ejemplo, donde se encuentra el segundo



A conquistar europeos

To delight Europeans

A ojos de los viajeros europeos, Perú es un destino turístico altamente atractivo

To the eyes of European travelers, Peru is a highly attractive touristic destination

cañón más profundo del mundo (más de 3 mil metros), es ideal para el canotaje, el trekking y el ciclismo de montaña.

Áncash

El Parque Nacional del Huascarán no sólo ofrece bellos paisajes; también la posibilidad de practicar deportes de aventura, sobre todo entre mayo y septiembre. Sus montañas y nevados ofrecen diferentes opciones y grados de dificultad para quienes gustan del andinismo.

Para los amantes del trekking de montaña, la Cordillera Huayhuash resulta ideal. Rodear sus 180 km puede demorar hasta 12 días ya que se debe atravesar picos nevados, como el Yerupajá (6634 msnm) y docenas de lagunas y abras. La ruta corta (Llamac-Jahuacocha) toma dos días. El ciclismo de montaña utiliza los recorridos que unen la laguna de Llanganuco con el poblado de Yungay y el que va de Punta Olímpica a la ciudad de Carhuaz.

Land of bountiful nature and ancestral cultures, Peru is one of the most alluring destinations for foreign tourists. According to the last international-visit records, Spain is the first travelers' origin market to the country, followed by the United Kingdom, France and Germany.

Among the most visited destinations are: Machu Picchu and Camino Inca, in Cusco; the Valle del Colca, in Arequipa; and the Parque Nacional Huascarán, in Áncash.

Imperial Cusco

The City of the Incas has extraordinary architectural, historical and natural vestiges. An example of this is the Camino Inca, considered as the most visited trekking route of Peru and one of the most spectaculars of America.

The Historical Sanctum of Machu Picchu stands for mysticism. Those who have visited it assure that the place radiates energy. Other places of magnetism are Quenqo, Tambomachay, Kusilluchayuq, Ollantaytambo, etc.

The Sacsayhuamán Fortress, with its extensive plain areas, as well as being one of the foremost touristic attractions, it is also the perfect place for celebrating the Inti Raymi feast. Its enormous stones are six meters high by three meters wide.

Misti Land

Arequipa is located at 1 003 kilometers

deepest cannon is located (more than 3 thousand meters), is perfect for canoeing, trekking and mountain cycling.

Áncash

The Parque Nacional Huascarán not only offers beautiful landscapes but also the possibility to practice adventure sports, especially between May and September.



from Lima and it is known as La Ciudad Blanca since the use of the ashlar, Arequipa's typical volcanic stone. Its beautiful colonial architecture can be seen in every street. Santa Catalina's Monastery – founded in 1570 as closing convent and opened to the public in 1970 – along with the Cathedral, which contains valuable art pieces, are examples of such beauty.

However, Arequipa is not plain architecture. Its natural landscapes are also a main attraction. For example, the valle del Colca, where the world's second

Its mountains and snow-capped mountains offer different options and difficulty levels for those who like mountaineering.

For the trekking lovers, the Cordillera Huayhuash is just perfect. To surround its 180 km can take up to 12 days since it is necessary to cross snow-capped peaks, like the Yerupajá (6 634 msnm) and dozens of lagoons and coves. The short route (Llamac-Jahuacocha) takes 2 days. The mountain cycling takes the routes that connect Llanganuco lagoon with the town of Yungay and the route that goes from Punta Olímpica to the city of Carhuaz.



La puesta en valor de la fortaleza de Kuélap forma parte del plan Copesco.
Enhancing the Kuélap Fortress is part of the Copesco plan.

Amigos del turismo

Sightseeing supporters

Cooperación Europea apoya proyectos de desarrollo turístico en el Perú

European cooperation supports touristic-development projects in Peru

A través de nuestro territorio encontramos una serie de monumentos históricos que el paso del tiempo ha deteriorado, o nuevos descubrimientos que deben ser puestos en valor y que, con adecuados trabajos de restauración, se convierten en ejes de zonas turísticas.

Diversos organismos del Estado están encargados de realizar trabajos a favor de la restauración y recuperación de monumentos históricos, como el Instituto Nacional de Cultura, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a

través del Plan Copesco, los gobiernos regionales, entre otros.

Sin embargo, muchos proyectos necesitan de mayores inversiones y aportes técnicos que llegan a nuestro país a través de la cooperación internacional.

Apoyo europeo

España, Francia, Italia, Alemania, entre otros países de la Unión Europea, a través de sus agencias oficiales de cooperación internacional, colaboran con el impulso de proyectos de desarrollo turístico. Este apoyo se da a través de

la restauración de zonas arqueológicas, iglesias, conventos, museos de sitio, casonas coloniales, entre otros monumentos.

El majestuoso Museo Tumbas Reales de Sipán, por ejemplo, tuvo el aporte de casi un millón de dólares del Fondo de Contravalor Perú-Suiza, acogándose al sistema de canje de deuda por inversión social, por lo que se pudo concretar la construcción y el estudio técnico para la museografía apoyando, de esta manera, el desarrollo del turismo del norte, que va por buen camino.

Actualmente, en el marco del programa de crecimiento económico sostenible y a través de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (Cosude), se desarrolla el proyecto PCC-Turismo Sostenible en la macrorregión sur, con un aporte de casi 900 mil dólares.

En el caso del Santuario Histórico y Ecológico de Choquequirao, gracias al Fondo Contravalor Perú-Francia, se proyectó una inversión de 5 millones de euros para los estudios y obras necesarios, a fin de poner en valor tan maravillosa zona arqueológica. Cabe destacar que Choquequirao, con sus edificaciones, muros y andenes, constituye una prueba más del rico legado histórico del tiempo de los incas.

A la vanguardia

Las nuevas tendencias turísticas, como el ecoturismo, que buscan destinos ligados a la naturaleza y que la actividad se constituya en un factor de cuidado de la ecología y del desarrollo de las comunidades, tampoco están solas. La oficina de Cooperación Alemana para el Desarrollo (GTZ), por ejemplo, trabaja tres proyectos en el marco del programa Perubiodiverso.

Este programa promueve, entre otras, actividades de ecoturismo, observación de aves, de flora y de paisajes en las regiones de San Martín y de Amazonas. Otros proyectos similares aportan experiencias que aclararán el camino hacia el verdadero desarrollo sostenible del turismo.

In our country we find a series of historical monuments that time has damaged, as well as new discoveries that must be enhanced with appropriate restoration works, in order to become touristic zones.

Through the Plan Copesco, the regional governments and others, different State organisms such as the National Institute of Culture and the Foreign Trade and Tourism Ministry are in charge of carrying out works to restore and recover historical monuments.

Nevertheless, many projects need larger investments and technical contributions that are getting to our country thanks to the international cooperation.

European support

Spain, France, Italy, Germany, among other European Union countries, collaborate with the promotion of tourist development projects thanks to their official international cooperation agencies. This support is possible by the means of the restoration of archaeological zones,

churches, convents, on-site museums, colonial big houses, among other monuments.

For example, the majestic Tumbas Reales de Sipán Museum received the almost a million dollars contribution from the Peru-Switzerland Counterpart Fund, making use of the debt-for-social investment exchange system. Thanks to that, it was possible to carry out the construction and the technical study for the museography, thus supporting the development of the tourism in the north, which is doing very well.

At present, within the framework of the economic sustainable growth program and by the means of the Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (Cosude), the PCC Sustainable Tourism project is being carried out in the southern macroregion, with a contribution of almost 900 thousand dollars.

In the case of the Historical and Ecological Sanctum of Choquequirao, thanks to the Peru-France Counterpart Fund,

a five-million euros investment was assigned for the necessary studies and works, in order to enhance such wonderful archaeological zone. It is necessary to emphasize that Choquequirao, with its buildings, walls and platforms, constitutes one more prove of the abundant historical legacy of the Incas times.

Towards avant-garde

The new touristic trends, like ecotourism, that look for nature-bounded destinations and which activities constitute an ecology preservation and communities development factor, are not left behind. The German Cooperation for Sustainable Development (GTZ) office, for example, is working on three projects within the framework of the program Perubiodiverso.

This program promotes ecotourism activities, birds, flora and landscapes contemplation, among others, in the regions of San Martín and Amazonas. Other similar projects contribute with experiences that will clear the way to the real tourism sustainable development.

Más energía

More energy

Proyectos de Centrales Hidroeléctricas San Gabán III y San Gabán IV

Projects San Gabán III and San Gabán IV Hydroelectric Power stations

Teniendo en cuenta el gran potencial hidroenergético que posee la cuenca del río San Gabán, la Empresa de Generación Eléctrica San Gabán S.A., desde el año 2003, inició la elaboración del Estudio a Nivel de Perfil de la Central Hidroeléctrica San Gabán III (174 MW), la que se ubica inmediatamente aguas abajo de la Central Hidroeléctrica San Gabán II. Actualmente, el contratista CESEL S.A. está culminando el estudio de Pre factibilidad y en junio de 2008 será puesto a consideración del Ministerio de Energía y Minas (SNIP).

Asimismo, ya se iniciaron los Estudios

de Preinversión de la Central Hidroeléctrica San Gabán IV (130 MW), en la cabecera del complejo hidroenergético San Gabán que considera cuatro centrales hidroeléctricas. Con estos proyectos se obtendrá una mejora de la matriz energética en el Perú, incremento del canon para Puno y sobre todo, energía limpia, reduciendo las emisiones del CO2.

Since the big hydroenergetic potential the basin of San Gabán river has, the electric company San Gabán S.A., since 2003, has started the profile-leveled study of the Power station San Gabán III (147 MW), located downriver



from the Power Station San Gabán II. Nowadays, the contractor CESEL S.A. is concluding the pre-feasibility study, and, in June 2008 it will be presented to the Energy and Mines Ministry (SNIP) for consideration.

In the same way, Preinversión's studies of the power station San Gabán IV (130 MW) have started, at the top of the San Gabán hydroenergetic complex, which considers four power stations. With this project, it will be possible to attain the energy's center improvement, increase the canon for Puno and, especially, clean energy, to reduce CO2 emissions.

Para descansar bien

To slumber with comfort

Komfort, la primera fábrica de colchones en el Perú, sigue siendo la marca más reconocida en todo el país

Komfort, the first mattresses factory in Peru, is still the most recognized brand in the whole country



Carlos Llanos, de Komfort, asegura que la calidad caracteriza a los productos de su empresa. Carlos Llanos, from Komfort, assures that the quality stands for the products of his company.

La historia se remonta a la llegada de Salvador Salinas, fundador de la marca, en el año 1995, desde La Habana (Cuba), para producir colchones de manera exclusiva para Sears Roebuck del Perú (hoy Saga Falabella). Con el trabajo de Salinas no solo la gerencia de Sears Roebuck quedó satisfecha sino, el público limeño, también.

Ese fue el punto de partida del éxito de Komfort que ha permitido cuenta con tiendas propias en distintas ciudades del norte, del centro y del sur del país.

Punto de partida

“Estamos orgullosos de habernos exigido, desde un comienzo, que nues-

tros colchones lleguen a los clientes en perfectas condiciones y, como nuestro nombre lo indica, que den el máximo confort durante el sueño profundo o si se trata de un simple descanso”, afirma Carlos Llanos, gerente general adjunto de Komfort.

Asimismo, afirma que la industria formal de colchones en el Perú crece en un mar de informalidad que bordea casi el 50% de la producción: “Pese a ello, como lo que cuenta es la calidad, Komfort sigue siendo un producto preferido por el público peruano”.

Por su parte, Julio César Canto, gerente comercial y de marketing, explica que el crecimiento de Komfort, en cuanto a fac-

turación, es del 29% respecto al periodo 2006: “Para este periodo se ha proyectado un crecimiento no menor del 30%”.

Por ello, requerirá inversión en maquinarias de última generación en la industria del descanso, para ampliar su capacidad de producción y así poder seguir ofreciendo productos innovadores para el reposo.

“Mantendremos nuestra posición entre las empresas más competitivas del mercado, trabajando en equipo, con planificación y disciplina. Asimismo, generamos empleo directo a más de 200 personas, quienes constituyen el principal recurso y la mayor fortaleza de la empresa”, precisa.

Proyectos

El objetivo de la empresa es crecer un 35% para el presente año, para lo cual vienen implementando la creación de la División Hotelera e Institucional para dar soporte integral al rubro.

Mejorar la cobertura es, indudablemente, otra de las estrategias previstas para el 2008, ya sea con la cadena de tiendas propias -actualmente diez a nivel nacional y, probablemente, tres más antes de fines del próximo- o con tiendas de grandes superficies (tiendas por departamento y autoservicios), que tienen activos planes de expansión para el próximo año. (PR.)

The story goes back to Salvador Salinas's arrival from Havana (Cuba), who was founder of this brand, in 1995. He came to produce mattresses exclusively for Sears Roebuck of Peru (today Saga Falabella). With



Julio César Canto, gerente comercial y de marketing.

Julio César Canto, Commercial and Marketing manager.

Salinas's work not only Sears Roebuck's management was satisfied but also the inhabitants of Lima.

This was the starting point of Komfort's success which has allowed it to have its own stores in different cities of the north, center and south of the country.

Starting point

“We are proud of having demanded ourselves, from the beginning, to deliver our clients mattresses in perfect conditions and, like our brand name says, it is all about providing the maximum comfort during deep sleep or a simple nap”, affirms Carlos Llanos, Komfort's Assistant General Manager.

He also affirms that the formal mattresses industry in Peru grows within bountiful informality that borders almost 50% of

the production: “Despite that fact, what counts is quality; therefore, Komfort is still the favorite product among Peruvian population”.

In turn, Julio César Canto, Commercial and Marketing manager, explains that Komfort's growth, as for invoicing, is 29% regarding the period 2006: “For this period we have projected a growth of not less than 30%.”

To achieve that, it will be necessary the investment in state-of-the-art machinery in the rest industry, in order to expand its production capacity and therefore, keep offering innovative products for sleeping.

“We will maintain our position among the most competitive companies of the market, working as a team, with planning and discipline. Likewise, we generate direct employment to more than 200 persons, who constitute the main resource and the biggest strength of the company”, he adds.

Projects

The company's objective is to grow by 35% in the current year; that is why they are implementing the creation of the División Hotelera e Institucional in order to give integral support to this area.

To improve the expansion is, definitely, another strategy foreseen for 2008, whether with the owned-stores chain -currently ten nationwide and, probably, three more before the end of the next year- or with big stores (department stores and self-service stores), which have active expansion plans for the next year.



BODEGA Y VIÑEDOS
LA CARAVEDO

Pisco Orgánico

Carretera Panamericana Sur Km. 298,
Camino de Reyes s/n, Fundo La Caravedo,
Salas Guadalupe - Ica - Perú
T. 9833-4729 / 9836-5944
lacaravedo@viabcp.com
pedidosperu@lacaravedo.com
www.lacaravedo.com

La cálida ciudad de Piura recibió a los 114 delegados que conformaron los grupos de Pesquería y Conservación de Recursos Marinos de APEC. El viceministro de Pesquería, Alfonso Miranda, señala que este tipo de actividades le permite al Perú demostrar su potencial pesquero y, además, le brinda la oportunidad de proponer proyectos y postular a fondos para su ejecución.

Por su parte, Fernando Sánchez, subgerente de Promoción de Inversiones del Gobierno Regional de Piura, explica que Perú alcanzó propuestas para el control de pesca a gran escala, la contaminación del mar en los puertos de mayor tráfico, entre otros.

Resultados

Una de las principales conclusiones a las que se llegó sobre el manejo pesquero, es que la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada (IUU, por sus siglas en inglés) es un grave problema, con un costo aproximado de cinco millones de dólares al año. También se decidió que, a partir del segundo semestre del presente año, el Perú tenga a su cargo la secretaría de la Red de Acuicultura de las Américas.

Concluida las reuniones, Nguyen Viet Manh, alto funcionario del Departamento de Cooperación Internacional del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Vietnam, mostró interés en comprar harina de pescado de Perú para sostener el crecimiento de su producción acuícola (en lagos y en ríos). Sin duda una noticia que avizora un gran futuro al sector pesquero.

The warm city of Piura welcomed the 114 delegates who comprised the Fishing Working Group and the Marine Resource Conservation Group of the APEC. The Fishing Vice-minister, Alfonso Miranda, points out that this type of activities not only allows Peru to demonstrate its fishing potential; but also, it gives Peru the opportunity to propose projects and; therefore, to apply for funds for their execution.



Delegados de APEC -reunidos en el Hotel Río Verde.
APEC delegates -gathered together at the Hotel Río Verde.

Buena pesca

Good fishing

Riqueza marina peruana quedó ratificada en reciente reunión de APEC

Peruvian sea richness was ratified in recent APEC meeting

In turn, Fernando Sánchez, assistant manager of the Promoción de Inversiones del Gobierno Regional de Piura, explains that Peru attained proposals for the large-scale fishing control, contamination of the sea in the major-traffic ports, among others.

Results

One of the main conclusions the work group reached, as for the fishing control, is that Illegal, Unregulated and Unreported Fishing (IUU), is a serious problem, with an approximate cost of five million dollars a year. Likewise,

it was decided that, from the second semester of the current year, Peru should be in charge of the Secretary Office of the Aquaculture Network for the Americas (ANA).

After the meetings, Nguyen Viet Manh, vice-chairman of the Departamento de Cooperación Internacional del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Vietnam, showed interest in buying fish flour from Peru in order to support its aquiculture production growth (in lakes and rivers). It is definitely, news that foresees a great future to the fishing sector.



EXPORTAR PRESENTE

Perú Moda 2008, el evento de la moda por excelencia, tuvo como participante en uno de sus stands a EXPORTAR así como a otra de las publicaciones de nuestra empresa: ALPACA DEL PERU.

INGEPET 2008

Miembros del comité técnico y de la comisión organizadora del VI Seminario Internacional "Exploración y Producción de Petróleo y Gas" INGEPE 2008 posan para la foto oficial: De izquierda a derecha: Pedro Alarcón, Mario Alva, Julio Rodríguez, José Luis Sebastián, Tomás Díaz, Carlos Vives, Mauro Cataño, Ricardo Teja, Juan José Guimarey, Hempler Hernández, Carmen Gutiérrez, Rolando Bolaños, Lucio Carrillo, César Montes, Walter León, Orlando Pereyra, Guillermo Muñoz -Delgado, Víctorino Siu, Eduardo Maestri, Humberto Barbis, Miguel Celi, Luis Suárez, Julio Icaza.



AHORA O NUNCA

Personalidades del sector empresarial y gubernamental hicieron la presentación de Perú Ahora, marca país para el Año de las Cumbres Mundiales en el Perú. Entre ellos estuvieron la ministra Mercedes Aráoz, el canciller José Antonio García Belaunde, el presidente del CEAN ALC-UE, Ricardo Vega Llona así como el presidente ejecutivo de Interforum, Jorge Salmón.



Relación comercial Perú-UE

Peru-EU Commercial relationship

El compromiso de los líderes de América Latina, el Caribe y la Unión Europea consiste en adoptar medidas concretas que aseguren que el crecimiento económico de la región se traduzca en un desarrollo sostenible, una efectiva reducción de la pobreza, y mejores condiciones de vida para sus ciudadanos.

Por otro lado, para el Perú, la Unión

Europea es un mercado de nivel mundial de 500 millones de personas, con un ingreso per capita de unos 32 mil dólares, es el primer inversionista, el primer cooperante y el tercer socio comercial.

The commitment of the leaders of Latin America, the Caribbean and the European Union, consists of adop-

ting concrete measures that guarantees the translation of the region's economic growth into a sustainable development, an effective reduction of poverty and into better life conditions for their citizens.

On the other hand, for Peru, the European Union is a worldwide market of 500 million people, with an income per capita of approximately 32 thousand dollars. It is the first investor, the first cooperating entity and the third commercial partner.

Consolidado de Intercambios Comerciales entre el Perú y la Unión Europea (Periodo enero-octubre 2007)

Commercial Exchanges between Peru and the European Union Report (Period: January - October 2007)

| Países / Countries | Exportación US\$ MM / Exports in million dollars | Importación US\$ MM / Imports in million dollars | Intercambio US\$ MM / Exchange in million dollars |
|----------------------------------|--|--|---|
| ALEMANIA / GERMANY | 756.761 | 531.974 | 1.288.735 |
| AUSTRIA / AUSTRIA | 1.777 | 41.754 | 43.531 |
| BELGICA / BELGIUM | 458.540 | 87.601 | 546.141 |
| BULGARIA / BULGARIA | 153.999 | 1.078 | 155.077 |
| CHIPRE / CYPRUS | 711 | 8 | 719 |
| DINAMARCA / DENMARK | 71.938 | 28.707 | 100.645 |
| ESLOVAQUIA / SLOVAKIA | 303 | 4.565 | 4.868 |
| ESLOVENIA / SLOVENIA | 1.780 | 1.988 | 3.768 |
| ESPAÑA / SPAIN | 851.896 | 226.234 | 1.078.130 |
| ESTONIA / ESTONIA | 1.108 | 1.215 | 2.323 |
| FINLANDIA / FINLAND | 148.049 | 68.745 | 216.794 |
| FRANCIA / FRANCE | 163.632 | 141.845 | 305.477 |
| GRECIA / GREECE | 15.985 | 2.104 | 18.089 |
| HUNGRÍA / HUNGARY | 978 | 6.910 | 7.888 |
| IRLANDA / IRELAND | 3.665 | 25.695 | 29.360 |
| ITALIA / ITALY | 709.264 | 289.736 | 999.000 |
| LETONIA / LATVIA | 122 | 6.651 | 6.773 |
| LITUANIA / LITHUANIA | 1.958 | 5.227 | 7.185 |
| LUXEMBURGO / LUXEMBOURG | 33 | 2.778 | 2.811 |
| MALTA / MALTA | 57 | 87 | 144 |
| PAISES BAJOS / NETHERLANDS | 456.398 | 64.913 | 521.311 |
| POLONIA / POLAND | 9.392 | 11.872 | 21.264 |
| PORTUGAL / PORTUGAL | 29.170 | 7.787 | 36.957 |
| REINO UNIDO / UNITED KINGDOM | 171.878 | 106.277 | 278.155 |
| REPUBLICA CHECA / CZECH REPUBLIC | 4.351 | 12.210 | 16.561 |
| RUMANIA / RUMANIA | 6.592 | 5.164 | 11.756 |
| SUECIA / SWEDEN | 59.408 | 129.343 | 188.751 |
| TOTAL | 4.079.745 | 1.812.468 | 5.892.213 |

FUENTE / Source: Sunat



VII Simposium Internacional de Tecnología de la Información Aplicada a la Minería

VII International Symposium of Information Technology Applied to Mining



Información / Information
Los Canarios 155 - 157, Urb. San César, Lima 12
T (511) 313-4160 / E infomina@imp.org

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

Conferencias Técnicas
Technical Sessions

Exhibición Tecnológica
Technological Exhibition

MICHELL GROUP

The Alpaca Heritage



MALLKINI

Alpaca Ranch & Adventure
Alpaca Breeding & Genetic Centre

www.mallkini.com.pe



MICHELL

The New Peruvian Alpaca
Alpacas and Wool Tops & Yarns

www.mitchell.com.pe

M F H

KNITTING

Knitted Garments and Accessories

www.mfknits.com.pe

**mundo
alpaca**

The only Ecobourgeois Centre
located in downtown Arequipa

www.mundoalpaca.com.pe

CLISA

Hand Tufted Alpaca & Wool Carpets

www.michell.com.pe/clisa

**SOL
ALPACA**

Exclusive Line of Alpaca
Garments and Accessories

www.solalpaca.com