EDICIÓN BILINGÜE
BILINGUAL EDITION

Perú

EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XVII – No. 90 – Edición Internacional
XVII – No. 90 – International Edition

Puertos en debate

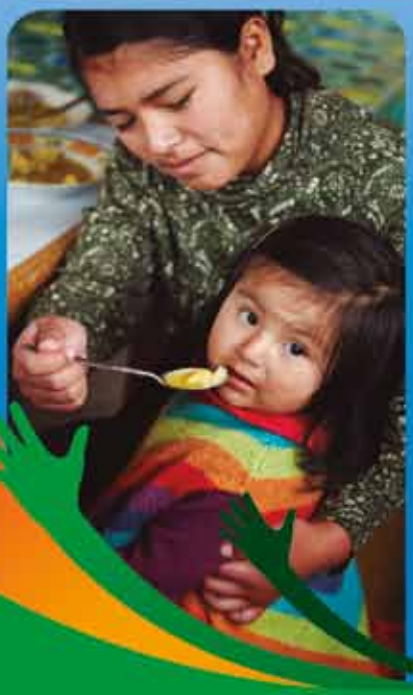
Situación portuaria nacional

Debate on ports

National situation of ports

- Equilibrio para el comercio
- Balance in trade
- Turismo surandino
- South Andean tourism
- Prospección árabe
- Research on Arab market

Bolivia US$ 4.00 Colombia US$ 4.00 Chile US$ 4.00 Ecuador US$ 4.00 Venezuela US$ 4.00 Perú S/ 12.00



Año tras año venimos apoyando a las diferentes instituciones públicas y privadas, grupos organizados, personas particulares, pueblos jóvenes, instituciones educativas y otros; buscando un cambio sustancial a través de la inversión en programas de acciones en favor de la educación, salud, deporte, cultura, en los que participen de manera conjunta empresa y comunidad. No dudamos que nos falta mucho por hacer y continuaremos mejorando nuestra labor, reafirmando nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

Puerto de Matarani Perú

TISUR
Socialmente Responsable

www.tisur.com.pe

La Mejor Experiencia en cocina Peruana

Kusina abre sus puertas para satisfacer paladares y el deseo de algo original.

Nuestra carta ofrece deliciosos platos tradicionales, entre los cuales tenemos: reconfortantes, novoandinos, una variedad de platos estrella y nuestra especialidad "La Pachamanca".

Además de los postres clásicos y preparados con frutas de nuestro huerto.

La cocina Andina es una ciencia que con el paso del tiempo ha ido evolucionando.

La técnica que el Peruano de antaño empleaba, era el asado directo al fuego, en ella se basa nuestra Pachamanca.

"La Pachamanca" (vocablo - quechua) que significa: Pacha - Tierra y Manca - Horno, preparación que tiene diez mil años de antiguedad y que hoy Kusina pone en escena.

EXPORTAR

Reservas:

www.kusinapachacamac.com
www.kusinapachacamac.com.pe
Telfs: 231-1781 / 684 - 2066 / 767 - 9507
Celular: 9880 - 53744
RPM # 720419
Nextel: 94 600*3073

EXPORTAR
ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Edición / Edition No. 90 – Noviembre / November 2012

Director / Director
Julio César Llaque Moreno

Editor Periodístico / Journalistic Editor
Renato Alfredo Manrique

Redactores / Editorial Staff
Paola Ferreyros
Beatriz López
Sarah Prado
Candy Sánchez

Diseño de Carátula / Title Page Design
Alejandro Morales

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Piero Pacheco

Fotografía / Photography
Hugo Curotto
Alex Ramón
Segundo Santa Cruz

Corrección / Editing
Katia Cuarez

Traducción / Translation
Mirella Crippa

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

Ejecutivos de Publicidad / Publicity Executives
Irma Caldas
Ana González

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

Colaboradores / Collaborators
José Miguel Gamarra
Carlos Pimentel
Carlos Scarneo
Germán Velásquez
Augusto Villanueva Llaque

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

Oficina Editorial / Editorial Office
Av. Pío XII 243, Of. 201
Urb. Maranga - San Miguel
Telefax: (51-1) 464-4396
Publicidad / Publicity: (51-1) 561-2846
E-mail: ventas@exportar.com.pe
prensa@exportar.com.pe
administracion@exportar.com.pe
Web-site: www.exportar.com.pe
Lima 32 - Perú

Hecho el depósito legal en la B.N.P. Nº . 2001 - 1963

SUMARIO / *SUMMARY*

Equilibrio para el comercio

Balance in trade

Elena Conterno resalta la importancia del Operador Económico Autorizado (OEA).

Elena Conterno highlights the importance of the Authorized Economic Operator (AEO).

6

Debate portuario

Debate on ports

Rumbo a la modernización de nuestros principales puertos.

On our way to the modernization of our main ports

10

Biocomercio ahora

BioTrade

Más de 50 productos de la biodiversidad nativa peruana tienen potencial para comercializarse en el mundo.

More than 50 products from the Peruvian native biodiversity have potential to be commercialized worldwide.

14

24

Cajamarca: un ejemplo a seguir

Cajamarca: an example to follow

Estrategias y acciones para revalorar la región norteña.

Strategies and actions to revalue the northern region.

20

Plan Perú 2040

Plan Peru 2040

Sumando esfuerzos para lograr un país inclusivo y sostenible.

Joining efforts to achieve an inclusive and sustainable country.

26

La perfecta distribución

Perfect distribution

El cuarto As de la cadena de abastecimientos.

The fourth Ace of the supply chain.

22

Turismo surandino

South Andean tourism

Cinco destinos clave en cuatro regiones del sur del Perú.

Five key destinations in four regions in the southern part of Peru

44

Prospección árabe

Commercial research towards Arab countries

Oportunidades comerciales en el Medio Oriente.

Commercial opportunities in the Middle East.

PUERTO DE EMBARQUE

Pisco en el viejo continente

Una delegación de empresarios pisqueros participa en la "Primera Misión Itinerante para Promover el Pisco en Europa", que se realiza desde el 19 de noviembre último y se prolongará hasta el 03 de diciembre próximo, con el objetivo de incentivar la demanda de nuestra "Bebida de bandera" en el "viejo continente", informó el presidente del Comité de Pisco de la Asociación de Exportadores (Adex), José Miguel Poblete. Mencionó que el periplo, organizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores (RR.EE.), el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), en coordinación con el Ministerio de la Producción (Produce) y los gremios empresariales, recorrerá siete ciudades del Viejo Continente y se realizará una rueda de negocios especializada.

Crece inversión interna

La inversión interna en el Perú alcanzó un nivel de 29.4 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI) en el tercer trimestre de 2012, lo cual representa un incremento de 4.4 puntos porcentuales respecto al tercer trimestre de 2011, informó el Banco Central de Reserva (BCR). De esta manera, la inversión interna o el ahorro total del país alcanzó un nivel de 27.6 por ciento del PBI en el período acumulado entre enero y setiembre de este año. El ente emisor explicó que el aumento de la inversión bruta fija se debió principalmente a una expansión de la inversión bruta fija privada y, en menor medida, al incremento de la inversión pública. El aumento de la inversión fue financiado con un incremento en el requerimiento de ahorro externo, que pasó de -0.1 por ciento del PBI en el tercer trimestre de 2011 a 5.6 por ciento del PBI en el mismo período de 2012.

Impulso a la construcción

El dinamismo de los proyectos mineros y la edificación de centros comerciales y viviendas está impulsando el sector construcción en el Perú, señaló el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). "La actividad de construcción creció 19.3 por ciento en el tercer trimestre del año por la continuidad de las obras de construcción de las empresas mineras, centros comerciales y edificación de viviendas, así como por las obras de infraestructura vial y saneamiento", indicó. Asimismo, explicó que el crecimiento de la producción de la actividad minería e hidrocarburos en el período de análisis (3.4 por ciento) respondió a la mayor producción de minerales metálicos y no metálicos (3.3 por ciento), destacando el aumento de la producción de cobre, zinc y hierro.

Crecerá turismo corporativo

El turismo corporativo en Perú cerraría el año con un crecimiento de 15% gracias a la llegada de más empresarios atraídos la rápida expansión económica y las oportunidades de inversión en el país, estimó la Cámara Nacional de Turismo (Canatur). El presidente de Canatur, Carlos Canales, explicó que la economía peruana se mantiene sólida, el sol se aprecia frente al dólar y los indicadores macroeconómicos son buenos. "Hay una serie de oportunidades empresariales que han identificado al Perú y eso ha generado una mayor afluencia de inversionistas que analizan las oportunidades de inversión en nuestro país", declaró. Expresó que los hoteles de Lima, principalmente San Isidro y Miraflores, concentran gran parte del turismo corporativo lo que se refleja en los niveles de ocupación de los hoteles de estos distritos, de entre 60% y 90%.

Crédito del BID

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) concedió un crédito por US$ 30 millones para elevar la productividad y la competitividad del sector empresarial en el Perú, informó el organismo multilateral. Señaló que esta operación está estructurada en tres componentes, que comprenden la estabilidad macroeconómica, la mejora del entorno de negocios y el fortalecimiento de la institucionalidad e instrumentos de apoyo a la competitividad y la innovación empresarial. "El Perú ha venido mejorando significativamente su posición en el índice Doing Business del Banco Mundial (BM) y hoy se encuentra en la mejor ubicación en la región latinoamericana y El Caribe después de Chile", indicó.

Chatarra a menores precios

Una de las empresas más destacadas en el rubro metalmecánico es MEMSA, que desde hace más de 30 años se dedica a la fabricación y comercialización de productos metal mecánicos, exportando incluso sus productos hacia los mercados de la Comunidad Andina. Sin embargo, para Manuel Ponce Yalico, Gerente de Negocios Internacionales de la empresa urge que su sector tenga más apoyo del gobierno, para tratar de mantener las materias primas. "No deberían de permitir la exportación de chatarra de cobre, de acero, a países como China, donde ellos procesan el producto y nos venden el producto terminado a menores precios. Se debería restringir la exportación de esa materia prima o establecer una cuota que se quede en el mercado nacional y tener un mayor desarrollo de esos productos", demanda. Asimismo, manifestó que deberían darse mayores facilidades para la exportación de servicios e ingeniería.

Integración de las pymes

El Consejo Sudamericano de Economía y Finanzas de la Unasur acordó seguir avanzando en el proceso de integración regional, apostando por una mayor integración productiva de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de servicios. "Ello para paliar posibles embates de un entorno menos favorable a nivel global y profundizar los lazos comerciales y económicos en la región", dijo el ministro de Economía de Perú, Luis Miguel Castilla, durante la clausura del Consejo Sudamericano de Economía y Finanzas de Unasur. Castilla explicó que el pasado viernes 23 de noviembre se reunió el Grupo de Integración Financiera (GTIF) para trabajar en tres mesas temáticas y que el Consejo Suramericano decidió, entre otros aspectos, avanzar y profundizar la agenda de trabajo de temas financieros. Se hará lo propio con otros temas que tengan que ver con una mayor cooperación e intercambio en ámbitos de la economía real.

Equilibrio para el comercio

Balance in trade

Elena Conterno resalta la importancia del Operador Económico Autorizado (OEA).

Elena Conterno highlights the importance of the Authorized Economic Operator (AEO).

La seguridad en el comercio exterior, es un tema que atañe por igual a los gobiernos y a la empresa privada. Por ello se ha implementado en muchos países del mundo el Operador Económico Autorizado (OEA). Al respecto, Elena Conterno, Jefe del proyecto USAID Facilitando Comercio conversó con EXPORTAR sobre la trascendencia de este mecanismo y temas relacionados al comercio.

¿Cuáles son los principales componentes del proyecto Facilitando Comercio?

Con el proyecto Facilitando Comercio, de la Agencia de EE.UU. para el Desarrollo Internacional (USAID) buscamos apoyar al Perú en implementar reformas vinculadas a la competitividad y a la formalización de la economía. Estamos principalmente en Perú pero también tenemos actividades en Colombia, Bolivia y Ecuador. El proyecto tiene seis componentes: laboral, propiedad intelectual, facilitación de comercio, simplificación administrativa, telecomunicaciones y medicinas.

En el tema laboral nuestro énfasis ha estado en el fortalecimiento del sistema de inspecciones y también en la implementación de una nueva ley procesal laboral. Lo primero lo trabajamos con el Ministerio de Trabajo ayudándolos a desarrollar protocolos, a mejorar los procesos y plasmar ello en el sistema

informático. En el tema de la nueva ley procesal laboral trabajamos con el Poder Judicial capacitando a los jueces en la implementación del despacho judicial.

En propiedad intelectual trabajamos con Indecopi, el Poder Judicial, universidades y todas las entidades vinculadas a la innovación. Con Indecopi trabajamos por ejemplo temas de autor, sacamos unas guías para industrias culturales y elaboramos un programa con colegios para que los alumnos sepan que es derechos de autor y puedan aplicarlo. Además publicamos un libro con Indecopi sobre las denominaciones de origen del Perú e hicimos una línea de base de una de las denominaciones de origen que les permita a ellos medir el impacto de este instrumento.

¿Cuánto avanzaron en facilitación de comercio?
En facilitación de comercio estamos trabajando bastante el tema de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), allí hemos trabajado en la optimización de procedimientos. Nuestra labor con la VUCE son los procesos que muchas veces se han puesto online, pero replicando lo que existía a nivel de papeles. En general visualizar integralmente cada procedimiento para ver si se puede reducir requisitos, plazos y costos. Asimismo hemos diseñado la Ventanilla Única Portuaria de la cual ya se prepublicó la norma. Esperamos que pronto pueda aprobarse, así como la Ventanilla Única de Reglas de Origen. Incluso los apoyamos en desarrollar software y esperamos que este pronto en operación.

Con Aduanas trabajamos acerca del Despacho Anticipado que también ha implementado bastante su participación en el despacho de mercancías. Nosotros cuando llegamos hicimos un estudio para evaluar el tema, para ello trajimos a expertos internacionales quienes hicieron una agenda de recomendaciones y la mayoría de ellas se han implementado. De hecho en coordinación con Aduanas hemos visto por conveniente hacer una nueva evaluación y en diciembre vendrán expertos internacionales para evaluar el tema, porque la agenda de hace dos años ya se implementó.

¿Qué logros tuvieron con los últimos componentes?
En simplificación administrativa, nuestro énfasis ha estado en licencia de funcionamiento y en tema de constitución de empresas. En el tema de licencia de funcionamiento hemos estado trabajando con municipalidades de manera directa, apoyándolas a implementar la nueva ley marco y estamos contentos porque han tenido mejoras significativas. Por último están los dos últimos componentes telecomunicaciones y medicinas, que son mucho más pequeños. En telecomunicaciones avanzamos en temas de competencia y en medicinas en temas farmacéuticos.

¿A cuánto asciende la inversión del proyecto?
El proyecto consta de 17 millones de dólares, el cual como decía involucra a Perú, Colombia, Ecuador y Bolivia. A nosotros nos han asignado parte del presupuesto recientemente

¿Cuánto culmina el proyecto?
Es un proyecto que desde un inicio estaba previsto para 3 años. Se inició en junio del 2010 y terminará en mayo del 2013.

Con la reciente aprobación de la normatividad del Operador Económico Autorizado (OEA) ¿Cuáles son los principales requisitos para obtenerla?
El Operador Económico Autorizado es un instrumento, que empieza a cobrar relevancia a raíz de los sucesos del 11 de septiembre. Se crea lo que es el C-TPAT (Customs-Trade Partnership Against Terrorism), que es la alianza de las Aduanas con los operadores de comercio. Básicamente ha tenido evolución en la Organización Mundial de Aduanas, que hizo un marco regulatorio sobre temas de seguridad del comercio y luego los países ya comenzaron a implementar la OEA. Según su último reporte hay más de 150 países que han implementado o están en proceso de implementarlo y lo que se trata es de facilitar las operaciones de los operadores en bajo riesgo. O sea aquellos que cumplen bien los requisitos facilitarles las cosas desde el país de origen de las mercancías, pero también lo que se aspira es al reconocimiento mutuo por otro país, de tal manera que un OEA en Perú tenga esos beneficios. Hasta junio de este año habían 19 reconocimientos mutuos a nivel mundial, entonces eso demuestra que no es tan fácil y también es un instrumento relativamente nuevo.

¿Qué beneficios tendrían estos operadores?
En el caso del Perú falta que se precise cuales van a ser los beneficios porque los consultores básicamente dicen que tiene costos para el operador. Entonces los beneficios tienen que superar los costos. De esta forma va a ser importante definir bien lo que ha prepublicado Aduanas para estos tres grupos: exportadores, almacenes aduaneros y agentes de aduanas. Sobre todo para los exportadores aparecen beneficios interesantes, en el caso de agentes de aduanas y almacenes aduaneros se podría potenciar un poco más. En general los tres contemplan tener un sectorista y una atención preferencial en Aduanas, pero en el caso de los exportadores contemplan una menor probabilidad de extensión física y de extensión documentaria. Tal vez eso se podría implementar para los agentes de aduanas y de almacenes aduaneros.

¿Se han debatido estos temas?
Aduanas está preocupándose de un diálogo permanente con el sector privado. De hecho ha prepublicado las normas y esperemos que pronto ya se aprueben los beneficios. Porque el principal reto es la participación de las empresas y de que los beneficios superen los costos, que participen las empresas y luego ampliar a otros operadores porque va a ser importante para toda la cadena. Ahora tenemos parte de la cadena pero para realmente garantizar el objetivo de seguridad es importante toda la cadena, de tal manera que luego se puede pensar en el reconocimiento mutuo. En general se dice esta es una alianza de Aduanas con los operadores que implica una relación de confianza y por eso los requisitos te dicen que hayas tenido una buena trayectoria en el pasado para acceder a estos beneficios.

¿Esta reglamentación será un mecanismo eficaz para enfrentar el tráfico de drogas?
Claro el tema de la OEA mucho apunta a eso, a la seguridad del comercio porque lo que pasa es que como hay el riesgo

entonces hay mayor inspección para todos. Entonces la OEA lo que dice es focalízate en aquellos que tienen riesgos, es decir los operadores golondrinos. Un exportador que tiene una gran trayectoria, debería tener un tratamiento diferenciado de aquella empresa que surge de pronto y está exportando pues un montón de casacas. Bueno tú dices ¿pero esta empresa nueva que nunca ha exportado podrá ser competitiva? Se hace ese análisis de tal manera que a los de bajo riesgo se les facilita el comercio y a los de alto riesgo se les inspecciona bien, les paso el scanner, les abro el container, etc. De tal manera que logremos el equilibrio entre seguridad y facilitación de comercio.

¿Cómo avizora el futuro del comercio exterior?

Sin duda lo que se ve es un crecimiento exponencial. El comercio a nivel de Perú es cada día mayor. Nuestro sistema logístico hace 10 años estaba preparado para un nivel de comercio y se ha triplicado en los últimos tres años y el sistema no ha mejorado de repente a ese ritmo. Entonces el reto es permanente, la misma gente de Aduanas te dice por este puerto antes pasaba una embarcación y ahora pasan diez. Entonces hay un reto para el Perú en materia de infraestructura y, que escapa del tema aduanero, sino que va un poco más allá. Creo que es una agenda de los próximos 10 años seguir siendo competitivos no solo las empresas, sino también las entidades públicas vinculadas al comercio y a la actividad empresarial.

Security in foreign trade is a matter that concerns equally to governments and private companies. Therefore, the Authorized Economic Operator (AEO) has been implemented in many countries of the world. In this sense, Elena Conterno, Chief of the Facilitating Trade Project of USAID has talked with EXPORTAR on the importance of this mechanism and topics related to trade.

Which are the main compounds of the Facilitating Trade project?

With the Facilitating Trade Project of the U.S. Agency for International Development (USAID) we are looking to provide support to Peru regarding the implementation of reforms related to competitiveness and formalization of economy. We are mainly in Peru but we have also activities in Colombia, Bolivia and Ecuador. The project has six compounds: labor, intellectual property, facilitating trade, administrative simplification, telecommunications and medicines.

On the labor issue we have focused on strengthening the system of inspections as well as implementing a new procedural labor law. We are working the first topic with the Ministry of Labor, helping them to develop protocols, improve processes and transfer all this to their IT system. Regarding the new procedural labor law, we are working with the Judicial Branch training judges to implement court offices.

Regarding intellectual property, we are working with INDECOPI, ("National Institute for the Defense of Competition and Intellectual Property), the Judicial Branch, universities and any entity related to innovation. For instance, with INDECOPI we work on author matters; we have prepared guidelines for cultural industries and we have a program with schools in order to provide information to students on copyright so they will be able to apply it. Moreover, we have published a book with INDECOPI on designations of origin of Peru and we have done a baseline of one of the designations of origin to allow them to measure the impact of this tool.

How was the progress regarding facilitating trade?

Regarding facilitating trade, we are working a lot the subject Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE ("Single Foreign Trade Window"), particularly optimizing procedures. Our work with the VUCE is related to the procedures that many times are offered on-line but copying the same model they have with printed papers. In general, the idea is to see comprehensively each procedure to determine if it is possible to reduce requirements, terms and costs. Likewise, we have designed the Ventanilla Única Portuaria ("Port Single Window") whose regulations have been already published. We hope they can be approved soon, as well as the Ventanilla Única de Reglas de Origen ("Single Rules of Origin Window"). We have also provided them support to develop software that we hope will be working soon.

We work with Customs the topic related to Anticipated Delivery that has also been widely implemented in the delivery of goods. When we started to work with them we did a study to assess the matter. For this work we brought international experts who prepared an agenda of recommendations and most of them have been implemented. In fact, jointly with Customs we have considered appropriate to carry out a new assessment and international experts will come to assess the topic in December, because the agenda of two years ago has been already implemented

Which were the achievements of the last compounds?

With regard to the administrative simplification, we have focused on operating licenses and formation of companies. Regarding the operating licenses topic we have been directly working

with municipalities, providing them support to implement the new legal framework and we are happy because they have done significant improvements. Finally, there are the last two compounds, telecommunications and medicines, which are much smaller. Regarding telecommunications we have made progress in competition matters and with regards to medicines, in pharmaceutical matters.

What was the investment of the project?
The project counts on 17 million dollars, which, as I have formerly said, comprises Peru, Colombia, Ecuador and Bolivia. We have lately received part of the budget.

When does the project end?
It is a project and from the beginning was planned for three years. It has started in June 2010 and will end in May 2013.

With the recent approval of the regulations of the Authorized Economic Operator (AEO), which are the main requirements to obtain it?
The Authorized Economic Operator is an instrument that begins to gain importance as a consequence of September 11. The Customs-Trade Partnership Against Terrorism - C-TPAT is created; it is an alliance of Customs and trade operators. Basically it has come up in the World Customs Organization which drafted a regulatory framework on matters related to trade security and then countries started to implement the AEO. According to its last report, there are more than 150 countries that have already implemented it or are on their way to implement it. The idea is to try to facilitate the operations of operators with represent low risks. So, those that comply with the requirements will have trade facilities from the country of origin of the goods. However, what is also expected is the mutual recognition for another country, in such a way that an AEO in Peru has those benefits. Up to June of this year, there were 19 mutual recognitions worldwide. This shows that it is not so easy and that is also an instrument almost new.

Which benefits will have those operators?
In the case of Peru, the benefits have not yet been defined because consultants basically say that operators will have costs and the benefits have to be higher than the costs. Therefore, it is very important to well-define the pre-publication of Customs for these three groups: exporters, customs warehouses and customs brokers. There are interesting benefits, particularly for exporters. In the case of customs warehouses and customs brokers they should be more boosted. In general, for the three it has been considered having an account executive and preferential attention in Customs; however, in the case of exporters there is a lower probability of documentary extent and physical extension. Maybe this can be implemented for customs brokers and customs warehouses.

Do these topics have been discussed?
Customs is concerned about a permanent dialogue with the private sector. In fact, it has pre-published the regulations and we expect that the benefits will be approved soon. The main challenge is to count with the participation of companies and that the benefits surpass the costs, and then to extend to other operators because it will be important for all the chain. Currently we have part of the chain but to really ensure the security goal the whole chain is important, in such a way that we can think afterwards on the mutual recognition. In general, it is an alliance between Customs and the operators and this means a relationship of trust. That is the reason why the requirements specify good records in the past to have access to these benefits.

Are these regulations an effective mechanism to face drug trafficking?
Of course they are. That is one of the purposes of the AEO. It is related to trade security and because there are risks, there is a major inspection for all. In this sense, the AEO proposes to focus on those that can present risks, which are far away operators. An exporter that has significant records should be treated differently compared to the company that suddenly emerges and is exporting many jackets. So, you say: but this new company that has never exported before can be competitive? The analysis is done in such a way that the companies with a low risk profile will receive trade facilities and those with high risk should be well inspected, using a scanner, opening the containers, etc. In this sense, we can achieve a balance between security and facilitating trade.

How do you see foreign trade in the future?
Undoubtedly what we can see is an explosive growth. Trade in Peru is higher day by day. Our logistic system of 10 years ago was prepared for a level of foreign trade and it has tripled in the last three years but the system has not been improved at the same speed. Therefore, the goal is permanent, people in Customs says that before only one ship passed for this port and now there are ten. Peru has an important challenge regarding infrastructure, and it goes a little further than it. I believe that is an agenda for the following 10 years not only for the companies to keep on being competitive but also for public institutions related to trade and business activities.

Debate portuario

Debate on ports

Rumbo a la modernización de nuestros principales puertos. | *On our way to the modernization of our main ports*

Los procesos de concesiones y privatizaciones como medios de inversión en nuestros puertos han generado desde sus inicios una serie de controversias. Pese a ello, hoy en día nuestros principales puertos han iniciado sus procesos de modernización con capital privado.

Muelle Multipropósito

Ubicado en la costa sur, en la región Arequipa, encontramos el puerto de Matarani, cuya concesión fue asumida en 1999 por la empresa Tisur, del holding peruano Grupo Romero.

Actualmente, Matarani es un muelle multipropósito que cuenta con 160 hectáreas de respaldo para el almacenamiento, tres amarraderos, dos líneas de recarga, y es básicamente un puerto alimentador.

Asimismo, posee una capacidad para movilizar hasta 15 millones de toneladas, que le permitirá atender la carga de los nuevos proyectos mineros de la zona, así como los embarques de pellets de plásticos de la futura petroquímica que operara en el sur.

Según su gerente general, Erick Hein, Matarani compite con Arica por la carga boliviana. Competencia desigual debido a que Arica cuenta con tratados que benefician los servicios a la carga boliviana, mientras que estos servicios en Matarani están grabados con IGV.

Sin embargo, manifestó que tienen "la esperanza" de que "las líneas, que hoy entran a Arica, vuelvan a replantear la posibilidad de poder entrar a Matarani no solamente para poder servir la carga peruana, sino también, carga boliviana".

El año 2011, Matarani movilizó 21 453 TEUs, y en el 2012 prevé llegar alrededor de 25 mil. En cuanto al movimiento de carga, este año,

estarían bordeando los 4 millones de toneladas y para el 2029 tienen proyectadas 13 millones.

Según el Ositran, el caso de Tisur es emblemático pues han tenido ganancias en productividad y eficiencia. Pues en el año 2004 la productividad del puerto sureño fue de 4.16%, y en el 2009 de 6.93%, es decir hubo un incremento considerable en la eficiencia del puerto, lo cual es beneficioso para los usuarios. Por otro lado, las tarifas han ido cayendo de 0.84 a 0.11.

Modernizando Paita

Luego de obtener la buena pro del puerto de Paita en marzo del 2009, tras ofrecer una inversión de US$ 127 millones en las dos primeras etapas del proyecto, y US$ 100 millones para la ejecución de obras complementarias, Terminales Portuarios Euroandinos (TPE), inició la modernización de las instalaciones y la construcción de un nuevo Terminal de Contenedores.

Los problemas no les fueron ajenos, y entre ellos está la inconformidad de su gestión por parte de la Federación Nacional de Trabajadores de Enapu (Fentenapu), quienes se manifestaron en junio de este año, por la afectación de los intereses de productores y empresarios que vieron encarecidas las tarifas portuarias.

Así como, en julio, el pronunciamiento del presidente de la Asociación de Exportadores (Adex) debido a los problemas que impedían cumplir a tiempo las entregas. Temas que según el gerente de TPE, Antonio Guzmán, "se fueron aclarando".

"La etapa uno del proyecto consiste en construir un amarradero de 300 metros de atraque, con una zona de reparto de dos hectáreas", además de la implementación del puerto con grúas móviles que permitan un mayor nivel operativo, sostuvo Guzmán.

La concesión que empezó con aproximadamente 115 mil TEUs, este año estaría cerrando en 160 mil, "todo esto con casi la misma infraestructura", resaltó Guzmán.

Mayor productividad

Sin duda, una de las concesiones más polémicas fue la que se le otorgó a APM Terminals el año pasado, tras ganarle la buena pro para la concesión del Muelle Norte del puerto del Callao a su competidor Hutchison Port Holdings, al ofrecer cero costos en los servicios especiales.

El inicio de sus operaciones, en julio del 2011, se tornó complicado frente a la inconformidad de algunos trabajadores portuarios, de Enapu y la desconfianza de la Asociación Peruana de Agentes Marítimos (APAM). Sumada a la denuncia interpuesta ante el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (Ciadi) por parte del concesionario del Muelle Sur, DP World, en contra del estado peruano por supuestas irregularidades en el otorgamiento de la concesión.

Pese a ello, APM Terminals ha logrado contrarrestar ciertos aspectos y ha reiterado que su plan de inversiones convertirá el puerto del Callao en un hub en la región, durante el XI Foro Internacional de Puertos organizado por la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

"Con una inversión mayor de 750 millones de dólares en infraestructura planeamos convertir el puerto de Callao en un puerto de clase mundial, lo haremos mediante la ejecución de 5 etapas", subrayó el presidente de APM Terminals, Henrik Kristensen.

Con dichas inversiones se pretende triplicar la capacidad del muelle en 10 años de 0,8 millones a 2,9 millones de TEUs en carga en contenedores y a 9,9 millones en carga que no va en contenedores. Además de crear hasta 500 nuevos puestos de trabajo.

La inversión de las dos primeras fases será de US$ 310 millones y se realizan en 2 años. Asimismo, las inversiones se adelantarán diez o doce meses debido al rápido crecimiento del volumen de carga, lo que implica invertir en infraestructura, grúas y taladro. La adquisición de cuatro grúas pórtico llegarán el 2013.

Cabe señalar, que el presidente de la Autoridad Portuaria Nacional (APN), Frank Boyle manifestó que gracias a las inversiones realizadas por los concesionarios del Muelle Sur y Norte, el movimiento de carga del puerto del Callao crecerá un 20% este año (un millón 800 mil y un millón 900 mil de TEUs), y que el próximo año se superarían los 2 millones de TEUs.

The processes of privatizations and concessions as investment means in our ports have generated, from the beginning, several controversies. Despite this, at present our main ports have started their modernization processes with private capital.

Multipurpose dock

Located in the south coast, in the Arequipa region, we can find the Matarani port whose concession was assumed since 1999 by the Tisur Company, the Peruvian holding of the Grupo Romero.

At present, Matarani is a multipurpose port that has 160 hectares for storage, three berths and two lines for reload. It is

Erick Hein

basically a feeder port.

Likewise, it is capable to move up to 15 millions of tons, which will allow it to attend the cargo of new mining projects in the area, as well as pellets shipments of plastics of the future petrochemical operating in the south of the country.

According to its general manager, Erick Hein, Matarani competes with Arica for the Bolivian cargo. It is an unfair competition because Arica has treaties that benefit the services to Bolivian cargo, and these services in Matarani shall pay the General Sales Tax.

Nevertheless, he stated that they have "the hope" that the lines that today enter to Arica, redefine the possibility to enter to Matarani to attend Peruvian as well as Bolivian cargo.

In 2011, Matarani moved 21 453 TEUs, and in 2012 estimates to reach about 25 thousand. With regard to the movement of cargo, this year the port will be closer to 4 million tons and for 2029 the estimation is 13 million tons.

According to OSITRAN ("Supervising Body of Investment in Public Transportation Infrastructure"), the case of Tisur is emblematic because it has profits in productivity and efficiency. In 2004 the productivity of the southern port was of 4.16%, and in 2009 of 6.93%, that means that there was a considerably increase in the efficiency of the port, which benefits the users. This is really true because the rates have decreased from 0.84 to 0.11.

Modernizing Paita

After awarding the contract of the Paita port in March 2009, and offering an investment of US$ 127 million dollars in the two first stages of the project, and US$ 100 million dollars to execute complementary works, Terminales Portuarios Euroandinos (TPE) has started the modernization of the facilities and the building of a new Container Terminal.

The company has to face problems, among them is the nonconformity of its management by the Federación Nacional de Trabajadores de Enapu - Fentenapu ("National Federation of Workers of the National Ports Enterprise"), who protested in June of this year because the interests of the producers and businessmen were affected because of the expensive port rates.

As well as the declarations, last July, of the president of the Asociación de Exportadores – Adex ("Association of Exporters") due to the problems that did not allow carrying out the deliveries in time. According to the manager of TPE, Antonio Guzmán, these problems "became clearer".

"The first stage of the Project consists of building a berth of 300 meters for docking, with a delivery area of two hectares", besides implementing mobile cranes in the port,

allowing a larger operational level, stated Guzmán.

The concession started with about 115 thousand TEUs, and this year it will be close to 160 thousand, "all this using the same infrastructure", highlighted Guzmán.

Larger productivity

Undoubtedly, one of the more polemic concessions was such granted to APM Terminals last year, after winning the concession of the Muelle Norte (North Dock) of the Callao port to its competitor Hutchison Port Holdings, by offering zero costs in special services.

In July 2011, since it began its operations, things were difficult due to the nonconformity of some port workers, ENAPU ("National Ports Enterprise") and the mistrust of the Asociación Peruana de Agentes Marítimos – APAM ("Peruvian Association of Maritime Agents"). In addition to the complaint brought before the Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones – Ciadi ("International Center for Settlement of Investment Disputes") by the concessionary of the Muelle Sur (South Dock), DP World, against the Peruvian State for supposed irregularities in the concession granting process.

Although the aforementioned, APM Terminals has achieved to counteract certain aspects and has reiterated that its investment plan will turn the Callao port into a hub in the region, during the XI International Forum on Ports organized by the Cámara de Comercio de Lima – CCL ("Chamber of Commerce").

"With an investment of more than 750 million dollars in infrastructure, we plan to turn the Callao port into a world class port. We will do this through the execution of five stages", pointed out the president of APM Terminals, Henrik Kristensen.

With such investments, the company expects to triple the dock capacity in 10 years from 0,8 million to 2,9 million of TEUs regarding containers cargo and to 9,9 million in cargo that is not in containers. Likewise, this will generate 500 new works.

The investment of the two first stages will be of US$ 310 million dollars and will be carried out in two years. Likewise, the investment will come ten or twelve months earlier because of the fast growth of the cargo volume, which means the need to invest in infrastructure, cranes and drills. The purchase of four cranes will arrive in 2013.

It is important to mention that the president of the Autoridad Portuaria Nacional - APN ("National Port Authority"), Frank Boyle, said that thanks to the investment done by the concessionaries of the South and North Docks, the movement of cargo in the Callao port will grow in 20% this year (one million 800 thousand and one million 900 thousand of TEUs), and the next year the 2 million TEUs will be surpassed.

Biocomercio ahora

BioTrade

Más de 50 productos de la biodiversidad nativa peruana tienen potencial para comercializarse en el mundo.

More than 50 products from the Peruvian native biodiversity have potential to be commercialized worldwide.

El potencial gastronómico y textil peruano, basado en la biodiversidad nativa, ya es bien conocido en Estados Unidos y Europa. Y en el Perú la tendencia a consumir y valorar los denominados "productos naturales", que no son otra cosa que los productos de nuestra variada y rica biodiversidad, va en aumento año tras año. Un estudio de la Asociación Internacional Unión para el Biocomercio Ético, UEBT por sus siglas en inglés; denominado el Barómetro de la Biodiversidad del Perú 2012, dio a conocer que el 88% de los peruanos busca productos cosméticos elaborados a base de ingredientes naturales, mientras que un 89% presta atención a productos social y ambientalmente amigables.

¿Qué significa que un producto sea social y ambientalmente amigable? En resumen, significa que satisfaga las necesidades del cliente pero teniendo en cuenta el bienestar económico y social de los actores que forman parte de la cadena de producción. Del mismo modo, apuesta por una producción limpia, es decir, reduciendo la generación de residuos o basura en su proceso de fabricación.

En nuestro país son más de 50 los productos de la biodiversidad nativa con potencial para comercializarse bajo el llamado rubro del Biocomercio, que cada vez se extiende más por el mundo. Algunos de estos son: achiote, aguaymanto, algarrobo, camu camu, cocona, copaiba, maca, mariposas, quinua, sacha inchi, sauco, tarwi, tumbo, uña de gato, yacón, entre otros que se comercializan exitosamente con altos estándares de calidad por más de 20 empresas peruanas que luchan por ser cada día más competitivas.

El Biocomercio es el conjunto de actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, desarrolladas en conformidad con los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, dando especial énfasis al uso sostenible de los recursos biológicos nativos, a la promoción de estrategias y actividades productivas que apoyen el uso y la conservación sostenible en áreas con alto grado de biodiversidad. Del mismo modo, promueve la generación de beneficios económicos y su distribución equitativa con comunidades locales e indígenas.

La estrategia peruana de promoción

Consciente de este potencial del Perú para lograr colocar en los mercados extranjeros productos de la biodiversidad nativa con valor agregado, el gobierno peruano ha unido esfuerzos multisectoriales para impulsar el Programa Nacional de Promoción al Biocomercio (PNPB), que parte de los objetivos de la Estrategia de la Biodiversidad Biológica Nacional como principal referencia para concebir este programa nacional ambiental.

En este contexto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) ha sido designado para asumir la Presidencia y la Secretaria de la Comisión, sea manejada conjuntamente por la Comisión del Perú para la promoción de las Exportaciones y el Turismo (PromPerú) y el Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP), adscrito al Ministerio del Ambiente.

El Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de la Producción, el Consejo Nacional para la Ciencia y Tecnología (CONCYTEC), así como representantes de universidades y del sector privado como la Asociación de Exportadores (Adex), el Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN), solo para mencionar algunos, también son miembros del PNPB.

Las actividades del PNPB son desarrolladas en alianza con el Programa de Facilitación del Biocomercio (PFB) de la UNCTAD, la Comunidad Andina (CAN), la Organización del Tratado de Cooperación Amazónica (OTCA) y otras agencias de cooperación internacional.

El PNPB ha definido cuatro líneas estratégicas para implementar sus actividades:
• Promocionar y exponer la oferta exportable del país en los mercados de Norteamérica, Europa, Asia y Latinoamérica.
• Diversificar los mercados, ampliando la presencia de la oferta exportable apta y priorizada.
• Coordinar las estrategias de promoción comercial para el desarrollo de las exportaciones, con las entidades públicas y privadas.
• Promover la investigación y el desarrollo para generar y estandarizar la oferta exportable industrializando los procesos de producción.

Este último componente ha dado pie para la elaboración de la Agenda de Investigación e Innovación en Biocomercio 2012-2021, cuya elaboración ha sido fruto del esfuerzo consensuado de los diferentes actores vinculados al Biocomercio para guiar y articular sus actividades en relación con la investigación, el desarrollo y la innovación en biocomercio, aspectos en los que se demanda mayores montos de inversión. La Agenda en mención, que ha definido una visión, una misión y un objetivo general para la investigación en biocomercio, fue realizada por el Grupo de Investigación e Innovación en Biocomercio (GIIB), red especializada en biocomercio.

Estos avances en materia de Biocomercio en nuestro país no hubieran sido posibles de lograr sin el aporte del proyecto Perúbiodiverso, una iniciativa cuya contraparte nacional es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) que cuenta con el apoyo de la Cooperación Suiza - SECO y la cooperación alemana - GIZ. El proyecto se desarrolla en el marco del Programa Nacional de Promoción de Biocomercio (PNPB) y es ejecutado por el Programa Desarrollo Rural Sostenible (PDRS) de la GIZ.

Perú Biodiverso ha centrado su intervención básicamente en articular el mercado nacional de biocomercio con el mercado internacional, fortaleciendo capacidades empresariales y de gestión comercial, apoyando en el diseño de planes de negocio, estrategias de mercadeo y gestión de calidad de 25 empresas peruanas.

Del mismo modo, el proyecto asesora a instituciones nacionales encargadas de formular normas y reglamentos para el uso sostenible y la comercialización de productos de la biodiversidad, con el fin de identificar incentivos inadecuados y vacíos normativos.

The Peruvian gastronomic and textile potential based on the native biodiversity, is already well-known in the United States of America and Europe. In Peru the trend is to consume and value the so-called "natural products", which are products of our rich and varied biodiversity that have increased year by year. A study of the Union of Ethical Bio Trade - UEBT; named as the 2012 Barometer of the Biodiversity of Peru, informed that 88% of Peruvians search cosmetic products manufactured with natural ingredients, and 89% pay attention to socially and environmental friendly products.

What means that a product is socially and environmental friendly? In summery means that it satisfies the needs of the client but taking into account the economic and social welfare of the actors that take part in the production chain. Likely, bets for a clean production, that is, reducing the generation of wastes or garbage in the manufacturing process.

In our country there are more than 50 native biodiversity products with potential to be commercialized under the so-called BioTrade heading, which is being expanded more and more in the world. Some of these products are: achiote, aguaymanto, carob tree, camu camu, cocona, copaiba, maca, butterflies, quinoa, sacha inchi, elderberry, tarwi, tumbo, cat's claw, yacón, among others that are successfully commercialized with high quality standards by more than 20 Peruvian companies fighting each day to be more competitive.

The BioTrade refers to the collection, production, transformation, and commercialization of goods and services derived from native biodiversity on the

basis of criteria of environmental, social and economic sustainability with emphasis in the sustainable use of native biological resources, the promotion of strategies and productive activities supporting the use and sustainable preservation in areas with high degree of biodiversity. In the same way, it promotes the generation of economic benefits and its equitable distribution with local and indigenous communities.

The Peruvian promotion strategy

Being aware of this potential opportunity to introduce into foreign markets products from the Peruvian native biodiversity with an added value, the Peruvian government has joined the efforts of many sectors to foster the Programa Nacional de Promoción al Biocomercio - PNPB (National BioTrade Promotion Program), by taking as an stating point the objectives of the National Biological Biodiversity Strategy as a main reference to propose this environmental national program.

In this context, the Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur ("Ministry of Foreign Trade and Tourism") has been appointed to assume the Presidency and Secretariat of the Commission, jointly leaded by PromPerú ("Commission for the Promotion of Peru") and the Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana – IIAP ("Peruvian Amazon Research Institute"), attached to the Ministry of the Environment.

The Ministry of Foreign Affairs, the Ministry of Production, the Consejo Nacional para la Ciencia y Tecnología - CONCYTEC ("National Council for Science and Technology"), as well representatives from universities and the private sector, as the Asociación de Exportadores - Adex ("Peruvian Exporters Association"), the Instituto Peruano de Productos Naturales – IPPN ("Peruvian Institute of Natural Products"), just to mention some, are also members of the PNPB.

The activities of the PNPB are jointly developed with the BioTrade Facilitation Programme (BTFP) of the UNCTAD, the Comunidad Andina – CAN ("Andean Community"), the Amazon Cooperation Treaty Organization - ACTO and other international cooperation agencies.

The PNPB has defined four strategic lines of actions to implement its activities:

- To promote and exhibit the exportable supply of the country in the U.S.A., Europe, Asia and Latin American countries.
- To diversify the markets, extending the presence of appropriate and prioritized exportable supply.
- To coordinate with public and private institutions, trade promotion strategies to develop exports.
- To promote research and development to generate and standardized the exportable supply by industrializing production processes.

The last component has prompted the preparation of the 2012-2021 Research and Innovation Agenda in BioTrade, which was the result of concerted efforts related to BioTrade in order to guide and articulate their activities regarding research, development and innovation in BioTrade; aspects that require major investment amounts. This Agenda, which has defined a vision, mission and general goal for research and BioTrade, was carried out by the Grupo de Investigación e Innovación en Biocomercio – GIIB ("Group of Research and Innovation in Biotrade"), specialized network in BioTrade.

The progress achieved in BioTrade in

our country has been possible thanks to the contribution of the Perú Biodiverso project, an initiative that has the Ministry of Foreign Trade and Tourism –MINCETUR as a counterpart. The Project has the support of the Swiss Cooperation – SECO and the German cooperation - GIZ. The Project is being developed in the framework of the Programa Nacional de Promoción al Biocomercio - PNPB (National BioTrade Promotion Program), and is executed by the Programa Desarrollo Rural Sostenible - PDRS ("Sustainable Rural Development Programme") by GIZ.

Perú Biodiverso has mainly focused its intervention in linking the national biotrade market with the international market, strengthening entrepreneurial capabilities and commercial management, providing support in the design of business plans, marketing strategies and quality management of 25 Peruvian companies.

Similarly, the project provides consultancy to national institutions responsible to propose rules and regulations on the sustainable use and the commercialization of products from biodiversity, in order to identify inappropriate incentives and regulatory gaps.

Facilitación del comercio exterior

Beneficios del Operador Económico Autorizado.

Por: Abog. Carlos A. Scarneo*

La armonización de un proceso representa la concurrencia de una o más propuestas en un mismo fin, esta es la idea original. Aplicar aquella a un régimen comercial mundial más seguro es y será la titánica tarea de la OMA con el apoyo de los países que sustenten la iniciativa. Al lado de la armonización se encuentra la propuesta de la facilitación del comercio exterior mundial, idea sustentada desde su forma original por APEFEX. A su vez la facilitación se desarrolla en tres complejos como elementales pilares: la Simplificación, la Armonización y la Estandarización; la primera se orienta a la eliminación de los elementos innecesarios o la duplicación de formalidades. La segunda supone ordenar la totalidad de procedimientos internos nacionales, asimismo la Estandarización representa el desarrollo de formatos físicos o virtuales arreglados a las convenciones y tratados así como su aplicación en la implementación diaria de los procedimientos, documentos e información.

Luego de la referencia a la facilitación del comercio exterior revisamos el principal antecedente del decreto supremo cuya aproximación se pretende, así tenemos que el artículo 44º de la ley general de aduanas preveía los criterios para su otorgamiento; una trayectoria satisfactoria en el cumplimiento de las normas vigentes, adecuados registros contables y logísticos para la trazabilidad de las operaciones, solvencia financiera y patrimonial comprobada y adecuado nivel de seguridad. Por su parte, el artículo 45º señala las facilidades de las que podrá disfrutar el operador que obtenga la certificación, señalando que estas serán en cuanto a control aduanero y simplificación de los mismos, posición que refuerza lo antes señalado por nuestra parte. Finalmente el artículo 46º prevé que la modalidad para la certificación ha de ser regulada vía decreto supremo señalando que la vigencia de los certificados será de tres años a condición que el operador certificado mantenga los requisitos para la certificación.

Habida cuenta del marco legal previsto en la ley de aduanas, ajustado me-

diante el D.L. 1122 de 18 de julio de 2012 se revisa el Decreto Supremo Nº 186-2012-EF de 21 de septiembre de 2012 que aprobó el reglamento de la certificación del Operador Económico Autorizado y que se estructura de la manera siguiente:

Título I, Disposiciones generales, Arts. 1º al 3º.
Título II: De la certificación
Capítulo I, De los requisitos para el otorgamiento de la certificación, Arts. 4º al 8º, Capítulo II, Del proceso de certificación, Arts. 9º al 11º, Capítulo III, De la renovación de la certificación, Art. 12º.
Título III, De la suspensión y revocación, Capítulo I, De las causales de suspensión y revocación, Arts. 13º al 15º.
Capítulo II, Del proceso de suspensión y revocación, Arts. 16º al 20º, Y; las dos Disposiciones complementarias finales.

Desde este reglamento para la certificación del operador se establecen requisitos e indicadores para que los operadores de comercio exterior: Exportadores, Agencias de Aduana y/o Almacenes Aduaneros, soliciten y obtengan la certificación de Operador Económico Autorizado; sin embargo la norma no desarrolla las facilidades previstas en el artículo 45 de la ley de aduanas (en cuanto a control y de simplificación aduanera). Ello como única referencia a la norma que le da origen pero en adelante la norma es saludable y establece indicadores adicionales para el mantenimiento de la certificación en especial de las Agencias de Aduana que deberán haber numerado en conjunto, tanto en los regímenes de importación para el consumo como de exportación definitiva, un valor FOB superior a los trescientos millones de dólares (US$300 000 000.00).

De otro lado, señalar ingresos como base para obtener una certificación es siempre riesgoso, prueba de ello es el tercer artículo que anuncia la publicación de los operadores certificados y a renglón seguido apunta la posibilidad que la empresa certificada solicite no aparecer en el rol a publicarse. La barrera monetaria no existe en la norma para los Almacenes Aduaneros y es evidente que imponerla a estos últimos sería incidir en un detalle comercial que se prefiere evitar. Proponer limitaciones orientadas al aspecto logístico que generen más facilidades para el despacho y entrega de las mercancías sería mucho mejor, adicionalmente a las aduaneras ya en funciones.

Finalmente, y sin que el tema se agote es notable que los Agentes Marítimos no puedan acceder a esta certificación considerando que el Capítulo VIII de la ley de aduanas señala líneas transversales que fácilmente podrían ser atendidas por aquellos é inclusive, por todo operador de comercio exterior responsable, organizado y formal.

*Director Ejecutivo de APEFEX

Plan Perú 2040

Plan Peru 2040

Sumando esfuerzos para lograr un país inclusivo y sostenible.

Joining efforts to achieve an inclusive and sustainable country.

La visión del Perú como un país de primer mundo, líder en equidad y conservación del medio ambiente, es la ruta que hoy en día impulsa a instituciones como el Colegio de Ingenieros y a un grupo de profesionales a asumir el reto de que en un futuro este sueño sea una realidad.

En esta línea se lanzó, en el 2010, Perú 2040 un plan estratégico a largo plazo que pretende marcar el camino del desarrollo sostenible del país, a través de lineamientos que favorezcan a las grandes mayorías.

"El Perú para el año 2040 debe ser una sociedad viviendo en bienestar, teniendo a su biodiversidad como eje económico, con oportunidades para su desarrollo en un ambiente sostenible. Todo peruano debe sentirse responsable de su propio destino", afirma el ingeniero Edwin Dextre Jara, presidente del Instituto Prospectiva y Desarrollo Estratégico, Ipyde, e impulsador de Perú 2040.

Políticas a futuro

El modelo de construcción social de futuro, liderado por el decano del Colegio de Ingenieros del Perú, Fernán Muñoz, involucra, actualmente, a cerca de 1 500 profesionales a nivel nacional, divididos en 61 comisiones de trabajo capacitadas para identificar tendencias futuras y el impacto del avance de la tecnología en la sociedad, "a fin de aprovechar nuestros recursos".

"Los gobiernos están acostumbrados a trabajar cuestiones que solo involucran su periodo y existe la necesidad de hacer crecer el país aplicando políticas de futuro", generadas por la inversión sostenida en educación, ciencia, tecnología e innovación, dice muñoz

En ese sentido, manifiesta que el plan contempla una serie de lineamientos políticos y acciones que ayudarán a los futuros presidentes a guiarse y a aplicar políticas de estado con una vocación prospectiva en el marco de la igualdad de oportunidades.

"Esta metodología ha sido aplicada con éxito en países que hoy son considerados países desarrollados, como es el caso de Finlandia, Holanda, Noruega, Singapur y Corea del Sur", comentó.

Etapa de iniciación

El proyecto se encuentra en la etapa de sensibilización de los actores (poder político, poder académico,

sociedad civil y empresarios) a fin de que tomen conciencia y se puedan sentar las bases y procesos que generen los escenarios deseados, manifiesta Dextre Jara.

Agrega, que en esta primera fase se ha logrado que el Ministerio de Educación incluya herramientas de prospectiva en sus planes, lo cual obligará al cambio de los métodos educativos.

En tanto, en agricultura se viene trabajando Biota Promisoria, un proyecto visionario hacia el 2021 y 2040 que busca aprovechar los recursos de biodiversidad circundante. Mientras que con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones se ha tenido influencia directa sobre el futuro de la infraestructura del transporte de Lima.

En el marco de este esfuerzo, cabe señalar, la creación del Instituto de Prospectiva y Desarrollo Estratégico, así como el apoyo del Consorcio de Investigación Prospectiva Tecnológica, el Centro de Planificación Estratégica (Ceplan) y el Consejo de Ciencia y Tecnología (Concytec).

The view of Peru as a first world country, leader in equity and environmental preservation, is the path that at present is encouraging institutions as the Colegio de Ingenieros ("College of Engineers of Peru") and a group of professionals to take up the challenge that in a near future this dream will come true.

In this sense, the Plan Peru 2040 has been launched in 2010. This is a long-term strategic plan that intends to set the way of the country forward sustainable development, through guidelines favoring large majorities.

"In 2040, Peru shall be a society living on welfare, having its biodiversity as an economic hub, with opportunities for its development within a sustainable environment. In 2040, every Peruvian shall be responsible for its own destiny", declares Edwin Dextre Jara, president of the Instituto de Prospectiva y Desarrollo Estratégico – IPyDE ("Institute for Prospectus and Strategic Development"), and driver of Plan Peru 2040.

Future policies

The social construction model for the future, leaded by the Dean of the Colegio de Ingenieros del Perú ("College of Engineers of Peru), Mr. Fernán Muñoz, at present involves almost 1,500 professionals at domestic level. They are organized in 61 working committees trained to identify future trends as well as the impact of the progress of technology in society, "in order to take advantage of our resources".

"Governments are used to work on matters only comprised within their terms but there is the need to make the country grow implementing long-term policies, generated by the sustainable investment in education, science, technology and innovation".

In this sense, Mr. Muñoz states that the plan comprises various political guidelines and actions that will help future presidents in order to implement state policies with a forward-looking vocation in the framework of equal opportunities.

"This methodology has been successfully implemented in countries that currently are considered as developed countries, as Finland, Holland, Norway, Singapore and South Korea", he commented.

Introductory Stage

At present, the project is at the awareness stage of key actors (political power, economic power, civil society and businessmen) in order to make them be aware and be able to build the foundations and processes that will generate the expected scenarios, said Mr. Dextre Jara.

He added that an important achievement at this first stage is the inclusion of prospectus tools by the Ministry of Education, which will force the change in the educational methods.

Meanwhile, in the agricultural field, the Biota Promisoria Project is being implemented. This is a visionary project towards 2021 and 2040 looking forward to take advantage of the biodiversity surrounding resources.

On the other hand, with the Ministry of Transportation and Communications we have directly influenced on the future infrastructure of transport in Lima.

In the framework of this effort, it is important to mention the creation of the Instituto de Prospectiva y Desarrollo Estratégico ("Institute for Prospectus and Strategic Development"), as well as the Consorcio de Investigación Prospectiva Tecnológica ("Consortium for Technological Prospectus Research"), the Centro de Planificación Estratégica - CEPLAN ("Strategic Planning Center") and the Consejo de Ciencia y Tecnología – CONCYTEC (Council of Science, Technology and Technological Innovation).

Museo de Ciencia y Tecnología de Shanghai.
Shanghai Science and Technology Museum

Turismo surandino

South Andean tourism

Cinco destinos clave en cuatro regiones del sur del Perú.

Five key destinations in four regions in the southern part of Peru

Recientemente se realizó el lanzamiento de más de 700 atractivos turísticos de la Vía Surandina que comprende cuatro regiones del Perú: Ica, Ayacucho, Apurímac y Cusco.

El objetivo de está iniciativa es exponer y promover la oferta turística que ofrece el corredor turístico Nazca-Cusco, mediante muestras fotográficas, videos, danzas, degustaciones de la gastronomía, entre muchas otras.

Este proyecto, articulado por autoridades y el sector privado de las cuatro regiones, fue cofinanciado por el Fondo Multilateral de Inversión (Fomin)-Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y ejecutado por Swisscontact.

Para el presidente regional de Ica, Alonso Navarro, la Vía Surandina constituye una nueva alternativa que generará desarrollo económico y mejora de la calidad de vida de los pobladores de las regiones comprendidas.

Destinos a visitar

La exposición de la caravana de promoción turística de la Vía Surandina, bajo el slogan "Más de 700 razones para visitarla", expuso sus principales cinco destinos clave del turismo.

La aventura tiene como punto de inicio a Palpa y Nazca, denominada "Sol y Sabor", ofrece una variedad de destinos turísticos como: Los petroglifos de Chichictara, los acueductos de Nazca y apreciar la flora y fauna en su ambiente natural.

El segundo destino es Pampa Galeras, denominada "La tierra de las vicuñas ", que ofrece actividades turísticas como: safari fotográfico, visita al Museo de Sitio, observar el ritual del Chaccu, entre otras actividades.

El tercer destino es el Valle del Sondondo, denominada "Cañones inmensos y sobrevuelo de cóndores", que ofrece una belleza paisajística especial, una visión privilegiada para apreciar el vuelo de los cóndores, los andenes incaicos y observar a los célebres danzantes de tijeras.

El cuarto destino es Apurimac donde se ofrece una serie de lugares que no puede dejar de visitar como: El hotel Tampumayu, denominado "El merecido descanso", que ofrece una gran variedad de gastronomía local, servicios básicos y un gran paisaje natural para el relajo.

Luego le sigue la Comunidad de Yaca, denominado "Reencontramos en el cam-

Choquequirao

po una vida simple y natural", en donde se puede realizar el Rafting, caminatas de aventura, observación de la naturaleza y diversos deportes de aventura.

A continuación viene Abancay, denominada "Una visita guiada a la literatura peruana", que ofrece turismo cultural, gastronomía y el city tour "Memorias de Abancay" que recrea la ciudad a partir de la visión del gran escritor apurimeño José María Arguedas.

También encontramos el santuario nacional de Ampay, en donde se pueden realizar caminatas de aventura y la observación de la flora y fauna en un ecosistema natural.

El quinto destino es Choquequirao, denominado "Explorar uno de los últimos refugios de los incas", que es un enigmático complejo arqueológico que fue refugio de los últimos incas, aquí se puede realizar el deporte de aventura, turismo cultural y caminatas.

Por estos motivos, el corredor turístico Nazca-Cusco, ofrece una innumerable cantidad de opciones turísticas para todos los visitantes.

Pampa Galeras

700 attractive tourism destinations of the South Andean corridor that includes four regions of Peru: Ica, Ayacucho, Apurímac and Cusco, has been recently launched.

The goal of this initiative is to expose and promote tourism offered by the Nazca-Cusco tourism corridor, through photograph displays, videos, dances, gastronomy tasting, among many others.

This project, articulated by authorities and the private sector of the four regions, was co-funded by the Fondo Multilateral de Inversión – FOMIN ("Multilateral Investment Fund"), and the Inter-American Development Bank – IDB. It is being implemented by Swisscontact.

For the regional president of Ica, Alonso Navarro, the South Andean corridor is a new option that will generate economic development as well as improve life quality of the regions comprised in the project.

Destinations to visit

The exhibit of the tourism promotion of the South Andean corridor, under the slogan "More than 700 reasons to visit them", showed the five key main tourism destinations.

The adventure has Palpa and Nazca as the starting point, and is named "Sun and Flavor". It offers a variety of tourism destinations, such as: the petroglyphs of Chichictara, the aqueducts of Nazca, as well as flora and fauna to be enjoyed within their natural environment.

The second destination is Pampa Galeras, named "The land of vicunas". It offers tourism activities as: photographic safari, visit to the Site Museum, observation of the Chaccu ritual, among other activities.

The third destination is the Sondondo Valley, named "Huge canyons and condors overfly". It offers a special landscape beauty, a privileged view to appreciate the over flight of condors, Inca terracing and observe famed scissors dancers.

The fourth destination is Apurimac where there is a variety of places that you should visit, such as: the Tampumayu hotel, named as "The deserved rest", which offers an interesting variety of local gastronomy, basic services and an amazing natural landscape for relaxation.

Then follows the Comunidad de Yaca ("Yaca Community"), named "Finding in the countryside a simple and natural life". Rafting, adventure walks, observations to nature and various adventure sports can be practiced in this location.

Then is Abancay, named "A guided visit to Peruvian literature". It offers cultural tourism, gastronomy and a city tour called Memorias de Abancay ("Memories of Abancay") that recreates the city under the view of the great writer from Apurimac, José María Arguedas.

We can also find the national sanctuary Ampay, where adventure walks and the observation of flora and fauna in a natural ecosystem can be practiced.

The fifth destination is Choquequirao, named "Explore one of the last shelters of the Incas". It is an enigmatic archeological complex that sheltered the last Incas. Here the visitor can practice adventure sports, cultural tourism and walks.

For these reasons, the Nazca-Cusco tourism corridor offers innumerable tourism options for all visitors.

Cajamarca: un ejemplo a seguir

Por / By: José Miguel Gamarra*

Cajamarca: an example to follow

Estrategias y acciones para revalorar la región norteña.

Strategies and actions to revalue the northern region

Hace no más de diez años, cuando Cajamarca había ya iniciado una dinámica virtuosa en la que el Proyecto Circuito Turístico del Norte (CTN) era el eje central, quienes tuvimos la oportunidad de contribuir de alguna manera en el trabajo que se realizaba en esa región no dudábamos en considerarla como el ejemplo a seguir en el Perú.

Una región rica en recursos naturales y culturales, una actividad económica que parecía encaminar la región, en el mediano y largo plazo, a convertirse en una de las más dinámicas del Perú, a pesar de las aun enormes desigualdades sentidas principalmente en las zonas rurales, tal como muchas otras regiones de nuestro país.

Una actividad turística pujante, con empresarios que apostaban decididamente por el sector, aglomerados en gremios unidos por un mismo objetivo, autoridades locales, regionales y centrales apoyando las iniciativas de estos y recursos de cooperación técnica internacional disponibles para promover diversas actividades en pro del desarrollo del turismo. Y algo fundamental: empresas mineras establecidas en la región, comprometidas en apoyar el desarrollo sostenible de la región.

Importantes concursos que buscaban identificar y promover actividades productivas sostenibles. Proyectos de reforestación y elaboración de productos derivados; siembra y transformación de productos derivados de la Tara; granjas piscícolas para consumo fresco y transformado para exportación, eran algunas de las propuestas presentadas con grandes probabilidades de éxito.

Una ciudad maravillosa, colmada de elementos de enorme importancia arquitectónica e histórica, en la que no era necesaria gran imaginación para sentir que el tiempo en muchos aspectos se detenía y florecía una auténtica joya, capaz de atraer visitantes, tanto de otras regiones del Perú como del exterior.

Con una variada gastronomía y algunos de los mejores productos lácteos que se puedan encontrar, una comunidad de célebres artistas plásticos, autores y músicos con habilidades innatas para la inspiración y creación de coplas musicalizadas en cada versión de los carnavales cajamarquinos. Por donde quiera que mire, Cajamarca ofrece más de lo que uno pudiera imaginar.

Si todo esto ocurría hace tan poco tiem-

po, ¿será posible que las experiencias recientes puedan echar por tierra todo lo andado, que todo el potencial que veíamos no fuera tal y que Cajamarca esté condenada a perderse?

No cabe duda que se han cometido errores. Sin embargo, cuando esto sucede, la salida no es resignarse al fracaso y buscar culpables. Cajamarca no se merece eso. Es importante retomar el camino. Quienes lo hicieron hace algunos años han tenido la entereza de continuar ahí a pesar de las enormes dificultades. Son cajamarquinos de nacimiento o gente que ha adoptado y quiere a Cajamarca como su tierra, que decidieron trabajar por ella y que sin duda estarán ansiosos de seguir adelante.

En esta tarea será importante recuperar el apoyo franco y sin condicionamientos de la empresa privada, la participación del sector público a través de sus distintos estamentos para generar las condiciones que recuperen la confianza en el futuro de la región y la participación activa de su gente.

Estamos a tiempo. Emprendamos ya la recuperación del tiempo perdido. Hay demasiado por hacer y todos tienen una tarea importante que cumplir. Hagamos que nuevamente podamos decir "Cajamarca: un ejemplo a seguir".

*Presidente de APTAE y ex Vice Ministro de Turismo

Almost ten years ago, when Cajamarca had already started a virtuous cycle in which the project Circuito Turístico del Norte – CTN (North Tourist Circuit) was the main axis, the ones that had the opportunity to contribute in some way in the work being done in this region never doubted to consider it as an example to follow in Peru.

It is a region rich in natural and cultural resources, with an economic activity that seemed to show the way in the region. In the middle and long term it could become one of the most dynamic regions in Peru, even though the existence of huge inequalities mainly in rural areas, as in many other regions of our country.

A booming tourist activity, with businessmen resolutely committed to the sector, organized in associations gathered by the same goal; local, regional and central authorities providing support to the initiatives of the aforementioned and resources from the international technical cooperation available to promote diverse activities in favor of the development of tourism in the region. And something very important: mining companies established in the region, committed to support the sustainable development of the country.

Important contests were carried out looking to identify and promote sustainable productive activities. Reforesting projects and preparation of by-products; sowing and transformation of by-products from the tara tree; farmed fish for fresh consumption and transformed for export, were some of the proposals presented with important chances of success.

A wonderful city, plenty of elements with a huge historical and architectural importance, where none imagination was needed to feel that in some aspects time has stopped and an authentic jewel had flourished, capable to attract visitors from other regions of the country and from outside the country.

With a varied gastronomy and some of the best dairy products that can ever been found, a community of famous plastic artists, writers and musicians with natural skills for the inspiration and creation of musicalized verses in every new date of the Cajamarca carnivals. Wherever I look, Cajamarca offers more than anybody could imagine.

If all this happened only a few years ago, is it possible that recent experiences can scupper all the progress already achieved? That all the potential that we saw was a mistake and that Cajamarca is doomed to failure?

There is no doubt that mistakes have been made. Nevertheless, when these happened, the exit is not to resign to failure and find responsible individuals. Cajamarca does not deserve this. It is very important to take up again the path. Who make it some years ago have had the strength to continue although the huge difficulties. This people was born in Cajamarca, there is also people that has adopted it or loves Cajamarca as their own land, people who decided to work for it and undoubtedly are willing to keep on walking.

For this task, it will be very important to recover the sincere support without conditions from the private sector, count on the participation of the public sector through various bodies in order to generate the proper conditions to recover the trust in the future of the region, and the active participation of the people.

We still have time. Let's start the recovery of the lost time. There are so many things to do and everybody has an important task to accomplish in order to say again "Cajamarca: an example to follow".

For these reasons, the Nazca-Cusco tourism corridor offers innumerable tourism options for all visitors.

*President of the APTAE and former Vice-Minister of Tourism

La perfecta distribución

Perfect distribution

El cuarto As de la cadena de abastecimientos. | *The fourth Ace of the supply chain.*

Por / By: Germán Velásquez*

Si quieres hacer póquer en la cadena de abastecimientos, la distribución es la carta que definirá el éxito del emprendimiento. Una anticipada planificación, abastecimiento en confianza y producción eficiente, va a fracasar si el diseño y ejecución de la distribución de tu producto falla. Consideremos, como fundamental premisa, que la disponibilidad de tu producto para el cliente final está relacionada con la ubicación del mismo en los puntos de venta, y el escenario no deseado es tener tus inventarios llenos y que el cliente no encuentre tu producto.

Primera carta: Identificación

Para evitar esta situación, el análisis de tu cadena te permitirá identificar los riesgos de interrupción del flujo deseado del producto. Asumiendo que la definición del transporte, rutas y desempeño funciona de acuerdo a lo planificado, es probable que el evento no deseado se presente en la gestión de los almacenes de embarque y/o recepción, trámites de verificación de mercadería o procesos de selección del minorista. Lo relevante aquí es identificar dónde está el error.

Segunda carta: Visibilidad

Pero para identificar la falla debes tener un seguimiento permanente del producto desde su planificación. El reto que vas a vencer con esta segunda carta está enfocado en el manejo de los lead times desde el aprovisionamiento hasta el despacho. Así como los tiempos de reaprovisionamiento y replanificación cuando se presente la rotura de stock. Vamos, el objetivo no es evitar la contingencia, sino enfrentarla satisfactoriamente.

Tercera carta: Tecnología

De acuerdo a las características del negocio y al flujo económico que genera, usemos la tecnología para tener infor-

mación oportuna que nos permita tomar las mejores decisiones en nuestro proceso de distribución. El empleo de RFID y EDIs motivará a disponer variaciones en la distribución planificada que genere valor al ubicar el producto donde se requiere.

Cuarta carta: Test
Finalmente, tengamos en cuenta que el mercado está en movilización permanente y se presentan situaciones cambiantes que obligan a replantear los procesos de distribución. La aparición de nuevos productos, su propio ciclo de vida, la presencia de nuevos supermercados, la construcción de autopistas que desvían los flujos de probables clientes, el incremento de demanda en las regiones nos llevará a innovar la distribución, manteniendo el foco en el objetivo de la empresa.

Recordemos que las eficiencias que logremos en la distribución del producto redundarán en una disminución de costos que beneficiará a todos los actores de la cadena. Los proveedores incrementarán los pedidos recibidos, nuestra empresa multiplicará su producción y los clientes encontrarán el producto que necesitan, cuando lo necesitan y con las características deseadas.
¡Éxitos en la partida!

*Profesor de la Maestría en Supply Chain Management de ESAN

If you want to play poker in the supply chain, distribution is the card that will define the success of the endeavor. Early planning, trust supply and efficient products; all this can fail if the design and execution of the product distribution fails. It is important to take into consideration, as a fundamental premise, that the availability of your product to the final client is related to its location in the points of sale, and that the non-desired scenario is having full stocks but that your client does not find your product.

First card: Identification
In order to avoid this situation, the analysis of your chain will allow you to identify interruption risks in the desired flow of the product. Assuming that the definition of transport, routes and performance work is according to the planning, it is possible that the non-desired event occurs in the management of the shipment and/or reception warehouses, paperwork to check the goods or selection processes of the retail. The important fact here is to identify where the mistake is.

Second card: Visibility
But to be able to identify the mistake, you shall carry out a permanent follow up of the product since its planning. The challenge that you will defeat with this second card is focused in the management of the lead times from the supply to the delivery. As well as the time of replenishment and replanning when you run out of stock. Come on, the goal is not to avoid the eventuality, but to face it satisfactorily.

Third card: Technology
According to the features of the business and to the economic flow it generates, let's use technology to have timely information that will allow us to make the best decisions in our distribution process. The use of RFID and EDIs will motivate to have variations in the planned distribution that generates value when we put the product where we want to.

Fourth card: Test
Finally, let's take into consideration that the market is permanently moving and changing situations appear, forcing us to redefine the distribution processes. The entrance to the market of new products, their own cycle of life, the presence of new supermarkets, the construction of highways that divert the flow of possible clients, the increase of the demand in the regions will lead us to innovate the distribution, keeping the focus in the objective of the company.

Remember that the efficiencies that we may achieve in the distribution of the product will result in the decrease of costs that will benefit all the actors of the chain. Suppliers will increase the received orders, our company will multiply its production and the clients will find the product they need, when they need it and with the expected features.
¡Success in the game!

*Professor of Supply Chain Management in the Master's Degree of ESAN

Navidad checa

Atractivos tradicionales en el mercado navideño de Chequia.

Si se piensa emprender viaje a la Repúbica Checa, se recomienda visitar también otros lugares que no sean la capital, Praga y probar las especialidades navideñas en los mercadillos de las ciudades más pequeñas o en los patios de los castillos. Le esperarán nacimientos/belenes y actuaciones en vivo. Un concierto navideño en uno de los templos o una sala de conciertos te proporcionará una experiencia inolvidable.

Los mercados navideños en Chequia se celebran durante el adviento. Algunos se empiezan ya a finales de noviembre y duran hasta principios de enero.

Los checos celebran la Navidad el día de Nochebuena (el 24 de diciembre). Al atardecer se sirve la cena de la Nochebuena –la sopa de pescado y la carpa frita con ensalada de patata. La carpa navideña pertenece a uno de los símbolos navideños.

Después de la cena de la Nochebuena la familia se dirige al adornado árbol de Navidad debajo del cual hay regalos que en Chequia tradicionalmente trae el Papá Noel. En Navidad por supuesto no pueden faltar los dulces navideños. A los más favoritos pertenecen los llamados panecillos de vainilla, trenza con almendras, pastas llamadas linecké pečivo o galletas de jengibre adornadas.

Si durante el adviento se va a Praga, no se debe pasar por alto la Plaza de la Ciudad Vieja donde se celebra todos los años el mercado navideño más grande del país. Éste junto a otro mercado, que se encuentra el de la Plaza de Wenceslao, se puede visitar del 27 de noviembre de 2012 al 5 de enero de 2013. En el escenario se podrán ver distintas actuaciones artísticas y musicales. El ambiente más bonito proporcionarán los niños que cantarán los villancicos. No olvidarse de probar la llamada medovina –bebida alcohólica hecha de miel.

El concierto nocturno de música clásica no podrá faltar en este itinerario navideño. Ostentosas salas de Rudolfinum y la Casa Municipal le añaden un auténtico aire a tu experiencia musical. Algunas iglesias en el centro, por ejemplo San Simón y San Judas o la Iglesia de San Nicolás en la Plaza de la Ciudad Vieja ofrecen también música clásica y conciertos especiales navideños.

Las Navidades checas fuera de Praga
Una Navidad tradicional se puede ver en la plaza Zelný trh en Brno. Este mercado navideño se celebra en estilo de un pintor checo –Josef Lada- cuyas pinturas son símbolo de la Navidad Checa. Aparte de la decoración característica de cada uno de los puestos, está preparado un abundante programa cultural. El mercado se puede visitar del 26 de noviembre al 23 de diciembre de 2012.

Český Krumlov es una ciudad de cuento de hadas durante todo el año. Sin embargo, solamente en las semanas de adviento vivirás aquí un ambiente mágico navideño. Del 30 de noviembre al 6 de enero tiene lugar todos los fines de semana el mercadillo tradicional navideño. También hay un programa especial para los niños. Puede hacer ilusión por ejemplo el belén vivo, San Nicolás o la "Navidad con Osos".

El Castillo de Křivoklát ofrece también durante los fines de semana del 8 y 9 y del 15 y 16 de diciembre un abundante programa navideño. Se verán presentaciones de danza y de teatro y en el mercado tradicional comprarás regalos y souvenirs. Para entrar en calor se puede tomar el vino caliente o medovina. El viaje en un trenecito de vapor, que lleva a Křivoklát de Praga o de Pilsen, podría ser una gran experiencia para los pequeños.

Relaciones positivas

Perspectivas del intercambio bilateral entre el Perú y la República Checa.

Embajador Vladimir Eisenbruk

Al hablar de las relaciones bilaterales entre el Perú y la República Checa, no se puede dejar de mencionar a la antigua Checoslovaquia. Si bien hubo un gran vínculo con el extinto país europeo, con la actual Chequia las relaciones se han intensificado en diferentes sectores. Acerca de ello declara el embajador checo en Perú, Vladimir Eisenbruk.

Recientemente se conmemoró el 90 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre el Perú y la República Checa. ¿Qué balance podría hacer al respecto?

Bueno el balance es largo y bastante positivo. Los 90 años representan casi toda la historia de Checoslovaquia y la República Checa porque justamente el país surge en el año 1918 y cuatro años después establecimos relaciones diplomáticas con el Perú. Entonces básicamente la historia de nuestro estado independiente está vinculada con el Perú.

Obviamente por la distancia las relaciones comerciales no llegan hasta el punto satisfactorio pero una de nuestras tareas es mejorarlas.

Como este año es significativo hemos puesto algunas metas que ya cumplimos, aunque no son puramente económicas. Finalmente después de nueve años hemos logrado inaugurar el tanque histórico del Museo Militar en Praga, un tanque histórico que fue donado por el gobierno del Perú y ahora está expuesto en el Museo Histórico Militar de Praga.

Otro hecho importante y significativo es que hemos establecido dentro del congreso peruano una liga de amistad Perú-República Checa, presidida por el congresista Enrique Wong, que ya esta formalizada y ofi-

cializada. Ahora estamos tratando de llevar a los congresistas a Praga.

Esta liga es nueva y creemos que va poder apoyar no solamente las relaciones diplomáticas sino, también, los proyectos que tienen una envergadura más grande a nivel nacional.

Siempre estamos en contacto con el Ministerio de Defensa, y finalmente desde setiembre hemos llegado a realizar la primera comisión mixta que se realizó en Praga con la participación del viceministro de Defensa.

Una de las conclusiones de esa comisión mixta es que cada año debería realizarse, una vez en Praga y una vez en Lima, otras comisiones mixtas porque eso quiere decir que hay interés de los dos lados en trabajar en ese tema que es fundamental, tanto para nosotros como para Perú en el punto de seguridad nacional.

¿Qué potencialidades deberían ser aprovechadas para hacer más efectivas las relaciones culturales, económico comerciales entre nuestros países?
Nosotros dentro de la Unión Europea estamos apoyando la firma del Tratado de Libre Comercio, creemos que es el instrumento más importante para poder incrementar el intercambio comercial, no tanto de la República Checa sino de la Unión y la región Comunidad Andina.

También este año no tanto para tener un apoyo consular, sino para tener un apoyo en temas económicos hemos inaugurado un consulado honorario de la República Checa en Lima teniendo como cónsul al señor Raúl Alta Torre del Águila. Es un apoyo importante tener la gente local que nos pueda ayudar, porque unos de los problemas de nuestros empresarios es que no hablan muy bien el castellano.

De otro lado un hecho que me parece muy importante, entre los proyectos grandes que queremos desarrollar, se está conversando hace varios años con los ministerios de Defensa y con los respectivos ministros a nivel nacional sobre temas que tienen que ver con la seguridad nacional y lucha contra el terrorismo en la región del VRAEM y temas de recapacitación de las instalaciones de Semae (Servicio de Mantenimiento Aéreo de las FFAA).

La idea de Perú es que se convierta en un centro para el mantenimiento de los helicópteros en la región andina. Entonces este es un tema que ya hemos avanzado bastante. Van a venir 7 técnicos de la República Checa para ver lo de las instalaciones, en noviembre vamos a presentar la oferta muy concreta. Este proyecto significa la capacitación de las personas locales y creación de nuevos puestos de trabajo con inversión checa.

¿Qué oportunidades puede ofrecer el Perú a las inversiones de la República Checa? ¿En qué sectores hay presencia de inversiones checas?
Lamentablemente todavía no podemos hablar de inversiones concretas, aparte de BioLatina que invirtieron en proyecto que está en una fase avanzada pero todavía no se concreta. Es un tema muy complejo porque esta involucrada la comunidad local y unos empresarios peruanos que están desarrollando un proyecto paralelo.

Hay un estudio completo que nosotros actualizamos todos los años sobre la situación económica del país, que es bastante favorable, ese es el instrumento que nosotros presentamos a nuestros empresarios y la decisión la toman ellos y los riesgos potenciales. Lo que nos complica un poco la vida es que con esta económica globalizada los mercados a veces son divididos territorialmente.

Si hablamos del sector automotriz que es un sector muy fuerte porque nosotros somos los número uno en per cápita en la producción de coches en el mundo, no en los números absolutos sino per cápita. Entonces la inversión desde un punto de vista inmejorable sería una planta de en-

samblaje de la marca Skoda pero eso no pasa, entraron al mercado peruano pero se fueron.

Las relaciones entre Checoslovaquia y el Perú entre los 70 y 80 en el Perú eran excelentes, casi la mayoría de las centrales eléctricas se hacía con tecnología checa, pero luego con el cambio de régimen esto se quedo en el olvido. Con la crisis en Europa y Estados Unidos estamos mirando otra vez hacia nuevos mercados porque es muy difícil empezar de nuevo prácticamente de cero.

Creemos que hay productos checos que mantienen su posición en el mercado peruano, me estoy refiriendo a las municiones y armas que tienen una merecida fama y se mantiene constante en la importación.

Queremos entrar con Cristal de Bohemia que es uno de los mejores del mundo, pero otro problema es competir con economías como la asiática que ponen los precios a nivel casi imbatible. Pero nosotros ofrecemos calidad y la idea es que el producto sirva más de uno, dos, tres años, sino que sirva para una generación, es decir 20 o 30 años y para eso obviamente también hay que pagar más.

¿Cómo se encuentran la balanza comercial y que productos se intercambian entre nuestros países?
El año pasado el intercambio fue de unos 40 millones de dólares, en 2010 fue el año record y tuvimos 44 millones de dólares de intercambio, siempre con un ligero superávit en la parte checa pero el año pasado fue más o menos equilibrado.

Los productos siguen siendo los mismos todo el tiempo. Lo que el Perú importa de la República Checa son maquinas y productos industriales y últimamente productos de maderas, como juguetes y muebles, de vidrio también. El año pasado figuraba en la lista los coches de la marca Skoda y armas y municiones.

Los productos que Perú exporta para la República Checa tiene como número uno al Café, después vienen productos frescos e hidratados y verduras, pescado, harina de pescado y materias primas como cobre, zinc, estaño. Además textiles.

Este año se ve una mejoría, 6 millones en exportaciones de la República Checa, y 2 millones de las exportaciones de Perú, en los primeros 7 meses. Se podría superar los 44 millones de dólares.

Me gusta la presencia de las empresas checas en las ferias, como en Excom. El año próximo estamos esperando más presencia de las empresas checas, como dije nosotros buscamos las condiciones por eso estamos negociando el acuerdo de Promoción e Inversiones y acuerdos sobre supresión de la doble tributación, estos dos instrumentos son importantes para que los empresarios sientan más seguridad.

Embajador Eisnbruk, acompañado de su esposa y empresarios

Todo biocomercio

Principios y datos importantes de la biodiversidad peruana

Los principios que guían el biocomercio
Pese al potencial del Perú para desarrollar el biocomercio por su invalorable capital natural, su territorio es frágil, por lo que su uso sostenible en los aspectos económico, social y ecológico, debe responder al criterio de conservación de la diversidad biológica. En esta línea se plantean los siguientes principios del Biocomercio:

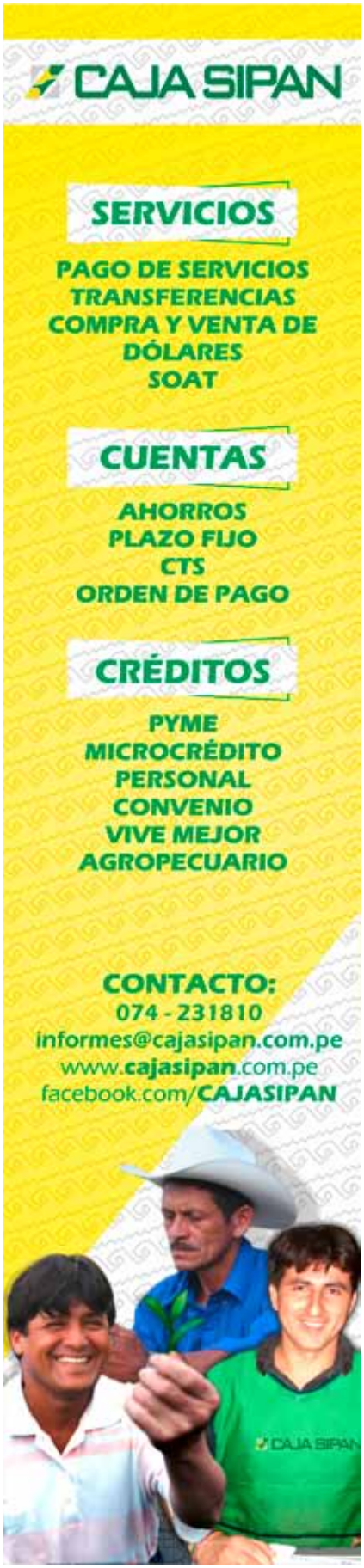
• Principio 1: Conservación de la Biodiversidad.
• Principio 2: Uso sostenible de la Biodiversidad.
• Principio 3: Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la biodiversidad.
• Principio 4: Sostenibilidad socio-económica (de gestión, productiva, financiera y de mercado).
• Principio 5: Cumplimiento de la legislación nacional e internacional.
• Principio 6: Respeto de los derechos de los actores involucrados en el Biocomercio.
• Principio 7: Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos.

Fuente: Tomado de la UEBT

Datos sobre biodiversidad peruana
• El Perú es considerado dentro de los 15 países megadiversos del mundo por su gran variedad genética en especies de flora y fauna.
• Con una economía emergente, nuestro país es centro de origen de al menos 182 especies nativas domesticadas, como la papa, el ají, la calabaza, el maíz; sin embargo, los peruanos conocen medianamente sobre su biodiversidad.
• Solo un 52% de su población sabe de qué se trata este concepto en comparación al 97% de la población brasileña. *
• No obstante, el 90% de los peruanos ha oído hablar sobre la pérdida de especies y la deforestación, es decir, que relaciona el tema a malas prácticas. Sus principales fuentes de información para conocer los temas de biodiversidad y los relacionados a ella son: la publicidad en televisión (44%), los programas y documentales de la pantalla chica (43%) y la escuela o universidad (42%). *

* Extraído del Barómetro de la Biodiversidad del Perú – Año 2012-UEBT.

"Perú siempre fue un país importante para la UEBT, porque valoriza sus especies nativas y tiene una gran biodiversidad que constituye un potencial de desarrollo. Asimismo, ha logrado que se genere un gran interés en las prácticas, principios y criterios del biocomercio ético". Cristiane de Moraes, UEBT - Brasil.



Solidez microfinanciera

ASOMIF PERÚ trabaja por el desarrollo del microempresario peruano.

La Asociación de Instituciones de Microfinanzas del Perú (ASOMIF PERÚ) acaba de cumplir su primer quinquenio de existencia trabajando por el desarrollo y consolidación del sector microfinanciero del país. Sobre su aporte para contribuir con la economía del país habla Fernando Valencia-Dongo, presidente de la entidad.

Fernando Valencia-Dongo

¿Cómo se trabajó el pasado quinquenio a nivel de inclusión social y bancarización?

ASOMIF PERU, a través del trabajo de sus asociadas, ha realizado una labor de inclusión social productiva muy importante permitiendo que miles de peruanos participen de manera igualitaria en el ámbito económico, contando con servicios financieros y educación financiera a los emprendedores que han ido bancarizando anualmente. Se puede señalar que en 2009 se bancarizaron a 240 040 personas; en 2010 a 251 476 y hasta julio del presente año a 153 025.

¿Cómo evalúan ustedes el pasado quinquenio a nivel del sector. Cómo han evolucionado las colocaciones, captaciones y el patrimonio?

Ha sido un quinquenio muy positivo a nivel de colocaciones y depósitos; también en lo referente a la consolidación del sector y al avance patrimonial. El patrimonio de las instituciones de microfinanzas ascendió hasta el tercer trimestre del presente año a S/. 4 333 millones con un crecimiento del 20.08% respecto al tercer trimestre de 2011. El número de clientes deudores de las microfinancieras para este período fue de 3 572 502 clientes, mientras que la cantidad de depositantes sumó 3 158 096. El fortalecimiento de las entidades microfinancieras en el tercer trimestre también se refleja en las utilidades que crecieron un 7.60%, respecto a 2011, alcanzando los S/. 485 millones. Igualmente el número de oficinas a nivel nacional se elevó en 16.64%, sumando 1 577 en todas las regiones, así como también la cantidad de trabajadores en el sector con un 23.21% para un total de 35 585.

¿Por qué el Perú es el entorno ideal para el desarrollo de las microfinanzas por quinto año consecutivo?

De acuerdo al "Microscopio global sobre el entorno de negocios para las microfinanzas 2012", elaborado por Economist Intelligence Unit con el apoyo del Fondo Multilateral de Inversiones del BID, la Corporación Andina de Fomento y la Corporación Financiera Internacional, miembro del grupo Banco Mundial, el Perú ocupó el primer lugar, producto de la evaluación del sector en dos categorías: marco regulatorio y práctica, que analiza la actuación de las entidades de regulación y supervisión. Marco institucional, que evalúa lo referente a normas y transparencia de información de las instituciones y la actuación de las centrales de riesgos. Es importante destacar que no solo se mantuvo el primer lugar por quinto año consecutivo, sino que se logró mejoras sustanciales en el puntaje otorgado al país.

¿Con su experiencia puede definir cuál es el perfil de nuestros emprendedores?

El microempresario peruano es básicamente un emprendedor con gran capacidad de trabajo, iniciativa, flexibilidad, con una necesidad de lograr desarrollar sus objetivos y amplio espíritu de superación

que le permite afrontar las adversidades con tenacidad y entusiasmo. Sin embargo, esta gran capacidad de trabajo, va también acompañada a una baja productividad producto de su propio esquema de trabajo y la informalidad que acompaña a sus actividades. Esta característica convierte a la microempresa en el Perú, en una unidad económica altamente vulnerable y expuesta a los cambios existentes en la marcha económica del país o sector al que se dedique.

Las proyecciones de crecimiento establecidas para el sector en el presente año se están cumpliendo a nivel de colocaciones y captaciones, ¿cuánto pensaron crecer a inicios de año y en cuánto crecieron actualmente?
A inicios de años se proyectó un crecimiento del 19% y 18% en lo relativo a colocaciones y captaciones respectivamente. A escasos meses para concluir el presente año consideramos que las colocaciones llegarán a un 17% de lo presupuestado inicialmente y las colocaciones cerrarán el año con un crecimiento del orden del 19%. Estos índices nos muestran que nuestras instituciones han tenido una mayor cautela en el tema de colocaciones debido a un manejo riguroso y cauto de sus políticas de riesgo crediticio. En lo referente a las captaciones, observamos un crecimiento mayor a lo presupuestado el cual consideramos una respuesta a la mayor confianza que los clientes tienen de la solidez de nuestras instituciones y a las mejores tasas que nuestras entidades ofrecen por los ahorros en sus distintas modalidades.

¿Afectó al sector la crisis económica de Europa y Estados Unidos?
Consideramos que al haberse mantenido los índices de crecimiento del PBI en el Perú, previsto a inicios de año, los efectos de la crisis en Europa no se han reflejado en el crecimiento del sector o en el deterioro de la actividad de las microempresas a las cuales atendemos. A diferencia de la crisis financiera de Estados Unidos en el año 2008, que generó un deterioro en los indicadores del sector, esta crisis en Europa no ha provocado mayores efectos en los índices de nuestras instituciones.

DEPÓSITOS TOTALES DEL SISTEMA FINANCIERO
Al 30 de Setiembre 2012
(En miles de nuevos soles)

DEPÓSITOS TOTALES

INSTITUCIONES	Monto SET 2011	Monto SET 2012	CRECIM.
Cajas Municipales	8 833 460	10 442 217	18.21%
Cajas Rurales	1 855 073	2 245 501	21.05%
Financieras	2 387 839	3 873 692	62.23%
Financieras Esp MF	*2 336 268*	*3 800 995*	62.70%
Financieras No Esp MF	*51 571*	*72 697*	40.96%
Mibanco	3 714 261	3 724 293	0.27%
TOTAL IMF (*)	16 739 061	20 213 005	20.75%
Banca	121 647 984	135 824 394	11.65%
TOTAL SISTEMA FINANCIERO (**)	134 724 356	152 385 803	13.11%

1/ En agosto 2012 se convirtió a empresa financiera.
(*) Compuesto por CMACs, CRAs, Edpymes, Fines, Especializadas y MiBanco
(**) Compuesto por CMACs, CRAs, Edpymes, Financieras y Banca Multiple

Fuente: SBS
Elaboración: Área de Estadística Asomif Perú

Breve reseña

La Asociación de Instituciones de Microfinanzas del Perú (ASOMIF PERÚ) fue promovida por iniciativa de la Asociación de Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (ASOCAJAS) y la Asociación de Edpymes (ASEP) del Perú.

Así fue que ASOMIF-PERÚ se creó el 06 de julio de 2007. El objetivo: consolidar el sistema de microfinancieras privadas, mejorando la calidad de sus servicios y actuando racionalmente en un mercado que se tornaba cada vez más competitivo.

Actualmente ASOMIF PERÚ agrupa a 29 entidades del sector microfinanciero, entre las más importantes están Cajas Rurales, Cajas Municipales, Financieras especializadas, Edpymes y Mibanco.

Junta Directiva 2011-2014

Presidente: Fernando Valencia-Dongo (Nueva Visión).
Vicepresidente: Carla Pérez Garcés (Credinka).
Directores: Jorge Delgado Aguirre (Nuestra Gente).
Lionel Derteano Ehni (Edyficar).
Víctor Bravo Perleche (Sipán).
Hipólito Mejía Valenzuela (Raíz).
Fernando Balbuena Favarato (Mibanco).

La directiva de ASOMIF PERÚ cuenta hoy con las instituciones más representativas del sector microfinanciero. La gran experiencia comprobada que tienen en el análisis y manejo de riesgos, manejo corporativo y toda su amplia plataforma que están dispuestos a compartir con el gremio será fundamental para desarrollar iniciativas que beneficiarán a todas las asociadas y al microempresario peruano en general.

Becas en Gestión Empresarial

Programa 10,000 Mujeres, capacita a empresarias peruanas de la pequeña y mediana empresa.

Graduadas del programa que participaron en ferias como Mistura y Expoalimentaria, a quienes apoyamos como parte de los servicios complementarios que ofrecemos.

"Soy Marccy Alarcón..... no quería pasar la oportunidad para agradecerte infinitamente que me hayan brindado la oportunidad de pertenecer a este grupo de 10,000 mujeres, de lejos es la más maravillosa experiencia que he tenido en todos mis años de empresaria y de ser humano, he conocido realidades y personas que me dejan un gran enseñanza.

No sabes lo importante que fue para mi aprender todo esto que llevé en los cursos, siento que lo mío ya no es un negocio sino una empresa que con el tiempo haré perdurar".

¿Qué es el Programa 10,000 Mujeres?
El Programa 10,000 women (o 10,000 Mujeres) es una iniciativa mundial promovida por el Banco de Inversión Goldman Sachs y su fundación, localizados en EEUU. Este programa está presente en más de 30 países incluyendo la India, China, Brasil, Afganistán, México, Perú entre otros.

Su objetivo es capacitar a mujeres empresarias de la pequeña y mediana empresa en Gestión Empresarial a través de un programa de estudios especialmente diseñado para este propósito por la principal escuela de negocios de los EEUU. – Thunderbird, Global School of Management – y la Universidad del Pacífico.

¿Qué ofrece en el Perú?
En el Perú hemos ofreciendo becas a 720 mujeres empresarias con alto espíritu emprendedor para que puedan fortalecer sus capacidades empresariales a través de una serie de componentes de entrenamiento, mentorías y generación de redes. Contamos con el auspicio y soporte del Banco Interamericano de Desarrollo a través del Fondo Multilateral de Inversiones y del Grupo ACP-MiBanco.

A la fecha se han otorgado aproximadamente 550 becas.

¿En qué consiste el programa de estudios?
Es un Diplomado dictado por la Universidad del Pacífico de 4.5 meses de duración, estructurado en 2 sesiones semanales de 4 horas cada una.

El diplomado se centra en métodos prácticos para mejorar los procesos

Mariel Rotstain (Coordinadora del Programa 10,000 Mujeres en el Perú) y Ximena Querol Coordinadora Proyecto Fortalecimiento de la Capacidad Empresarial de la Mujer en el Perú.

del negocio, las líneas de productos y servicios y la gestión de recursos financieros y humanos.

¿Cuáles son los requisitos para acceder a la beca?

- Podrán acceder a la beca aquellas mujeres que sean propietarias o copropietarias de un negocio operativo por un periodo no menor a un año.
- Estudios secundarios culminados (como mínimo)
- Tener 5 empleados como mínimo
- Ingresos familiares anuales menores a los S/. 100,000

¿Cómo se postula a la beca?

Para postular se debe llenar el formulario que se encuentra en la página web: www.10000mujeresperu.org y mandarlo al siguiente correo electrónico: info@mujeresemprendedoras.org.pe

La fecha máxima para enviar postulaciones es el viernes 6 de enero del 2012.

Se debe de tener en cuenta que sólo se considerarán aquellas aplicaciones que hayan llenado el cuestionario en su totalidad. (PR)

Feliz 5to Aniversario Asomif Perú

La Caja Señor de Luren envia un cordial saludo a la Asociación de Instituciones Microfinancieras del Perú "ASOMIF PERÚ", por la celebración de su 5to aniversario; Institución que hace un valioso aporte al crecimiento de nuestro País.

CAJA SEÑOR DE LUREN

PROFINANZAS
Caja de Ahorro y Crédito

Saluda a:
ASOMIF PERÚ
por su Aniversario
Impulsando el crecimiento sostenido de sus asociados

Oficina principal: Av. Mariscal Benavides 430 San Vicente de Cañete (01-581 1486).
JUNÍN: Tarma: 064-321 979, Huasahuasi: 064-342 002, Huancayo: 064-234 571, El Tambo: 064-245 602, La Merced: 064-532 289, Pichanaki: 064-347 174, Satipo: 064-546 436, Pangoa: 064-543 427. ICA: Chincha: 056-266 789, Ica: 056-233 946.
LIMA: Imperial: 01-284 8440, Mala: 01-530 8975, Lurín: 01-430 1643, Huaral: 01- 246 4442, Huacho: 01-232 3891, Barranca: 01-235 2961, Churin: 01-237 3016. LIMA METROPOLITANA: Pro-Los Olivos: 01-539 2272, San Juan de Miraflores: 01-276 0685.

Roberto Molero

Potencial emprendedor

Estrategias para la ansiada competitividad de las Pymes.

Todo el sector empresarial incluido las Pymes sufren las deficiencias estructurales que hacen menos competitivas a las empresas, con infraestructuras deficientes, un tipo de cambio bajo que disminuye rentabilidad, puertos aún caros y el acceso al financiamiento local es alto comparado a los que pueda conseguir una mediana empresa en el exterior.

Existen esfuerzos en las entidades competentes del estado pero aún no tienen la potencia para lograr cambios importantes. Según Roberto Molero, gerente de Pymeadex tenemos una estructura empresarial donde el 97% la componen la micro y pequeña empresa, siendo enorme sus necesidades por capacitación, asistencia y su desarrollo de buenas prácticas comerciales.

El directivo agrega que si bien Produce, PromPerú y Mincetur cuentan con algunos mecanismos como Sepymex, Exporta Fácil, Compras a Myperú y Compras del Estado, ahora se apunta a reforzar el potencial de nuestras provincias, buscando organizar y consolidar nueva oferta, desarrollo de cultura exportadora y promover a nuestros mercados regionales.

"En este ámbito Adex también juega un rol importante, ya contamos con dos oficinas descentralizadas una en Arequipa y otra en Chiclayo, polos de desarrollo de esas regiones, espacios a los cual hemos trasladado el know how de cerca de 40 años de vida institucional", manifiesta.

Buscando mercados emergentes

Ante una Europa en problemas y una economía americana aún débil el crecimiento de América Latina y su mejora de competitividad en los últimos años ha logrado generar una nueva clase media ansiosa de mayor consumo. Al respecto Molero señala que este escenario es una excelente oportunidad para nuestras Pymes.

"Tenemos acuerdos bilaterales y de libre comercio con casi todos los países de la región que nos permite ingresar con arancel cero, la cercanía facilita su acceso y disminuye sus costos frente a países competidores del Asía y los volúmenes requeridos se adaptan a las capacidades de nuestras pequeñas empresas", recuerda.

El experto proyecta que para el año 2013 países como Brasil, México, Canadá, Colombia y Uruguay y de Centroamérica deben ser agenda prioritaria para las pequeñas empresas. "Los gremios empresariales, trabajamos estrechamente con nuestros consejeros comerciales, Adex cuenta con una red de contactos interinstitucionales, organizamos misiones empresariales y tenemos identificadas las ferias más importantes en esos países, sus requisitos de acceso y lo más importante la identificación de los potenciales clientes".

Las redes globales

Este es un nuevo mecanismo de alta potencialidad que viene creciendo año tras año. Por medios digitales se han creado vitrinas virtuales llamados también marketplaces que permiten a las empresas mostrarse al mundo con una buena imagen y conseguir clientes con menor costo, factor que hace más atractivo para las pequeñas empresas.

En tal sentido Molero señala que la gerencia Pymeadex lanzará el año 2013 el programa PYMEX DIGITALES 2.3, mecanismo que permitirá a las pymes mostrar toda su información técnica y comercial de la empresa, incluyendo sus fotos y datos de contacto en español e ingles, "esta se visualizará en los principales marketplaces de carácter B2B tantos locales como internacionales, las empresas contarán con capacitación y asistencia para mantener actualizada su información".

Pymes globalizadas

Las redes sociales: un medio eficaz de comercialización para las pequeñas y medianas empresas.

La internacionalización es una de las principales armas que poseen las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) para subsistir en momentos de crisis del mercado nacional. Y es que cuando la demanda interna decrece día a día y las empresas ven cómo sus ventas se reducen drásticamente, la búsqueda de nuevos mercados y potenciales clientes supone una necesidad para las pymes.

La globalización internacional se ha convertido en una alternativa para que las pymes se muevan en otros mercados, donde las fronteras físicas desaparecen gracias a las nuevas alternativas de comercio que utilizan como soporte la Internet.

En ese contexto, las tecnologías de la información y comunicación (TIC) constituyen en la actualidad un elemento importante en la sociedad, y el mundo de las pymes no es ajeno a esta circunstancia, ya que para éstas es importante aprovechar las oportunidades que brindan las TIC e Internet como nuevo canal de distribución.

Hoy en día, la gama de posibilidades que ofrece el uso de la Internet va desde la oferta de nuevos servicios hasta el uso de nuevas tecnologías en los procesos convencionales.

Aporte de las redes sociales

Estas nuevas plataformas online se han convertido en una alternativa viable para promover el comercio internacional, especialmente cuando se hace negocios utilizando plataformas electrónicas.

En razón de ello, un gran número de pequeños empresarios han hecho del Facebook, Twitter, MySpace, entre otros, sus principales canales de comercio electrónico a fin de aumentar sus oportunidades comerciales, ya sea en el mercado nacional o internacional.

Para Amazonas Imports Inc., los vertiginosos cambios tecnológicos han permitido que las empresas den un gran impulso hacia otros mercados. “Si bien es cierto que las propagandas radiales, los comerciales en televisión y la participación en ferias nacionales, locales e internacionales aceleran el establecimiento de una marca o producto en el mercado, las redes sociales hoy en día han permitido que las empresas continúen llegando a otros mercados que no son peruanos”, indicó su presidente y fundador el Ing. Guillermo Véliz.

Desde 1984, Amazonas Imports, Inc. ha estado a la vanguardia en las importaciones de productos de México y Centroamérica con la misma escuela que viene haciendo en Perú. Cada producto creado se presenta a otros sectores a fin de extender su consumo a otros grupos étnicos. De acuerdo a su filosofía, el uso eficaz de dichas herramientas hace que el éxito se consagre más rápido.

Como se ve, es imperativo ser el primero y adoptar nuevas tendencias de comercialización para dar el primer golpe. Según indican expertos en mercadotecnia, una red social mal gestionada supone la creación de una imagen negativa de la empresa, producto o servicio además de una pérdida de recursos. Por el contrario puede ser el medio ideal para darse a conocer y ampliar posibilidades de venta.

Plataformas de servicios

Razones para el desarrollo de estrategias de apoyo a las Pymes.

Por: Ing. Carlos Pimentel Zúñiga*

La velocidad del comercio internacional y su impacto en los diferentes bloques, y en especial en América Latina han determinado el comportamiento empresarial. Sus estrategias han sido materia de investigación permanente a cargo de diversas organizaciones especializadas en la región. Es el caso de la Corporación Andina de Fomento – CAF y el Banco Interamericano de Desarrollo – BID, quiénes vienen gestando iniciativas de Competitividad, sobre la base de un análisis de políticas macro y micro económicas, sus avances y resultados en diversos países de la región versus el Mundo.

Los desafíos del desarrollo productivo y la productividad han sido uno de los principales factores estudiados, en donde existe consenso en cuanto a reconocer que América Latina presenta brechas cada vez más crecientes, y es en estas modalidades de mejora competitiva donde se presentan los principales factores de crecimiento económico.

Por un lado, se evidencia que son los conglomerados, las modalidades de intervención que permiten un desarrollo en red, con ventajas estratégicas de relacionamiento empresarial, que se reflejan en una mayor competitividad de las cadenas productivas que las integran, y un fortalecimiento institucional de las organizaciones que las fomentan y/o que forman parte del proceso.

De otro lado, siempre se destaca la importancia de las pymes en la estructura productiva: 97% de las firmas; 77% de la generación de empleo, pero:

• Persiste la brecha de productividad: 30-60% del PIB.
• Escasa actividad de innovación y bajo nivel de desarrollo tecnológico: Empresas más pequeñas invierten muy poco en actividades innovativas (entre 1% y 2% de ventas). Sin embargo, la innovación y la diferenciación son factores claves en el desempeño de las empresas más pequeñas.
• Pocas empresas exportadoras y escaso dinamismo en el nacimiento y consolidación de nuevas empresas.
• Falta de acceso a recursos: crédito; insuficiencia de la oferta de mano de obra calificada en sectores de alto valor agregado.

Mujeres emprendedoras en el Conglomerado de Gamarra.

Para materializar los beneficios de la inserción internacional se requiere una transformación productiva definida como una mayor diversificación comercial con ganancias de productividad:

• Una mayor productividad redunda en una mayor diversificación generando un ciclo virtuoso.
• Diversificación no es sólo incursionar en nuevos sectores sino también desarrollar nuevas actividades dentro de un sector que tradicionalmente se exporta.
• Una mayor diversificación al interior de un sector se puede lograr a través del desarrollo de clusters.
• Dado que la tasa de diversificación es baja para el nivel de ingreso de la región, es necesaria la promoción del descubrimiento de nuevas actividades.
• La IED puede servir de catalizador de ambas estrategias.

Vinculado a ello, la evolución de los Factores de Productividad en los países de la región, evidencia una disminución considerable respecto a la década de los 60', pasando de 0.87 a 0.62 para toda América Latina.

Ello se hace más evidente en países como Perú, Venezuela y Colombia que presentan las tasas más bajas respecto a las últimas décadas; reflejándose en los reducidos niveles de ingreso per cápita de estos países. Son Chile, Uruguay y Argentina, los únicos países que presentan tasas positivas respecto a la década de los 90' versus la década del 2000.

Complementariamente el BID viene desa-

rrollando programas de Competitividad territorial focalizando sus modalidades de intervención a través del fomento de Clusters, teniendo como objetivos, superar los puntos críticos que afectan la competitividad de sus conglomerados y cadenas productivas, y superar fallas de coordinación entre agentes, que afectan la productividad a través de acciones colectivas.

Las acciones desarrolladas pasan por un mapeo y selección de los conglomerados productivos, la sensibilización y planeamiento estratégicos, además de la implementación de acciones claves de impacto.

En ese marco de acción las nuevas políticas se adaptan a las necesidades locales, pero comparten algunas características centrales en el corto, mediano y largo plazo:

• Se basan en sectores productivos existentes y trabajan con empresas locales, parte de cadenas/conglomerados productivos.
• Fomentan el desarrollo de una institucionalidad favorable para la cooperación público-privada, pública-pública, privada-privada.
• Subsidian la provisión de bienes públicos y bienes club.
• Ofrecen herramientas e incentivos para vincular a estas empresas con cadenas globales de valor y favorecer la innovación y las mejoras de productividad.
• Ordenan la demanda para otras intervenciones: infraestructura, capacitación laboral, desarrollo empresarial, entorno, etc.

En ese contexto, el entorno nacional y regional en el Perú, y al haberse aprobado los TLCs con las correspondientes reducciones arancelarias, se han acelerado los procesos de mejora competitiva, requiriéndose con urgencia elevar los niveles organizativos, de calidad, de productividad y rendimientos acordes a una fuerte competencia y aprovechamiento de estos mercados y sus oportunidades. En ese sentido, las empresas del país vienen tomando decisiones específicas respecto a estos desafíos, fomentando de manera incipiente aún y en cooperación con el sector público, plataformas regionales orientadas al desarrollo productivo, el incremento de las inversiones y la mejora de ingresos sostenidos.

Asimismo, el acelerado proceso de regionalización, ha devenido en gobiernos subnacionales con mayores recursos presupuestales, pero aun con poca capacidad de gasto y restricciones del MEF; a pesar de contar con visiones compartidas de mejora competitiva y consensos para enfrentar los retos de los TLCs.

Estos procesos requieren de un acompañamiento urgente para implementar programas de desarrollo productivo, que contengan elementos diferenciadores de acuerdo a las potencialidades de cada región.

En la mayoría de las regiones, existe la posibilidad de implementar un modelo de desarrollo productivo con enfoque de conglomerados. El modelo a promoverse se orienta a promover empleo y capital en base a un conjunto de saberes y practicas orientados hacia la producción de bienes y servicios, que pueden ser potenciadas con la complementación de las tecnologías convencionales impulsando las capacidades que tiene el capital humano de la región, proporcionándoles las herramientas necesarias para que este sea el motor del aprovechamiento de su capital natural y de la utilización de su capital físico apalancados por el mercado con un articulador para cada producto/mercado.

Las empresas poseen deficiencias estructurales en su gestión empresarial para lograr la competitividad requerida, tales como falta de asociatividad para tamaño de oferta, capacitación en calidad de los procesos de producción y el servicio al cliente, comercialización y acceso al financiamiento que necesitan adquirir para aprovechar esta oportunidad de mercado.

De otro lado, la crisis internacional ha desarticulado las cadenas productivas exportadoras con mayor participación de las Pymes del país, que abarcan el sector de los bienes no tradicionales, en donde el sector agroindustrial, confecciones y manufacturas diversas son sectores emblemáticos.

Aquí es necesario reactivar urgentemente estas cadenas y conglomerados mediante la generación y/o fortalecimiento de plataformas de servicios empresariales Pymes, orientados a la búsqueda y articulación con clientes de mercados nacionales e internacionales; a través de un trabajo de rápida réplica, partiendo del acompañamiento técnico para la aplicación y estandarización de herramientas básicas de comercialización, de amplio uso internacional, que permita a las empresas articularse técnicamente entre ellas, y con clientes de mayor dimensión nacionales e internacionales, para luego continuar con la participación en encuentros empresariales donde se generen las oportunidades de negocios de ida y vuelta.

*Consultor

Relative TFP (US =1)

	1960	1970	1975	1980	1990	2000
Argentina	0.99	0.93	0.98	0.93	0.58	0.69
Brazil	0.83	0.88	1.07	1.02	0.75	0.73
Chile	0.68	0.73	0.64	0.76	0.72	0.80
Colombia	0.81	0.90	0.91	0.96	0.90	0.64
Mexico	1.09	1.10	1.18	1.13	0.79	0.77
Perú	0.58	0.69	0.83	0.66	0.45	0.40
Uruguay	0.77	0.73	0.76	0.86	0.69	0.73
Venezuela	1.33	1.64	1.20	0.88	0.77	0.61
Latin America	0.87	0.89	0.93	0.88	0.68	0.62

Source: Cavalcanti Ferreira, Pessôa, Veloso (2006). Latin America is the geometric average of 18 LA countries.

Masificación del gas

Las APP como mecanismo eficaz para el mayor acceso al gas natural.

Por: Augusto Villanueva Llaque*

Muchas veces hemos escuchado acerca de las Asociaciones Público Privadas (APP), pero: ¿Para que sirven y que relación podrían guardar con la masificación del gas natural?. Una APP constituye un mecanismo que permite la conjunción del sector público y privado para que, a través de un contrato, se lleve adelante la ejecución de una obra pública de infraestructura y de servicio público.

Las APP han obtenido un importante protagonismo en los últimos años, pues, además de ser un mecanismo dinamizador de la economía y reducir el déficit de infraestructura, han permitido que la población acceda a mejores servicios y tenga oportunidades a mayores puestos de trabajo, lo cual, solamente se origina cuando la inversión privada apuesta por un país que otorga estabilidad y garantiza un marco jurídico sólido con reglas de juego claras.

Ahora bien, las APP en el sector energético han permitido llevar adelante obras de infraestructura y de servicios públicos para la generación de energía eléctrica que comprometa el suministro regular de energía para uso colectivo, así como para la transmisión y distribución de electricidad. Esta modalidad de participación de la inversión privada también permitió que la explotación del gas de Camisea cuente con el transporte a la costa peruana y las consecuentes redes de distribución en las ciudades de Lima e Ica.

Es preciso señalar que el uso del gas natural permite dar acceso a la población a una energía limpia y económica que podría liberar al país de la dependencia del petróleo y sus derivados, por lo que, no estaríamos supeditados a los impactos negativos que la evolución del precio del petróleo tiene en la economía nacional.

Años atrás, con el objeto de masificar el gas de Camisea, en el mes de febrero del 2000 se adjudicó la licencia para la explotación de los hidrocarburos al Consorcio liderado por Pluspetrol Peru Corporation S.A. En ese sentido, se extraerán 13 trillones de piés cúbicos de gas y 660 millones de barriles de líquidos del yacimiento Camisea.

Por otra parte, en el mes de octubre del 2000, se adjudicaron las concesiones de transporte y distribución del gas natural al Consorcio liderado por Tecgas N.V., el cual constituyó la empresa Transportadora del Gas del Perú S.A. (TGP), para: i) el Transporte de "Gas Natural" de Camisea hasta Lima; ii) el Transporte de "Líquidos de Gas Natural" de Camisea a la Costa; y, iii) la Distribución de Gas Natural en Lima y Callao (ahora ésta última a cargo de Cálidda). Por su parte, en octubre del 2008 se otorgó a Transportadora de Gas Internacional del Perú - TRANSCOGAS (ahora Contugas), la Concesión de Sistema de Distribución de Gas Natural por Red de Ductos en el Departamento de Ica.

El Gobierno Central se encuentra estructurando APP´s para promover la participación de inversionistas que se encarguen del transporte y la distribución del gas natural en diferentes regiones del país a fin de favorecer a la población con éste hidrocarburo tan económico, apreciándose claramente que las APP constituyen el mecanismo más ideal para la masificación del gas natural.

*Abogado. Especialista en derecho energético y consultor en estructuración de Asociaciones Público Privadas.

A ritmo de samba

Buenas perspectivas en el intercambio comercial entre Brasil y Perú.

La economía peruana a lo largo de los últimos 20 años viene teniendo un crecimiento promedio del PBI de 6% al año, lo que despierta la atención de los inversionistas del mundo. Precisamente, este expectante panorama, convierte a nuestro país en un mercado atractivo para los empresarios de la región sudamericana, como es el caso del Brasil. Y no es para menos, pues actualmente el Perú es el tercer destino de las inversiones brasileñas en América del Sur.

Mientras que el intercambio comercial entre Brasil y Perú, tuvo un record histórico el año pasado con US$ 3.6 mil millones, y además hubo un gran incremento de las exportaciones del Perú hacia Brasil con US$ 1.4 mil millones. Estas razones sin duda auguran un buen porvenir en el comercio bilateral de ambas países vecinos.

Inversiones en alza

Eduardo Pereira e Ferreira, jefe del sector económico de la Embajada del Brasil en Lima señala que los inversionistas brasileños perciben que la economía del Perú les brinda seguridad desde los puntos de vista económico y jurídico, "que son dos elementos fundamentales para atraer las inversiones. Por eso, las inversiones brasileñas en el Perú han crecido bastante".

El diplomático estima que el stock de inversiones brasileñas en el Perú ha sobrepasado los US$ 3 000 millones. Cifras que serían exiguas si se incluyen los cerca de US$ 36 000 millones que se proyectan para la construcción del polo petroquímico al sur del país.

Pereira e Ferreira agrega que los principales rubros de inversión brasileña en tierras peruanas son minería, construcción civil, e hidrocarburos. Así como también inversiones importantes en siderurgia, en empresas de software, servicios. "Tenemos un panorama de inversiones brasileñas en el Perú bastante diversificado", remarca.

A su vez, recuerda que el proceso de acercamiento, político-económico-comercial, que se emprendió con la alianza estratégica suscrita el año 2003 ha generado un gran impulso a la integración económica entre los dos países. "La integración no solamente va hacia el Perú, nosotros hemos visto un interés cada vez mayor de empresas peruanas instalándose en Brasil para hacer inversiones", indica el diplomático.

Eduardo Pereira e Ferreira

Según Pereira e Ferreira la inversión peruana en Brasil debe estar alrededor de US$ 700 millones con perspectivas de llegar a US$ 1 000 millones. "Grandes empresas peruanas están invirtiendo en Brasil en rubros como minería, gaseosas, finanzas. Existe un abanico bastantes interesante de inversiones peruanas en Brasil", reitera.

Crecimiento exportador

Un aspecto importante que ha ayudado a que se incrementen las exportaciones peruanas al Brasil, es la reducción de los aranceles. "Todos los productos peruanos entran hoy a Brasil con arancel cero. Ese es un factor fundamental para el aumento de las exportaciones peruanas hacia Brasil", expresa el experto.

Puntualiza además que los empresarios peruanos están despertando para las oportunidades que les ofrece el mercado brasileño. "Están yendo a Brasil, participando en ferias, exposiciones y conociendo mejor a los empresarios brasileños, los importadores brasileños; y esto genera todo un curso nuevo para las exportaciones peruanas".

Prospección árabe

Commercial research towards Arab countries

Oportunidades comerciales en el Medio Oriente. | *Commercial opportunities in the Middle East*

Cristian Dolorier Orellana

En el marco de la III Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de América del Sur y Países Árabes, realizada en Lima, el gerente general de Prospección Markets, Cristian Dolorier Orellana, presentó su investigación sobre los perfiles del mercado árabe, a modo de fomentar las exportaciones peruanas a dicha región.

Según comenta el experto, en la actualidad las exportaciones peruanas al mercado árabe son pocas. "En estos momentos no hay muchas exportaciones para el mercado árabe, las que hay son para la comunidad peruana en el Medio Oriente", indicó.

A pesar de ello, señaló que los productos peruanos favoritos para la exportación al mercado árabe son los alimentos gourmet y los productos textiles de alta calidad.

"El Perú tiene variedad de productos como los espárragos, alcachofas. Ciertas frutas que son del gusto del Medio Oriente, y por otro lado el tema de textiles de alta calidad como productos de cien por ciento algodón", comentó.

Los principales destinos de los productos peruanos al bloque árabe son: Egipto (25%), Líbano (16%), Arabia Saudita (13%) Emiratos Árabes Unidos (10%), entre otros.

Certificaciones

Explicó que existen dos certificaciones para poder exportar productos al mercado árabe. La certificación Kosher (comunidad judía) y la certificación Halal (comunidad árabe).

Tanto la certificación Halal como la Kosher, garantizan que los productos importados sean permitidos, autorizados, saludables, éticos o no abusivos. Sin embargo, para un mayor acercamiento al mercado árabe se debe buscar la certificación Halal.

"Hay empresas que ya cuentan con la certificación Halal básicamente en menestras, fréjoles, maíz. En el caso de Kosher encontramos una gran variedad de productos que ya tienen la certificación como textiles, alimentos, las aguas, el arroz, el azúcar, galletas, etc.", agregó.

Destacó que la comunidad islámica posee el grupo étnico religioso más numeroso del mundo, con 1.4 billones de personas ubicadas en diversas partes del mundo, por ello el obtener la certificación Halal significa incursionar en un mercado enorme lleno de oportunidades.

Además, el informe económico de Halal Journal, reveló que en el 2009, los países del Consejo de Cooperación del Golfo (Kuwait, Qatar, Arabia Saudita, Emiratos Árabes entre otros), sumaron 43,8 mil millones de dólares por consumo de productos Halal.

Estrategias a seguir

Por estos motivos, señaló que para poder tener presencia en dicho mercado, es importante que el sector gubernamental y las empresas privadas incentiven dicho mercado.

"Con respecto al Medio Oriente, no tenemos contactos comerciales adecuados, no hay ruedas de negocios, tal vez por la distancia de esa zona geográfica no se ha promovido este mercado", dijo.

Es así que para el futuro se espera que Perú realice acciones como misiones comerciales al Medio Oriente, partici-

pación en ferias de dicha región, contactos con empresas con certificación Halal, centros de información y centros de idiomas de apoyo.

In the framework of the III Summit of Heads of State and Governments of South American and Arab Countries, held in Lima, the general manager of Prospección Markets, Cristian Dolorier Orellana, presented his research on the profiles of the Arab market, in order to foster Peruvian exports to such region.

According to the comments of the expert, Peruvian exports to the Arab market are currently few. "At present there are not so many exports to the Arab market; the exports are for the Peruvian community in the Middle East", he stated.

Despite this, he said that the favorite Peruvian products for export to the Arab market are gourmet food and high quality textiles.

"Peru has a variety of products as asparagus and artichoke. Some fruits that have the taste like in the Middle East, and on the other hand the high quality textiles as 100% cotton products", he commented.

The main destinations of Peruvian products to the Arab block are: Egypt (25%), Lebanon (16%), Saudi Arabia (13%), United Arab Emirates (10%), among others.

Certifications

He explained that there are two certifications for export products to the Arab market: the Kosher certification (Jewish community) and the Halal certification (Arab community).

The Halal certification as well as the Kosher certification ensure that imported products are allowed, authorized, healthy, ethical and non-abusive. Nevertheless, for a closer rapprochement to the Arab market, the Halal certification shall be obtained.

"There are companies that already have the Halal certification basically for grains, beans and corn. In the case of the Kosher certification we find an important variety of products that already have it, as textiles, food, water, rice, sugar, cookies, etc.", he added.

He highlighted that the Islamic community has the biggest religious ethnical group in the world, with 1.4 billion of people located at various parts of the world, reason why obtaining the Halal certification means to enter into a huge market full of opportunities.

Moreover, the economic report of the Halal Journal, has revealed that in 2009, the countries of the Gulf Cooperation Council (Kuwait, Qatar, Saudi Arabia, Arab Emirates, among others), summed up to 43,8 thousand million dollars in consumption of Halal products.

Strategies to follow

Because of the abovementioned reasons, he pointed out that to be present in that market, it is important that the government and the private sector foster such market.

"With respect to the Middle East, we do not have any appropriate commercial contacts, there are no round tables; maybe due to the distance of that geographic area this market has not yet been promoted", he stated.

In the near future it is expected that Peru take actions, such as organizing commercial missions to the Middle East, taking part in fairs of that region, having contacts with companies that already have the Halal certification, counting on information centers and support language centers.

AFEET 30 Años
La Asociación de Ejecutivas de Empresas Turísticas del Perú, que preside Isabel de Quiñones, conmemoró sus 30 años en una cena de gala donde se rindió homenaje a su primer comité y reconoció la labor de personalidades como Ruth Shady, arqueóloga encargada de la revalorización y datación de Caral y a Carlos Canales, presidente de Canatur, entre otros.

Premio Citi a la Microempresa
PREMIC 2012 reconoció los aportes de los microempresarios a la economía de nuestro país, premiando a diez de ellos en las categorías de comercio, servicio y producción, e innovación. En la foto aparece Beatriz Gonzales de Hojotas a Mano S.A.C. presentada por la Caja Huancayo.

Premio Desarrollo Sostenible 2012
La Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía otorgó el reconocimiento a siete empresas que destacaron en la tarea de promover el progreso de las comunidades; y en la realización de prácticas sociales y ambientales.

Pablo Alcazar de Sociedad Minera Cerro Verde

Rafael Zoeger de BPZ en Perú

Presentación de Café Q´ulto
La cooperativa agraria cafetalera Divisoria, integrada por más de 600 agricultores excocaleros, lanzó el café fino Q´ulto, que lleva el sello de la Marca Perú y cuenta con certificación orgánica y de comercio justo Fair Trade.

Hans Jochen Wiese, Carmen Masías, Roberto Bravo, Ignacio Bravo, Mario Parra, Julian Aucca y Federico Tong.

Orden Federico Villarreal
El rector de la Universidad Villareal, José María Viaña, entregó la distinción al presidente de la Asamblea Nacional de Rectores, Orlando Velásquez, por su destacado trabajo en el ámbito académico.

MEM y RENIEC juntos
El Ministerio de Energía y Minas y el Registro de Identificación y Estado Civil firmaron un convenio que permitirá la emisión de certificados y firmas digitales con valor legal y sin costo, contribuyendo con el cuidado del medio ambiente y la reducción del uso de papel.

En la foto Ernesto Aranda y Tábata Vivanco

Alternativa perfecta

Propuesta competitiva de la Zona Franca de Pereira.

Daniel Giraldo

La Zona Franca Internacional de Pereira, se ha consolidado en los últimos años como una gran plataforma integral de comercio exterior que permita la implementación de proyectos industriales a gran escala, el intercambio comercial con los más importantes mercados del mundo, el desarrollo logístico nacional e internacional y la prestación de servicios en los diferentes sectores económicos.

Precisamente la ubicación estratégica de esta zona especial en la ciudad colombiana de Pereira, -en medio del denominado Triángulo de Oro, formado por las ciudades de Bogotá, Cali y Medellín, y cerca del puerto de Buenaventura, en la costa del Pacífico-, la convierten en uno de los polos industriales más importantes de la región.

Alianzas y ventajas competitivas

Según Daniel Giraldo, gerente general de esta zona franca la ciudad de Pereira es líder en el rubro de textil y confección, razón por la cual buscan potenciar aun más las alianzas estratégicas con empresas de sector locales e internacionales.

"Tenemos las empresas más importantes del sector en tejido plano en nuestra zona franca, cuyo régimen franco es de los más competitivos de Latinoamérica, pues ha fortalecido las exportaciones e importaciones de todas las empresas de Colombia y también de las empresas que vienen del extranjero para utilizar el mercado colombiano como una plataforma puntual para expandirse a otros países", indica.

El directivo apunta que estas alianzas estratégicas están generando cerca de 7 mil empleos directos con mano de obra especializada en el sector textil y confección, lo que es muy atractivo para los industriales peruanos que piensen ubicarse en esa ciudad colombiana, "Pereira por su ubicación está mucho más cerca al consumo nacional y es más rentable hacer logística y hacer distribución desde nuestra zona franca", puntualiza.

Al respecto, indica que buscan la expansión del área de 273 000 m2 a 500 000 m2 adicionales, invirtiendo para ello más de 250 millones de dólares en las primeras dos etapas que serían entre los próximos seis a diez meses, "entonces es un proyecto que obviamente se vuelve atractivo para la región y para el país".

De igual manera, Giraldo recuerda que cuentan con beneficios tributarios para las empresas. "El Impuesto a la Renta de la zona franca es de 15%, mientras que fuera de ella es de 33%. Adicionalmente es un espacio físico en el cual los impuestos aduaneros y tributarios pasan básicamente a cero".

Añade que las empresas peruanas que quieren empezar a maquilar en la zona franca de Pereira, pueden llevar sus equipos usados o nuevos desde Perú o desde cualquier parte del mundo sin pagar ningún tipo de arancel.

Parque tecnológico

Otro aspecto importante en el progreso de esta zona franca es que cuentan con un moderno parque tecnológico. "Nosotros tenemos un parque de alta calidad, es un parque nuevo que se está desarrollado con última tecnología y con toda la inteligencia que requiere un parque de este calibre. Albergamos una infraestructura completamente competitiva con el todo el know how que tiene el plan Colombia por más de 50 años", asevera Giraldo.

Macro Post S.A.C.

CORREO RAPIDO

SERVICIO COURIER

Nuestro objetivo: Su entera satisfacción

Servicio Postal Diferenciado

- Mensajería local
- Courier nacional
- Courier internacional
- Seguro empresarial
- Base de datos
- Servicio de logística
- Servicio puerta a puerta
- Servicio de telecompras
- Envío con pago en destino
- Consultoría y marketing directo
- Asesoría postal permanente
- Retorno de cargos digitalizados

Te impulsamos a lograr tus proyectos...

¡GRATIS!

El reparto de tu publicidad (volante y/o publicidad) a donde envíes tu correspondencia a **NIVEL NACIONAL**

Av. Arenales 1093, Santa Beatriz, Lima 1, Perú
Telf: (51-1) 472-0403 / 471-6450
E mail: gcomercial@macropost.com / gventas@macropost.com
www.macropost.com.pe

GARANTÍA 5 AÑOS ó 150,000 km.

MITSUI

Siempre a Su Servicio

CALIDAD MUNDIAL MITSUI

Lo estamos esperando

Para ofrecerle la mejor atención en todos nuestros locales

VENTAS - SERVICIO - REPUESTOS

TOYOTA | HINO | DAIHATSU | TOYOTA EQUIPOS INDUSTRIALES | BT LÍDER MUNDIAL EN EQUIPOS PARA MANIPULACIÓN DE CARGAS

MITSUI RENT A CAR | Carrocería y Pintura | MANTENIMIENTO EXPRESS | Salón Bono Car

Contacto: 625 3000

MITSUI

Los mejores beneficios para tu TOYOTA sólo los tiene MITSUI
La Molina Av. Javier Prado Este 6042 T. 625 3000 **Canadá** Av. Canadá 120 La Victoria T. 625 3200 **Miraflores** Av. Federico Villarreal 259 Miraflores T. 625 3100 **Santa Anita** Carretera Central 1283 Santa Anita T. 625 3055 / 625 3066. También en **Jockey Plaza, Plaza Lima Sur y Mega Plaza.**

www.mitsuiautomotriz.com

TOYOTA

Una vida de confianza