

EDICIÓN BILINGÜE

EXPORTAR

ECONOMÍA, NEGOCIOS & TURISMO

Año X - N° 55 Edición Internacional

X - N° 55 International Edition

Encuentros Cercanos

En ruta de la Creación
Acuerdo CAN - UE

**Close
Encounters**

On the way to create
the CAN - UE Agreement



F.C. CENTRAL ANDINO S.A.

Viaje en tren
de Lima a Huancayo
y disfrute un
fin de semana de sol.



Venta de boletos en:



Consulte nuestro cronograma de viajes en:

www.ferrocarrilcentral.com.pe

Av. José Gálvez Barrenechea 566, Córpac - San Isidro

Telf.: 226-6363 anx. 222 ó 235 • E-mail: reservas@fccsa.com.pe

FERIA INTERNACIONAL DEL TURISMO EN PERÚ
fitperú
TRUJILLO 2007

Ven a la
Feria de Turismo



DESCUBRE

EL PAÍS DE LAS MIL MARAVILLAS,
Y LAS MIL MARAVILLAS DEL MUNDO
EN UN SOLO LUGAR

3-6 de noviembre 2007

Recinto Ferial El Golf, Trujillo - La Libertad - Perú

PUNTO DE NEGOCIOS ENTRE LA OFERTA Y DEMANDA INTERNACIONAL

www.fitperu.org

info@fitperu.org



Director / Director
Julio César Claqué Moreno

Editor / Publishing
Sergio Vivasco

Redactores / Editors
Diego Achilun
Paola Ferreyros
Javier Gutiérrez
Marilyn Lavado
Bentiz López
Jorge Vázquez
Karla Velezmore

Diseño de Carátula / Title Page Design
Gerardo Ojeda

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Carolina Cantella

Fotografía / Photography
Alex Ramón
Segundo Santa Cruz
José Vilela
Docampo
PranPeru

Corrección / Editing
Flor Nuñez del Arco

Traducción / Translation
Gregorio Biquera

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

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

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

Gerente de Administración / Administration Manager
Jory Vera Alvarado

Impresión / Printing
Hondal

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

Oficina Editorial / Editorial Office

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

SUMARIO / SUMMARY



En sus marcas...

Diálogo político, cooperación y comercio son los pilares sobre los cuales se realizará la negociación del Acuerdo de Asociación CAN-UE

On your marks...

Political, cooperation and commercial dialogues are the pillars on which the CAN-UE Association Agreement is being negotiated



¿Se abren paso los biocombustibles?



Circulación de vehículos "vegetarianos" se incrementaría en más de 200% el próximo año. Sin embargo, falta un plan de desarrollo estratégico de las nuevas fuentes energéticas

Are bio-fuels coming up?

"Vegetarian" vehicles circulation might increase in more than 200% next year. However, there is still pending a strategic development plan for new energetic sources



Puerta grande

Acuerdo de Asociación entre la CAN y la UE, permitirá a países andinos acceder a un mercado de 485 millones de consumidores

Big Door

Association Agreement between CAN and UE will allow Andean countries to access a market of 485 million consumers



ACE 38 se consolida

Intercambio comercial entre Perú y Chile, acumulado en el periodo 2000-2007, representa unos US \$ 9 600 millones

ACE 38 consolidates

Commercial exchange between Peru and Chile within the 2000-2007 period represents about USD 9 600 million



Alpacas mejoradas

Depurar la calidad genética de la alpaca, es el norte de una ambiciosa investigación

Enhanced alpacas

Purify the alpaca's genetic quality, is the goal of an ambitious research



La ciudadela de las maravillas

Machu Picchu sigue cautivando a más personas en el mundo, mientras Mincetur afina proyectos que apuntan a reorganización de visitas para preservarla

The citadel of wonders

Machu Picchu keeps on captivating more and more people in the world, while Mincetur tunes up projects aiming visitors' reorganization, to preserve it



Ventana de oportunidad

El desarrollo de inversiones y nuevos circuitos, son la clave para el desarrollo del turismo

Opportunity window

The development of investments and new circuits, are the key to tourism development



Postgrados con potencial

El cuidado del medio ambiente y la comunicación para la salud son dos de los temas más novedosos que ofrecen las universidades locales en materia de maestrías



Flores peruanas para el mundo

Peruvian flowers for the world

Actualmente, Perú exporta al año, según cifras de ADEX, apenas siete millones de dólares en flores, mientras que Ecuador bordea los 400 millones de dólares anuales y Colombia los 900 millones de dólares.

Si bien existe gran potencial para este rubro en el país en razón de su mega-diversidad, los productores nacionales necesitan tecnificar sus procesos.

Son siete los departamentos de la sierra que concentran una importante cantidad de productores de flores, algunos de los cuales se encuentran asociados.

La producción y exportación de flores no sólo representa una ventana de oportunidad de negocios, sino también una eficaz herramienta en la lucha contra la pobreza. Al respecto, es ilustrativa la experiencia en China, donde en 2004 veinte mil familias de la provincia de Yunan pudieron superar la pobreza extrema gracias al cultivo de flores.

Con el propósito de divulgar el potencial del Perú, el Parque Central de Miraflores será escenario del 21 al 23 de setiembre de la I Feria Internacional de las Flores, PERUFLORA 2007.



El evento pretende ser un punto de encuentro donde se integren los productores de flores con las empresas exportadoras más grandes de nuestro país, tales como Roots, Florisert y Vivero Los Inkas, que el año pasado exportaron alrededor de 1 304 toneladas de flores a Estados Unidos, Italia y Holanda.

At present, Peru exports in a year, according to figures from ADEX, just seven million dollars on flowers; meanwhile, Ecuador exports about 400 million dollars a year, and Colombia, 900 million dollars.

Despite the country's great potential on this area because of its mega diversity, national producers need to make their processes more technical.

Seven are the sierra departments that concentrate an important amount of flower producers, some of them, associated.

The production and exportation of flowers is not just a business opportunity window, but also an effective tool in war against poverty. Regarding this, the Chinese experience is illustrative because 20,000 families in Yunan province overcame extreme poverty in 2004 thanks to flowers' cultivation.

With the purpose of divulging Peru's potential, Miraflores Central Park will be the setting of the First International Fair of Flowers, PERUFLORA 2007, from the 21st to 23rd of September.

The event pretends to be an encounter point where flower producers and the biggest exporting companies in our country, like Roots, Florisert and Vivero Los Inkas, exporters of about 1 304 tons of flowers to USA, Italy, and The Netherlands last year, can get integrated.

Auge de todas formas

Boom by all means

“El sector de envases y embalajes está en pleno crecimiento por su estrecha relación con el avance de la industria manufacturera, que representa el 1,5% del PBI. Si consideramos que este año el PBI aproximadamente bordea los US\$ 105 mil millones, entonces, su aporte es de US\$ 1575 millones”, afirma Jaime Reátegui, gerente de los Comités de Fabricantes de Papeles, Cartones y Envases de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

El desarrollo del mercado de envases y de embalajes se explica por el impulso del sector agroexportador y textil. El primero ha mostrado un ascenso significativo, gracias a la creación de un calendario agrícola que permite la exportación de productos durante todo el año y genera la demanda de cajas de cartón corrugado, envases de vidrio, hojalata y bolsas de plástico rígido. Por su parte, el sector textil, a través de productos como hilados y confecciones, requiere cajas de cartón y de plástico.

“En los últimos cinco años, los acuerdos comerciales y la inversión en maquinarias y equipos de última generación, nos dan la posibilidad de estar cerca del desarrollo que presentan países como México, Brasil y Argentina. El mercado y los consumidores exigen innovación. En tal sentido, se busca que los envases sean biodegradables”, señala.

“La inversión en bienes de capital, materia prima, tecnología y en formación de personal capacitado, permitirá mantener este sector como uno de los más importantes dentro del sector manufacturero”, anticipa.

“The container and packing sector is on full growing due to its close relationship with manufacturing industry progress, which represents 1,5% of GIP. If we consider that this year GIP will, approximately, reach

USD 105 thousand million, then, its contribution is USD 1575 million”, ensures Jaime Reátegui, manager to the Container, Cardboard and Paper Manufacturers Committee of the National Industry Society (SNI).

The container and packing market's development is explained by the impulse of the agricultural and textile exporting sectors. The first has shown a significant rise thanks to an agricultural calendar which allows the exportation of produces along the whole year and generates demand on corrugated cardboard boxes, glass containers, tin and rigid plastic bags. The textile sector, particularly, through products like threads and dress making, requires cardboard and plastic boxes.

“In the last five years, commercial agreements, and investment on machinery, and last generation equipment have given us the possibility of getting closer to development shown by countries like Mexico, Brazil and Argentina. The market and consumers demand innovation. In that sense, biodegradable containers are being looked for”, he affirms.

“Investment in capital assets, raw material, technology and trained personnel formation, will allow keeping this sector as one of the most important ones within the manufacturing sector”, he anticipates.



Interconexión andina

Andean Interconnection

Este mes debe iniciar sus actividades el grupo de trabajo peruano-boliviano acordado mediante la Carta de Intenciones entre el Ministerio de Energía y Minas del Perú y el Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda de Bolivia, para la interconexión eléctrica.

De otro lado, atendiendo a una iniciativa de Chile y por consenso en la Comunidad Andina de Naciones (CAN), está por emprenderse un Estudio de Opciones de Interconexión Eléctrica de Colombia, Ecuador, Perú, Chile y Bolivia, auspiciado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Para facilitar las probables y futuras interconexiones eléctricas con Chile y Brasil, se requerirá de normatividad similar a la Decisión 536 de la CAN. Ello se está tratando en el marco del proceso de Integración Sudamericana.

Entre tanto, el Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN) ya está conectado con Ecuador, a través de una línea de transmisión eléctrica de 112 km de longitud y de 220 KV de tensión.

El enlace se ejecutó como parte de los compromisos adquiridos por el Perú en el proceso de integración andina y teniendo como respaldo el Reglamento de Importación y Exportación de Electricidad, en el marco de las disposiciones contenidas en la Decisión 536 de la CAN.

Esta interconexión no se ha producido porque Ecuador aún no ha suscrito los Acuerdos Operativo y Comercial, terminados desde diciembre 2006, debido a planteamientos para modificar aspectos contenidos en la Decisión 536, referidos a las rentas de congestión. Este punto fue tratado en la Reunión de Tumbes entre los presidentes de Perú y de Ecuador y sus respectivos gabinetes ministeriales, y podría ser

solucionado en el corto plazo.

This month, the Peruvian-Bolivian work group should start its activities regarding electric interconnection, set by the Intention Letter between the Energy and Mining Ministry of Perú, and the Public Works, Services and Housing Ministry of Bolivia.

On the other side, responding to an initiative from Chile and by consensus in the Andean Community of Nations (CAN), an Electric Interconnection Options Study among Colombia, Ecuador, Perú, Chile and Bolivia is about to start, sponsored by United Nations Program for Development (PNUD).

To facilitate the future and probable electric interconnection with Chile and Brazil, regulations similar to the ones in Decision 536 from CAN will be required. This is being deal with within the process of South American integration.

Meanwhile, the National Interconnected Electric System (SEIN) is already connected to Ecuador's, through an electric transmission line of 112 kms. long, and 220 KV tension.

The link was made as part of Peru's commitment within the Andean integration process, and backed up by the Electricity Importation and Exportation Regulations as part of the dispositions' frame for Decision 536 from CAN.

This interconnection has not occurred because Ecuador has not signed yet the Operative and Commercial Agreements, finished since December 2006, and this is due to proposals to change aspects within Decision 536, referred to congestion rents. This issue was discussed in Tumbes Meeting between the Presidents of Peru and Ecuador, including their cabinets, and could be solved in the short run.



Mucho que aprender *A lot to learn*

La minería ha ido adquiriendo tal preponderancia en la economía de Colombia, que las exportaciones de carbón han logrado desplazar a las de su famoso café. Actualmente, el carbón ocupa el segundo puesto de exportaciones, aunque representa el 18,2% del total de las mismas de ese país. Y como resultado de la política de fomento de la inversión extranjera en minería, en la actualidad, esta asciende a 2.010 millones de dólares.

Beatriz Duque, directora de Minas del Ministerio de Minas y Energía de Colombia, quien visitó Perú para participar en la X Exhibición Tecnológica Minera (Extemin), afirmó que pretende replicar en su país los avances que el Perú ha alcanzado en el sector minero.

“He venido a conocer cómo hacen su anuario estadístico. Nos parece funda-



mental contar con cifras oficiales, aún no las tenemos, pero las vamos implementar”, sostuvo Duque, luego de enfatizar que Colombia aspira a tener un catastro trabajando en línea para este año.

Para la funcionaria colombiana, el ingreso de empresas mineras en la Bolsa de Valores de Lima, la evolución del catastro minero, y el desarrollo de los gremios profesionales y empresariales en el Perú son modelos a seguir en Colombia. “Se trata de replicar la experiencia a favor de las mejores prácticas en procedimientos mineros”, refirió.

Mining has been acquiring such an importance in Colombia's economy that coal exports have displaced its famous coffee exports. At present, coal has the second place on exports, representing 18,2% of total exports of that country. And as result of a policy of promoting foreign investment in mining, at present, this rises to 2 010 million Dollars.

Beatriz Duque, Mining Director of the Mining and Energy Ministry of Colombia, who visited Perú to participate in the X Mining Technological Exhibition (Extemin), affirmed that she pretends to duplicate in her country the progress that Peru has achieved in the mining sector.

“I have come to know how you work out your yearly statistics. We consider fundamental to count with official figures, we do not have them, but we are going to implement them”, said Duque, after emphasizing that Colombia aspires to have an on line cadastre this year.

To the Colombian official, the entering of mining companies to the Lima's stocks market, the mining cadastre evolution, and the development of professional and entrepreneurial associations in Peru are models to be followed in Colombia. “It is about duplicating the experience to favor the best practices in the mining procedures”, she said.



¡A la carga! *Let's go!*

En los últimos años, tras poner en marcha una estrategia adecuada, Terminal Internacional del Sur (Tisur), Matarani, ha logrado captar hasta el 60% de la carga boliviana que, anteriormente, transitaba por el puerto de Arica. Asimismo, se han incrementado los volúmenes y la diversidad de las cargas altiplánicas, a través de dicho terminal, como azúcar, alcohol y aceite.

Uno de los elementos clave para lograr este objetivo ha sido la creación en La Paz de la empresa Almacenes Pacífico Sur (Alpasur), encargada de brindar servicios logísticos a las operaciones de importación y exportación de todo tipo de carga. Su presencia en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz ha beneficiado a los importadores y exportadores bolivianos, encargándose del manejo de la logística interna con la mayor flota de camiones disponible en Bolivia y flujos de carga que aseguran el *two way* (carga de ida y vuelta).

En 1999, Tisur recuperó la carga boliviana que -durante dos décadas- utilizó el puerto de Matarani, para luego migrar hacia Chile a través de la importación de soya. En 2002, ya se trasladaba trigo y carga de ayuda social, y en 2003 se consolidaron las operaciones de contenedores con alimentos variados, productos agroindustriales y mercadería en general. Pero en 2004 y 2005, debido a los proble-

mas socioeconómicos existentes en Bolivia y a la privatización del puerto de Arica (que mejoró sus servicios), los volúmenes de carga boliviana disminuyeron.

In the last years, after putting in action the right strategy, Matarani Southern International Terminal (Tisur) has gained up to 60% of Bolivian cargo, which was sent to Arica's port before. Likewise, the volumes and diversity of Bolivian cargo have increased through that terminal, like sugar, alcohol, and oil.

One of the key elements to achieve this objective has been the opening of Southern Pacific Warehouse (Alpasur) in La Paz, in charge of providing logistic services to import and export operations of all kind of cargo. Its presence in La Paz, Cochabamba and Santa Cruz has benefited Bolivian importers and exporters, taking care of inner logistics with the largest fleet of trucks available in Bolivia and cargo flow that ensures the “two way” (going and coming cargo).

In 1999, Tisur recovered Bolivian cargos, which along two decades, used Matarani port, to later on migrate to Chile through soy importation. In 2002, wheat and social aid cargo were moved, and in 2003 containers' operations with varied food, agro industrial products, and merchandise in general were consolidated. But in 2004 and 2005, due to social and economic problems in Bolivia and Arica port's privatization (which improved its services), the volumes of Bolivian cargo decreased.

Regreso a EXPOMIN *Return to EXPOMIN*

Después de 14 años de ausencia, el Perú volverá a estar presente en EXPOMIN 2008, según Carlos Cambiazo, director de la Cámara Chileno Peruana de Comercio, la segunda feria minera a nivel mundial después de la Feria Minera de Las Vegas.

En los últimos tiempos, el mercado minero chileno ha crecido en forma exponencial y las inversiones se han incrementado generando una gran demanda de productos y servicios. 11 000 millones de dólares se invertirán en proyectos entre el 2008 y el 2012. Existe por ello, un tremendo incremento en la demanda de insumos y servicios.

En tal sentido, el evento, a realizarse entre el 15 y el 18 de abril de 2008, constituye una oportunidad para el Perú, en razón de que uno de los principales proveedores de productos mineros, China, competidor del Perú en el rubro, a decir de algunos entendidos ha ido perdiendo su ventaja inicial de costos bajos.

En la actualidad, los proveedores chinos no cuentan ya con el incentivo de 8% a las exportaciones. Adicionalmente, la revaluación del yuan se traduce en mayores costos; y los fletes de China a Sudamérica ascienden en promedio a US\$ 2 700 por contenedor contra los US\$ 800 de Perú a Chile. De otro lado, el tiempo que tarda un barco de China a Sudamérica, es de mes y medio, mientras que un embarque del Callao a Valparaíso, demora 5 días con salidas de entre tres y cuatro barcos a la semana. Por otra parte, los aranceles son bajísimos y, en algunos casos cero para productos peruanos.

En este estado de cosas, la Embajada de Perú en Santiago y la Cámara Chileno-Peruana de Comercio vienen gestionando la mayor participación de empresas peruanas. La meta es conseguir

alrededor de 25 participantes.

After 14 years of being absent, Peru will be present again in EXPOMIN 2008, according to Carlos Cambiazo, director of the Chilean-Peruvian Commerce Chamber; the second world mining fair after Las Vegas Mining Fair.

In the last years, the Chilean mining market has grown in an exponential way and investments have increased generating a great demand on products and services. Eleven thousand million Dollars will be invested on projects between 2008 and 2012. Consequently, there is a tremendous increase on demand of goods and services.

In that sense, the event which will take place between the 15th and 18th of April of 2008, represents an opportunity for Peru because one of the main suppliers on mining products, China, competitor of Peru in this area, according to some knowledgeable people has been losing its initial low costs advantage.

At present, Chinese suppliers do not have the 8% incentive to exports. Additionally, the Yuan's revaluation represents higher costs; and Chinese freight to South America rises to an average USD 2 700 per container against the USD 800 from Peru to Chile. On the other hand, the time that a ship from China to South America takes is a month and a half, while loading from Callao to Valparaíso, lasts 5 days with three to four ships departing per week. Besides, the duties are very low, and sometimes, zero for Peruvian products.

In this state, the Peruvian Embassy in Santiago and the Chilean-Peruvian Commerce Chamber are working out an extended participation of Peruvian companies. The goal is to get around 25 participants.

En sus marcas...

On your marks...

Diálogo político, cooperación y comercio son los pilares sobre los cuales se realiza la negociación del Acuerdo de Asociación CAN-UE

Political, cooperation and commercial dialogues are the pillars on which the CAN-UE Association Agreement is being negotiated

Al cierre de esta edición se realizaba en Bogotá, Colombia, la negociación entre la Comunidad Andina (CAN) y la Unión Europea (UE), que es el segundo socio comercial del bloque andino después de Estados Unidos, conducente a un ambicioso entendimiento. Sobre los alcances del reto asumido al empezar a negociar un Acuerdo de Asociación con la UE, EXPORTAR conversó días antes de la referida reunión con el Secretario General de la CAN, Freddy Ehlers.

¿Ante qué panorama, hablando en un contexto general, se enfrentan la CAN y la UE?

Estamos ante un panorama muy interesante, de cada vez mayor integración entre dos bloques. La globalización exige la integración comercial, económica, cultural entre bloques que tienen similitudes y diferencias. Además, existe un elemento que es importante a nivel global: el sistema multilateral de comercio de la OMC no está funcionando como quisiéramos. Las negociaciones de la Ronda de Doha siguen estancadas y, en ese marco, el avance de la profundización de las relaciones comerciales y económicas entre los dos bloques es, especialmente, interesante.

¿Considera que todos los países miembros se encuentran política y económicamente preparados para un acuerdo entre ambos bloques?

Primero, hay que destacar que el Acuerdo de Asociación entre la CAN y la UE

no es únicamente un TLC. Tiene un capítulo comercial importante pero, sobre todo, se ocupa de manera integral de las relaciones políticas y de cooperación entre los dos bloques. En lo que se refiere al área comercial, sin duda, los países han decidido que están listos para entrar en la negociación. Esa negociación brindará una serie de oportunidades para los sectores económicos que participan activamente en el comercio exterior.



La UE es el segundo socio comercial después de los EE.UU.

UE is the second commercial partner after the United States.

¿Será posible integrar las distintas economías de los países andinos en un solo bloque ante la UE?

Los países de la CAN han alcanzado un grado de integración profundo y lo han hecho como un solo bloque. La CAN es una zona de libre comercio eficiente con

una unión aduanera en formación. Esto ha sido posible, no por las diferencias o semejanzas en las economías entre los países andinos, sino por su complementariedad y la voluntad de enfrentar cuando sea conveniente, de manera conjunta, la relación con terceros países y el mundo globalizado en general.

¿Cuáles son los temas sensibles en las economías de la CAN y la UE que se van a trabajar en las negociaciones para un Acuerdo de Asociación?

En el área agrícola están los productos más vulnerables a condiciones de competencia que, a veces, no son las mejores y, en ese sentido, protegen las sensibilidades en la agricultura. Hay algunos sectores del ámbito de comercio de servicios que, también, pueden ser considerados en cierto grado de sensibilidad, pero creo que se puede encontrar alguna manera de proteger y de atender esas sensibilidades, de manera que la economía en esas áreas siga creciendo.

¿Cuál ha sido el intercambio comercial entre la CAN y la UE?

Ha sido un intercambio comercial sumamente alto para los países andinos. La UE es el segundo socio comercial después de los EE.UU., y los países andinos quieren aprovechar esa situación para seguir creciendo en el mercado europeo. De manera contraria, los países andinos no son tan importantes para los europeos, si se pone un ranking de grado de importancia de socio comercial; pero un mercado grande como es la región andina, creciendo rápidamente, siempre llama la atención, no solamente por el destino que puede ser para los productos europeos, sino porque los países andinos son fuente de materias primas, productos básicos que son especialmente importantes en la economía europea.

¿Qué impacto tendrá en el intercambio comercial entre ambos bloques un eventual acuerdo?

El acuerdo comercial siempre tiende a fortalecer los lazos y a desarrollar el comercio. Tenemos expectativas que la apertura que se produce en los mercados va a promover el comercio de ma-

Freddy Ehlers, Secretario General de la Comunidad Andina.

Freddy Ehlers, Can's General Secretary.





nera importante. Es verdad que el comercio ha estado limitado a un número de productos no muy grande. Ese ha sido el comercio tradicional, pero el impacto -nosotros creemos-, no va a ser solamente en ventas mayores, del volumen tradicional, sino en una desagregación, una diversificación del comercio hacia

ha acordado, desde el inicio, que en las negociaciones no solamente se tendrá en cuenta la asimetría que existe entre la UE y la CAN, sino que también se respetará las asimetrías que existen dentro de la CAN. Esperemos que la negociación responda a las aspiraciones especiales que tiene Bolivia o que tiene Ecua-



Negociación del Acuerdo con la UE puede hacer tangible el sueño bolivariano de la integración.

Negotiation of Agreement with UE can make tangible the Bolivarian dream of integration.

la UE y, probablemente, de la UE hacia la región andina.

¿Las posiciones diferentes de Bolivia y Ecuador, frente a las expresadas por Perú y Colombia, constituyen una desventaja para la negociación? O son una ventana de oportunidad para encarar mejor las diferencias.

Existen, sin duda, diferencias entre los países andinos respecto cómo abordar el desarrollo económico; pero esas diferencias no tienen por qué ser obstáculo en las negociaciones con la UE. Se

dor en algunos ámbitos, como también las tienen Colombia y Perú dentro de su propia perspectiva. Estoy convencido que la negociación puede responder de manera favorable para todos.

At this edition's closing, the negotiating between the Andean Community (CAN) and the European Union (UE), which is the second Andean commercial partner after the United States, was taking place in Bogotá, Colombia, looking forward to an ambitious

understanding. About the range of the challenge assumed at the beginning of this negotiation between the Association Agreement with the UE, EXPORTAR talks, days before the referred meeting, with Freddy Ehlers, Can's General Secretary.

In front of what panorama, speaking in a general context, do CAN and UE face each other?

We are in a very interesting scenario, of increasing integration between two blocs. Globalization demands commercial, economic, cultural integration between blocs with similarities and differences. Besides, there is an element which is important at global level: the OMC's multilateral commerce system is not working as we wished. The Doha Round negotiations are still stuck and in this situation the deepening of commercial and economic relations between the two blocs are, particularly, interesting.

Do you consider that all member countries are political and economically prepared for an agreement between both blocs?

First, we have to remark that the Association Agreement between CAN and UE is not just a TLC. It has an important commercial chapter; but, among all, it is related to political and cooperation relations between the two blocs in an integral way. Regarding the commercial area, without doubts, countries have decided that they are ready to get into negotiating. This negotiation will offer a number of opportunities to economic sectors actively participating in foreign trade.

Would it be possible to integrate the Andean countries' different economies in one bloc to confront the UE?

The Can countries have reached a very deep integration level, and they have done it as a single bloc. CAN is an efficient free trade zone with a customs union under formation. This has been possible, not because of differences or similarities of Andean countries' economies, but because of their complementary condition and the will to face, when it is convenient, in an integral way, the relationship with third countries and the global world in general.

Which are the sensitive topics in the CAN and UE economies that will be worked out in the negotiation for an Association Agreement?

In the agricultural area we have the most vulnerable products regarding competition conditions that, sometimes, are not the best ones, and in that sense, they protect agriculture sensibilities. There are some sectors in the service commerce area that can also be considered with a certain degree of sensibility, but I think that we can find a way to protect and attend those sensibilities so that the economy in those areas can keep on growing.

Which has been the commercial exchange between the CAN and the UE?

It has been a very positive exchange for Andean countries. The UE is the second commercial partner after the United States, and the Andean countries want to take advantage of this situation to keep on growing in the European market. On the other side, Andean countries are not that

important for European countries if we place them in a commercial partners' ranking according to importance; but in a large market like the Andean region, which is rapidly growing, it always catches attention. This is not just because this region could be the destination of European products, but also because Andean countries are source of commodities, basic products that are particularly important to European community.

What impact on commercial exchange between both blocs will an eventual agreement have?

A commercial agreement always tends to reinforce bonds and to develop trade. We have expectations on the opening of markets that will promote commerce in an important way. It is true that trade has been limited to a not too large number of products. This has been the traditional commerce, but we believe the impact will not be just bigger sales of traditional level, but also a diversification of trade towards

the UE and, probably, from UE to the Andean region.

Can the different positions from Bolivia and Ecuador, confronted to the ones expressed by Perú and Colombia be a disadvantage to negotiation? Or are they an opportunity window to better face the differences?

There are, without doubts, differences among Andean countries regarding how to face economic development; but these differences do not have to be an obstacle in the negotiations with the UE. It has been agreed, from the beginning, that in the negotiations not only asymmetry between UE and CAN will be considered, but also asymmetries within CAN. We hope that negotiations will respond to the special aspirations from Bolivia or to the ones from Ecuador in certain areas; as well as the ones from Colombia and Perú within their own perspectives. I am convinced that the negotiation can respond in a favorable way to everybody.




Sea competitivo y marque la diferencia. Diplomados EPU.

<p>DMCI DIPLOMADO EN DIRECCIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN INTEGRAL</p> <p>Módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Fundamentos del Marketing Investigación de Mercados en Marketing Marketing Estratégico Mix de Marketing Estrategias de Comunicación Integral en Marketing Gerencia de Ventas Marketing de Tendencias Taller Integrador y Plan de Marketing 	<p>DRP DIPLOMADO EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA</p> <p>Módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estrategias de Investigación y Comunicación Corporativa Planeamiento Estratégico de las Relaciones Públicas Manejo de Medios en las Relaciones Públicas Herramientas de las Relaciones Públicas Campaña Final de Relaciones Públicas
<p>DCD DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO</p> <p>Módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Formación Basal en Comunicación para el Desarrollo Herramientas en Comunicación para el Desarrollo Proyecto Final y Trabajo de Campo 	<p>DGAB DIPLOMADO EN GERENCIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</p> <p>Módulos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Cultura y Tecnología en A&B Gestión de Alimentos y Bebidas Gerencia Estratégica de Alimentos y Bebidas Diseño de Proyectos en A&B

Charla informativa 03 de octubre

INFORMES E INSCRIPCIONES: EPU - DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN UNIVERSITARIA
 Av. Tomás Morúa 242, Surquillo • Telefax: 242 5872 • Teléfono 513 6300. Anexos: 2110, 2121, 2049, 2061, 2091 • Lunes a viernes de 9am a 8pm. • www.epu.edu.pe • info@epu.edu.pe

Se espera que vehículos de transporte público sean los futuros consumidores de biocombustibles.

It is expected that public transportation vehicles will be the future bio-fuel consumers.



¿Se abren paso los biocombustibles?

Are bio-fuels coming up?

Circulación de vehículos “vegetarianos” se incrementaría en más de 200% el próximo año. Sin embargo, falta un plan de desarrollo estratégico de las nuevas fuentes energéticas

“Vegetarian” vehicles circulation might increase in more than 200% next year. However, there is still pending a strategic development plan for new energetic sources

La apuesta por la promoción de la producción y el uso de biocombustibles empieza a mostrar que hay energía en el empeño.

Actualmente, circulan en el Perú 25 vehículos “vegetarianos”, y el año próxi-

mo se espera la modificación de los tanques de unos 100 para que puedan ser llenados con aceite vegetal puro. Gracias al Servicio Alemán de Cooperación Social Técnica (DED) y a la Asistencia Técnica Alemana (GTZ), se pusieron en marcha estos proyectos pilotos. Se espe-

ra que los vehículos de transporte público sean los futuros consumidores de estos biocombustibles.

Pero, ¿qué pasará con el gas natural? El ingeniero químico especializado en temas de Planeamiento Energético y Ener-

gías Renovables, Henry García Bustamante, explica que se trata de mercados en una distinta fase de desarrollo.

“Mientras el mercado del gas natural viene evolucionando a nivel nacional, es alentador el progreso que ha habido en el número de vehículos (que funcionan con motores) a GNV convertidos. El mercado de los biocombustibles es un mercado que recién se está iniciando y que su crecimiento está sujeto a una serie de factores”, explica.

Entre los referidos factores, García menciona “el tema del saneamiento de las tierras a utilizar para estos cultivos, la culminación de los procesos de normalización y calidad de producto tanto para el biodiésel como el bioetanol o el aceite vegetal combustible”.

La idea, en todo caso, ha calado en algunas esferas del Gobierno. En marzo pasado, el titular de Petroperú, César Gutiérrez, y el presidente ejecutivo del programa Sierra Exportadora, Gastón Benza Pflücker, firmaron un convenio interinstitucional mediante el cual Sierra Exportadora se compromete a promocionar la investigación agronómica de la canola y otros granos oleaginosos para la producción de biocombustibles, mediante alianzas estratégicas con instituciones del sector público o privado. Benza precisa al respecto, que Sierra Exportadora promueve un marco regulatorio para el biodiésel, similar al que tienen otros combustibles como el gas natural (inafecto a impuesto selectivo al consumo, ISC), “más aún, si se considera que el ISC grava por naturaleza a productos suntuosos como licores, cigarrillos o combustibles contaminantes”, indica.

“No es cierto que exista un efecto de subsidio para desarrollar la industria del biodiésel, puesto que el análisis de los precios que puedan tener los biocombustibles dependerá de la eficiencia de la cadena productiva”, aclara.

Sobre el impacto social y económico que puedan causar los biocombustibles, García refiere que en el caso del gas natural, puede apreciarse consultando en

cuánto han mejorado en competitividad las empresas que se han convertido a gas natural o cuánto ahorra un taxista al reconvertir su unidad.

En lo que concierne a los biocombustibles, añade, los impactos favorables se van a dar en la medida que se haga un desarrollo sostenible de estos recursos, tomando en cuenta aspectos como: impacto social, seguridad alimentaria, desarrollo de cultivos, disponibilidad de tierras (recuperar mediante estos cultivos parte de las tierras deforestadas). “Es importante que el Estado defina un plan

de desarrollo estratégico de estas fuentes”, enfatiza.

Lo positivo de los biocombustibles es que ocasionan una menor contaminación ambiental en comparación con otros combustibles tradicionales como el diesel, sobre todo, por el componente de azufre de éste. García hace hincapié en una diferencia sustancial de los biocombustibles con el gas natural: este último no es una fuente renovable y los biocombustibles sí lo son en la medida en que el recurso no se deprede.

En tal sentido, el ecólogo Antonio Brack, advierte sobre el riesgo de caer en el error de talar más bosques por producir biocombustibles. “Hay que tener mucho cuidado. No debemos talar más bosques amazónicos, porque hacerlo va contra los convenios internacionales y también aumenta el peligro del cambio climático”, anotó.



Antonio Brack: “Debería aprovecharse tierras degradadas improductivas, donde se puede perfectamente cultivar palma aceitera africana”.

Antonio Brack: “We should take advantage of unproductive, degraded lands that we have, where it is perfectly possible to cultivate African oil palm”.





Precisó que más bien debería aprovecharse las ocho millones de hectáreas de tierras degradadas improductivas que tenemos donde se puede perfectamente cultivar palma aceitera africana. “Por ejemplo, en San Martín”, adelanta.

The bet on production promotion and the use of bio-fuels begins to show that there is energy on the effort.

At present, there are 25 “vegetarian” vehicles circulating in Peru, and next year a tank modification for about a hundred is expected so they can be refueled with pure vegetal oil. Thanks to the German Social Technical Cooperation Service (DED) and the German Technical Assistance (GTZ) these pilot programs got started. It is expected that public transportation vehicles will be the future consumers of these bio-fuels.

But, what will happen with natural gas? Chemical Engineer, Henry García Bustamante, specialized in Renewable

Energies and Energetic Planning, explains that it is about different markets in different development phases.

“While, natural gas market has been evolving at national rate, it is encouraging to see the progress observed on the number of vehicles (engine moved) converted to GNV. The bio-fuel market is a beginning market and its growing depends on a number of factors”, he says.

Among the referred factors, García mentions “the topic of the cleaning up of land meant to be used for this kind of farming, the ending of normalization and quality product process for bio-diesel as well as bio-ethanol or vegetable oil fuel”.

The idea, anyhow, has been taken into consideration by some Government offices. Last March, Petroperu’s CEO, César Gutiérrez, and Exporting Highlands Program’s CEO, Gastón Benza Pflücker, signed an inter-institutional agreement stating Exporting Highlands’ commitment to promote canola’s and

other oleaginous grains’ agricultural research in order to produce bio-fuels, through strategic alliances with public or private sector’s institutions.

Benza points out that Exporting Highlands promotes a regulating frame for bio-diesel, similar to the ones for other fuels, like natural gas (non-affected to selective consumption tax, ISC), “moreover, if we consider that ISC affects fancy products like liquors, cigars, or polluting fuels”, he indicates.

“It is not true that there is a subsidy effect to develop the bio-diesel industry, because the price’s analysis on bio-fuels will depend on the productive chain’s efficiency”, he explains.

“Regarding bio-fuels”, he adds, “the favorable impacts will be seen as long as we have sustainable development on these resources, bearing in mind aspects like: Social impact, food security, farming development, and land availability (to recover, through this farming, deforested land). It is important that the Government defines a strategic development plan for these sources”, he emphasizes.

The positive about bio-fuels is that they cause minor pollution compared to other traditional fuels like diesel, which contains sulphur. García emphasizes the substantial difference between bio-fuels and natural gas: the latter is not a renewable source, and bio-fuels are, as long as they are not depleted.

In that sense, the ecologist Antonio Brack, warns about the risk of making the mistake of cutting down more rainforest to produce bio-fuels “We have to be very careful. We should not cut down more Amazon rainforest, because doing so goes against international agreements, and it also increases the risk of climate change”, he says.

He pointed out that we should take advantage of the eight-million hectares of unproductive, degraded lands that we have, where it is perfectly possible to cultivate African oil palm. “For example, in San Martín”, he adds.

No se debe caer en el error de talar más bosques por producir biocombustibles. We must not make the mistake of cutting down more rainforest to produce bio-fuels.

VI INGE PET 2008

Exploration and Production of Oil and Gas

VI INTERNATIONAL SEMINAR

GROWING South America Leading a Green and Responsible Oil and Gas Industry

CALL FOR PAPERS
Deadline: October 1st, 2007

October 13 - 17, 2008

TOPICS:

- EXPLORATION • GAS, CONDENSATES AND RELATED ACTIVITIES
- EXPLOITATION • EHS AND HUMAN RESOURCES

ORGANIZERS

Perúpetro, GMP, PETROBRAS, PETROPERU, PETRO-PAUL, pluspetrol, REPYSA YPE, TGP

GOLD SPONSORS

APURILCA, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

SILVER SPONSORS

BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES, BAKER HUGHES

BRONZE SPONSORS

Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger, Schlumberger

INSTITUTIONS

EL INVERSOR, gasnegocios, TECNOIL

MEDIA PARTNERS

ADVISORS

AUDITORS

Further information: General Coordination
generalcoordination@ingepet.com
technical@ingepet.com

RESORT & CONVENTION CENTER EL PUEBLO-LAS AMERICAS

LIMA PERU
www.ingepet.com

Puerta grande

Big Door

Acuerdo de Asociación entre la CAN y la UE, permitirá a países andinos acceder a un mercado de 485 millones de consumidores

Association Agreement between CAN and UE will allow Andean countries to access a market of 485 million consumers

Las relaciones entre la Comunidad Andina (CAN), (Perú, Ecuador, Bolivia y Colombia) y la Unión Europea (UE), han entrado a una nueva etapa. El 17 de setiembre se dio el paso inicial en esa dirección y el escenario fue Bogotá. Esta nueva etapa se denominará, cuando concluya la negociación respectiva, Acuerdo de Asociación.

La primera ronda de negociaciones (que

contó con más de cien participantes), se centró en el estudio de objetivos y alcances de la negociación, los procedimientos y calendarios, y los métodos y mecanismos para llegar a acuerdos. Igualmente, se abordó el tema del intercambio de información relevante para la negociación y la identificación inicial de los aspectos que requieren de cooperación.

Encabezó la delegación peruana, que

busca incrementar el intercambio comercial entre ambos bloques (US\$ 15 000 millones anuales), la ministra de Comercio Exterior, Mercedes Aráoz.

Diversificación de la oferta

“Lograr la desconcentración de nuestras exportaciones, así como ampliar la diversificación de nuestra oferta exportable, es uno de los retos en el proceso”, sostiene la ministra.

La UE, es un mercado de 27 países que, a julio pasado, fue el mayor comprador de los productos peruanos. Las ventas llegaron a US\$ 2 683 millones. Un cifra significativa, si se considera que las exportaciones peruanas a Estados Unidos (históricamente primer lugar de destino) ascendieron a US\$ 2 590 millones.

Según la titular del Mincetur, el 77,7% de las colocaciones en la UE son productos tradicionales y el 61,3% de estos son minerales. En menor medida se cuentan: productos agropecuarios (7,5%) y pesqueros (7,5%).

A diferencia del TLC con Estados Unidos, las decisiones del Acuerdo de Asociación con la UE, serán tomadas en bloque.

Contrary to the TLC with the United States, the decisions of the Association Agreement with the UE will be made as a bloc.



La Asociación de Exportadores (Adex), considera que el Acuerdo beneficiará a los sectores no tradicionales, principalmente agroindustria, pesca y joyería, además de promover mayores inversiones. Según la Gerencia de Estudios Económicos de ese gremio, favorecerá también a otros productos que se exportan en montos menores como: plátano, aceites esenciales, ají, páprika, mango, naranja, orégano, palta y carmín de cochinilla. Asimismo, uva, jalapeño, pisco, flores, langostino congelado, pota, peces congelados, peces ornamentales, moluscos e invertebrados, joyería de plata, hilados y tejidos de pelo fino, confecciones, calzado, entre otros.

Compañeros de ruta

A diferencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, las decisiones del Acuerdo de Asociación serán tomadas en bloque, lo que podría retrasar la negociación.

Por lo pronto, Bolivia demanda soberanía en recursos naturales, en servicios públicos y en propiedad intelectual. Por su parte, Colombia ve la posibilidad de incrementar sus exportaciones al bloque europeo que, el 2006, alcanzaron los US\$ 4 362 millones. Pero también, una alternativa al TLC con EE.UU., habida cuenta de la resistencia de los demócratas estadounidenses a aprobarlo en el Congreso de su país. En el caso de Ecuador, el subsecretario de Comercio Exterior, Mentor Villagómez, manifestó que, por lo menos en la primera ronda, su país no tenía mayores expectativas, precisamente, porque se trata del primer encuentro.

The relations between the Andean Community (CAN), (Peru, Ecuador, Bolivia, and Colombia) and the European Union (UE) have entered in a new stage. On September 17th the first step in that direction was taken and the place was Bogotá. This new stage will be named, when the respective negotiation is finished, Association Agreement.

The first negotiation's round (which counted with more than a hundred

attendants), was centered on the study of objectives and range of the negotiation, procedures and calendar, methods and mechanisms to arrive to agreements. Likewise, the topic about information exchange relevant to the negotiation and initial identification of those aspects that require cooperation was discussed.

Adex considera que el Acuerdo beneficiará a sectores no tradicionales, y productos que se exportan en montos menores, como la palta.

Adex considers that the Agreement will benefit non-traditional sectors, and products exported in minor amounts like avocado.



The Peruvian delegation, which looks for an increase on trade exchange between both blocs (USD 15 000 million a year), was headed by the Minister of Foreign Commerce, Mercedes Aráoz.

Offer's diversification

“Achieving de-concentration of our exports, as well as expanding diversification on our exportable offer is one of the challenges of the process”, the Minister says.

The UE is a 27 countries' market that last July was the major buyer of Peruvian products. The sales reached USD 2 683 million. A significant amount if we consider that Peruvian exports to USA (historically, our first destination) ascended to USD 2 590 million.

According to Mincetur's head, 77,7% of collocations to UE are traditional products, and 61, 3% of them are minerals. Coming after we have agricultural (7,5%) and fishing (7,5%) products.

The Exporters Association (Adex) considers that the agreement will benefit

non- traditional sectors, mainly agro-industry, fishing, and jewelry, besides promoting more investments. According to the Economics Studies Management of this group, the agreement will also benefit other products which are exported in smaller amounts like bananas, essential oils, hot pepper, paprika, mangoes,

oranges, oregano, avocado, and cochineal carmine. Likewise, grapes, jalapeño, pisco, flowers, froze shrimp, pota, frozen fish, ornamental fish, mollusks and invertebrate, silver jewelry, threads and fine hair fabrics, dress-making, shoes, among others.

Route companions

Differently from the Free Trade Agreement with the United States, the decisions of the Association Agreement will be made as a bloc, which could delay the negotiation.

Bolivia, by its side, demands sovereignty on natural resources, public services and copyright. Colombia sees the possibility to increase its exports to the European bloc that were USD 4 362 million in 2006. Nevertheless, it is also another alternative to the TLC with the United States, considering the reluctance of American democrats to approve it in Congress. In the case of Ecuador, the Sub-Secretary of Foreign Trade, Mentor Villagómez, said that at least in the first round his country did not have major expectations because it was just the first round.



A casi un año del inicio de Sierra Exportadora, el programa exhibe como uno de sus principales logros, la generación de 9 mil 800 puestos de trabajo con proyecciones a aumentar en 18 mil 100 a fines de diciembre del presente año y alcanzar los 45 mil en el 2008.

El aumento de la producción de durazno en 4 mil toneladas, ahorrando al país 2 millones de dólares en divisas, al conseguir que las fábricas peruanas de jugo compren aquí su principal insumo; y el incremento de las exportaciones de la palta fuerte en 2 mil 870 toneladas más que el período anterior, pasando el precio de dicho producto de S/. 0,4 a S/. 1,6 por kilo, son otras muestras de lo que el programa ha concretado hasta la fecha.

Si bien el durazno y la palta son considerados los productos estrella del programa, en total son 54 los que se están desarrollando en trece regiones del país. Los que han obtenido también buenos resultados son, por ejemplo, la trucha, que se ha exportado por un valor de 2 millones 200 mil dólares a Europa (50% más que el período anterior) y el mármol que supera los 30 millones de dólares. Se espera que la canola, que aún está en etapa experimental, sea un éxito, así como los proyectos sobre vacunos, ovinos y camélidos.

Para el presidente de Sierra Exportadora, Gastón Benza, todo esto ha sido posible gracias a la asistencia técnica y a la capacitación brindada a los productores. “Contamos con 101 proyectos: 67 están en ejecución y 34 en evaluación. Estamos trabajando con 54 productos en trece regiones. Considero que es un éxito, si tomamos en cuenta que es difícil hacer cosas en diez meses”, enfatizó.

Sin embargo, no todos comparten esa opinión. El ministro de Agricultura, Ismael Benavides fue el primero en enfilarse contra el programa al afirmar que “Sierra Exportadora es un programa con una visión muy linda, pero tiene que ser aterrizada y llevada a la realidad”. A esta crítica se sumó la del ex viceministro de Comercio Exterior y



El programa exhibe como uno de sus principales logros la generación de 9 mil 800 puestos de trabajo.

The program shows as one of its main achievements the generation of 9 thousand 800 jobs.

Cosecha anual

Annual Harvest

Fortalezas y debilidades de Sierra Exportadora: hablan los expertos

Exporting Highland's Strengths and Weaknesses: Experts talk

Turismo, Luis Alonso García, quien señaló que el programa viene trabajando sin articularse con los diferentes ministerios, observación compartida por la titular del Mincetur, Mercedes Aráoz.

Comex Perú, por su parte, consideró en su último boletín, que Sierra Exportadora duplica funciones y sobredimensiona re-

sultados. “En su primer año han ido perdiendo credibilidad”, sentencia.

Pero así como Sierra Exportadora tiene detractores, tiene también quienes levantan su voz para defenderla. Es el caso de la Asociación de Exportadores (ADEX), cuyo presidente hizo hincapié en que Sierra Exportadora es un progra-

ma de mediano y largo plazo, por lo que en su opinión, es injusto efectuar ahora una evaluación tan dura de un proyecto que tiene metas de cinco y diez años. Eduardo Zegarra, de GRADE, en tanto, opinó que si bien el programa tiene problemas de enfoque y no de aterrizaje como han advertido otros, hay que destacar el gran esfuerzo que se está haciendo, por lo que consideró injustas las críticas que se han formulado en su contra, por ser prematuras.

En medio de opiniones favorables y desfavorables, Benza Pflücker anuncia que ya se dieron los primeros pasos para lanzar Selva Emprendedora en la zona cocalera del VRAE (Valle de los Ríos Apurímac y Ene). “Ya hemos viajado a la zona y hemos detectado los productos con los que vamos a trabajar, como el cacao y el café”, adelantó.

After a year of starting Exporting Highlands, the program shows as one of its main achievements, 9 thousand 8 hundred jobs' generation with a projection to grow up to 18 thousand 100 by the end of December of this year and reach 45 thousand in 2008.

The 4 thousand-tons increase in peaches production, which saved 2 million dollars in currency to the country, making Peruvian juice factories buy here their main raw material; and the increase of strong avocado exportations in 2 thousand 870 tons more than last period, jumping its price from 0, 4 soles to 1, 6 soles, are examples of what the program has achieved up to the present.

Bearing in mind that peaches and avocados are the program star products, there is a total of 54 products being developed in thirteen regions of the country. The ones that had gotten good results are, for example, trout which has been exported for a value of 2 million 200 thousand dollars to Europe (50% more than last period) and marble which is over 30 million dollars. It is expected that canola, which still is on experimental stage, will be a success, as well as cattle, sheep, and camel-like animals' projects.

To Gastón Benza, Exporting Highlands' chairman, all this has been possible thanks to technical assistance and training provided to producers. “We have 101 projects: 67 are under execution and 34 under evaluation. We are working with 54 products in thirteen regions. I consider this a success, taking into account that is difficult to do things in ten months”, he emphasized.

However, not everybody shares this opinion. The Agriculture Minister, Ismael Benavides was the first one to attack the program affirming that “Exporting Highlands» is a program with a very nice vision, but needing to be landed and taken to reality”. The former Commerce Vice-Minister, Luis Alonso García, added to this criticism, pointing that the program is working without articulation with the different ministries, this observation is shared by the head of Mincetur, Mercedes Aráoz.

Comex Perú, particularly, considered in its last issue, that Exporting Highlands duplicates functions and over dimensions outcomes. “In its first year it has been

losing credibility”, they affirm.

Despite, Exporting Highlands' detractors, there are also the ones that raise their voice to defend it. That is the case of the Exporters' Association (ADEX), whose chairman emphasized the fact that Exporting Highlands is a medium and long run program, which means that is unfair to evaluate in a tough way a program with five and ten-year goals. Eduardo Zegarra, from GRADE, meanwhile, said that despite the focus problems, and not the landing ones, warned by some, we have to highlight the big effort being made which makes unfair criticism against the program, because they are premature.

In the middle of favorable and unfavorable opinions, Benza Pflücker announces that the first steps to launch Enterprising Jungle in the VRAE (Apurímac and Ene rivers' valley) coca area have been taken. “We have already been to the zone and have detected the produces which we are going to work with, like cacao and coffee”, he anticipated.

Comex Perú considera que Sierra Exportadora duplica funciones y sobredimensiona resultados. Comex Perú considers that Exporting Highlands duplicates functions and over dimensions outcomes.



ACE 38 se consolida

ACE 38 consolidates

Intercambio comercial entre Perú y Chile, acumulado en el período 2000-2007, representa unos US \$ 9 600 millones

Commercial exchange between Peru and Chile within the 2000-2007 period represents about USD 9 600 million

Para Luis Lembcke, presidente de la Cámara de Comercio Peruano - Chilena, el Acuerdo de Complementación Económica (ACE 38) con Chile, es positivo, porque viene incrementando el flujo comercial entre ambos países y constituye una plataforma para trabajar estrategias de acceso conjunto al gran mercado asiático y mundial.

Desde su entrada en vigencia, en 1998, hasta la actualidad, ha permitido la desgravación de más del 85% del total de las partidas arancelarias para ambos países.

Para Francisco Morales, Consejero Económico de la Embajada del Perú en Santiago de Chile, el ACE 38 ha favorecido enormemente nuestras exportaciones, y descarta enfáticamente que el superávit peruano solo se deba a las ventas de molibdeno. Fue, de acuerdo a las informaciones de PROMPERÚ, en el periodo enero - junio de 2007, el principal producto de exportación, el cual concentró el 34,9%. El segundo producto fue el aceite crudo de petróleo, el cual representó el 25,35%.

Morales Bermúdez refiere que en el 2006, el Perú exportó a Chile US\$ 1 424 millones, de los cuales US\$ 260 millones corresponden a exportaciones no tradicionales, mientras que otros países de la región andina (Colombia, Ecuador y Venezuela) exportaron a Chile, sobre todo, petróleo.

Según un estudio de PROMPERÚ, desde el 2000 hasta junio de el 2007, se exportó hacia Chile cerca de US\$ 5 150

millones en minerales de molibdeno, aceites crudos de petróleo, minerales de cobre, etc.

Exportaciones peruanas a Chile aumentaron 25% en primer semestre de 2007

A nivel de Latinoamérica, Chile es el primer país receptor de nuestras exportaciones y sexto en el ranking mundial, en el primer semestre del año, según el informe de PROMPERÚ.

Recientes análisis de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (DIRECON), señalan que las importaciones chilenas de productos peruanos bordearon entre enero y junio de 2007 US\$ 740 millones, 25% más que en ese periodo del año anterior.

Entre tanto, las exportaciones chilenas al Perú durante el periodo en mención,

Balanza comercial continúa siendo superavitaria para Perú, como viene ocurriendo desde 2004. Trade Balance continues to be superávit-like for Peru, as it has been since 2004.



Lembcke: "ACE 38 Ampliado daría mayor oportunidad al Perú".

Lembcke: "Enhanced ACE 38 would give more opportunities to Peru".

sumaron US\$ 460 millones, lo que significó un incremento de 10%. La principal importación peruana de Chile fueron los servicios, rubro que concentró el 9%, mientras que el Diésel 2, representó el 5,2%.

En conjunto, las exportaciones chilenas al Perú 2000-junio 2007 bordean los US\$ 4,458 millones en materias como Diésel 2, rollos de papel para prensa, nitrato de amonio para uso minero, etc.

Continúa superávit

El intercambio comercial anual (hasta junio pasado) sumó US\$ 1 200 millones, representando un crecimiento del 19% en relación al mismo periodo de 2006. A su vez, el intercambio comercial acumulado desde 2000 hasta junio de 2007 es de, aproximadamente, US\$ 9 600 millones, con un superávit para el Perú de US\$ 692 millones.

El comportamiento de la balanza comercial continúa siendo superavitario para el Perú en US\$ 280 millones en enero-junio del presente año. Este comportamiento favorable ascendente se mantiene desde el 2004.

ACE 38 Ampliado: ¿mayor oportunidad?

Para Lembcke, el ACE 38 Ampliado,

suscrito en agosto de el 2006, daría mayor oportunidad al Perú, sobre todo, en el tema de los servicios transfronterizos como, por ejemplo, la homologación de las carreras profesionales.

Con todas estas posibilidades comerciales y de servicios que permite el ACE 38 y su correspondiente ampliación, el Perú debe concentrarse en producir o brindar servicios que los chilenos no tienen o no son competitivos.

To Luis Lembcke, chairman of the Peruvian-Chilean Commerce Chamber, the Economic Complementation Agreement (ACE 38) with Chile, is positive; it is increasing the commercial flow between both countries and it represents a platform to work joint access strategies to the big Asian and World market.

Since it started, in 1998, until now, this agreement has permitted tax exemption on more than 85% of tariff items for both countries.

To Francisco Morales, Economics Advisor of Peruvian Embassy in Santiago de Chile, ACE 38 has favored enormously our exports, and he emphatically discards that Peruvian's superávit is just due to molybdenum sale. It was the main export product in the period January-June 2007 according to information from PROMPERU, reaching 34, 9%. The second product was petroleum raw oil, which represented 25, 35%.

Morales Bermudez says that in 2006, Peru exported to Chile USD 1 424 million, of which USD 260 million corresponded to non-traditional exports, while other countries of the Andean region (Colombia, Ecuador, and Venezuela) exported, mainly, oil to Chile.

According to a PROMPERU study, from 2000 to June 2007, about USD 5 150 million in molybdenum, petroleum raw oil, copper, etc., were exported to Chile.

Peruvian exports to Chile grew 25% in 2007 first semester.

In Latin America, Chile has been the first

receptor country of our exports, and the sixth in world ranking, during the first semester of the year, according to PROMPERU.

Recent analysis from the General Direction of International Economic Relations of the Chilean Ministry of Foreign Affairs (DIRECON), states that Chilean imports of Peruvian products were about USD 740 million; 25% more than in the same period last year, between January and June 2007.

Meanwhile, Chilean exports to Peru during the same period, totaled USD 460 million, which meant a 10% increase. The main Peruvian imports from Chile were services, area that concentrated 9%, and Diesel 2 which represented 5, 2%.

All together, Chilean exportations to Peru from 2000 to June 2007 were about USD 4 458 million in materials like Diesel 2, press paper rolls, ammonium nitrates for mining use, etc.

Superávit goes on

The annual commercial exchange (until last June) totaled USD 1 200 million, representing a 19% growing compared to the same period in 2006. At the same time, the accumulated commercial exchange from 2000 to June 2007 is, approximately, USD 9 600 million, with a USD 692 million superávit for Peru.

The Trade Balance continues to be superávit-like for Peru in USD 280 million between January and June of the present year. This favorable ascending behavior keeps on since 2004.

Enhanced ACE 38: more opportunities?

To Lembcke, Enhanced ACE 38, signed on August 2006, will provide more opportunities to Peru, mostly, in the Trans frontier services area, for example, professional careers' homologation.

With all these commercial and services possibilities allowed by ACE 38 and its enhancement, Peru should focus on producing or offering services that Chileans do not have, or are not competitive in.

El buen momento económico que atraviesa el Perú, es reconocido mundialmente, y esto nos convierte en un mercado atractivo para las inversiones extranjeras. Es el caso de Chile, que tiene invertido el 14% de sus inversiones directas en el exterior (US\$ 5 204 millones) con un total de 322 proyectos en el Perú.

Según ProInversión, Chile ocupa el tercer lugar dentro de los países inversionistas en nuestro país, detrás de España y de Estados Unidos. Por su parte, la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON) indica que las inversiones chilenas, con más de 250 empresas que operan en el Perú, se ubican en los sectores de energía eléctrica y gas, industria manufacturera y alimenticia, comercio, construcción e industria siderúrgica, informática, inversiones y servicios diversos. El sector energético (generación y distribución) concentra las principales inversiones con un monto acumulado que sobrepasa los US\$ 2 300 millones y representa el 45% del total de sus inversiones.

Le siguen el sector industrial (elaboración de alimentos y bebidas, maderero, metalmecánica, entre otros) y el de transporte y comunicaciones. Ambos, con 15% de participación en las inversiones totales y montos superiores a US\$ 700 millones.

En cuarto lugar se ubica el sector comercio, con un monto de casi US\$ 500 millones en inversiones acumuladas en el Perú.

Actualmente, estas empresas generan alrededor de 23 500 empleos directos, y se estima que otros 15 000 empleos se generan de manera indirecta.

107 empresas peruanas, entre medianas y pequeñas, dan trabajo en Chile
De acuerdo al empresario peruano, Raúl García, gerente general de la Cámara Chileno - Peruana de Comercio, cuya sede está en Santiago de Chile, unos US\$ 350 millones han invertido 107 empresas peruanas, entre medianas y pe-

Puntos de Atracción

Attraction Points

Más de 250 empresas chilenas operan en el Perú. Inversiones peruanas en dicho país bordean los US\$ 350 millones

More than 250 Chilean companies work in Peru. Peruvian investment in that country is about USD 350 million

queñas, que brindan trabajo a compatriotas y a chilenos.

Sin embargo, para García ese monto de inversión representa solo una cantidad

inicial, porque aún falta determinar el capital de varias otras empresas peruanas que operan en Chile. Algunas de las empresas prefieren mantener en reserva el origen de su capital invertido, porque

Según ProInversión, Chile ocupa el tercer lugar de países inversionistas en nuestro país, detrás de España y de Estados Unidos.

According to ProInversion, Chile occupies the third place among investor countries in Perú, behind Spain and the United States.



temen ser discriminados o que se busquen vacíos legales para perjudicarlas.

Esto no sucede en el rubro de comidas y restaurantes, como es el caso de Astrid & Gastón y Pardo's Chicken, entre otros. También hay grandes inversiones, como la del Banco de Crédito en el banco chileno BCI, la compra de la compañía de limpieza Klenzo, por parte de los fabricantes de Sapolio, etc.

García asegura que Chile es un mercado muy abierto y recomienda a las autoridades peruanas competentes que revisen su política de promoción de exportaciones e inversiones hacia Chile.

Para Luis Lembcke, presidente de la Cámara de Comercio Peruano - Chilena, la mayor inversión peruana en Chile, vista desde el factor humano, es la mano de obra: se estima entre 80 y 90 mil el número de compatriotas que van anualmente al vecino país a trabajar de manera dependiente.

The good economic moment that Peru is going through is worldwide recognized, and this makes us an attractive market to foreign investment. That is Chile's case which has 14% of its direct investment abroad (USD 5 204 million), with a total of 322 projects in Peru.

According to ProInversion, Chile occupies the third place among the investor countries in our country, after Spain and the United States. In addition, The General Direction of International Economic Relations (DIRECON) indicates that Chilean investment with more than 250 companies operating in Peru is located in the areas of electricity and gas, manufacturing and food, commerce, construction and iron and steel, informatics and other services.

The energy sector (generation and distribution) concentrates the main investment with an accumulated amount that is over USD 2 300 million representing 45% of their total investments.

Coming after is the industrial sector (food and beverage elaboration, wood,

machining, among others), transportation and communications. These sectors represent 15% participation of total investment and over USD 700 million.

In the fourth place, we have the commercial sector, with almost USD 500 million accumulated investments in Peru.

At present, these companies generate around 23 500 direct jobs, and it is considered that other 15 000 jobs are indirectly generated.

107 Peruvian companies, among medium and small ones, offer jobs in Chile.

According to the Peruvian entrepreneur, Raúl García, general manager of the Chilean-Peruvian Commerce Chamber located in Santiago de Chile, about USD 350 million have been invested by medium and small Peruvian companies providing jobs to fellow citizens and Chileans.

However, to García, this amount on investment represents just an initial figure because we still have to calculate the capital of various Peruvian companies operating in Chile. Some of these companies rather keep secret the origin of their capital because they are afraid of being discriminated, or be legally harmed.

This is not the case of the food and restaurant's area, like the examples of Astrid & Gastón's, and Pardo's Chicken, among others. There are also large investments, like Banco de Credito's one in the Chilean bank BCI, the purchase of the cleaning company Klenzo, by Sapolio's manufacturers, etc.

García assures that Chile is a wide open market and recommends the Peruvian competent authorities to review their export and investment promotional policy towards Chile.

To Luis Lembcke, chairman of the Peruvian-Chilean Commerce Chamber, the major Peruvian investment, seen from the human's point of view, is labor: it is estimated that between 80 and 90 thousand the number of compatriots who go to the neighboring country in a dependant way every year.

LEMEROX

Saluda a la
República de CHILE
en el 197 aniversario
de su independencia.

Jr. Chinchón 901, piso 2, San Isidro - Perú
Teléfono: (51-1) 441 1313, Fax: (51-1) 440 3559
www.lemerox.com.pe

COUNTRY CLUB
LIMA HOTEL

Elegancia y Tradición
en cada Detalle

Reservar
Teléfono: 611 9000, Los Encinos 590 - San Isidro
E-mail: country@hotelcountry.com



Casi 10% se incrementó el turismo peruano a Chile, entre enero y mayo.
Peruvian tourism to Chile rose 10% between January and May.

Visita creciente

Growing Visiting

Visitantes chilenos al Perú aumentan en 16,4%

Chilean visitors to Peru have increased in 16, 4%

U nos 118 261 turistas peruanos ingresaron a Chile entre enero y mayo, mientras que en esos meses del año pasado ingresaron 108 049: un incremento de 9,45%, según el Servicio Nacional de Turismo de Chile (Sernatur).

De acuerdo con el análisis Salida de peruanos por motivo de viaje - Según país de destino. Año 2006, de la Dirección General de Migraciones y Naturalización del Perú (DIGEMIN), 296 192 compatriotas viajaron a Chile por turismo, convirtiéndose en el segundo país receptor de viajeros peruanos, antecedido sólo por Bolivia con 346 086 y seguido por Ecuador con 159 439.

El otro lado de la moneda no difiere mucho, al menos en cuanto a cifras mondas y lirondas. Según la DIGEMIN, en el 2006 llegaron al Perú 410 462 turistas

chilenos, y el 2005 arribaron 352 703: un incremento de 16,4%, superior al índice general.

El Perfil del Turista Extranjero 2006 - Primeros Resultados/Turistas que salen por el AIJCh -País de residencia: Chile- indica que 85% de los turistas chilenos proviene de la Región Metropolitana de Santiago; otro 6%, de Valparaíso; mientras que 2% son de La Araucanía, Antofagasta y Atacama.

Así mismo, señala que Lima es uno de los destinos más concurridos por los chilenos (93%), seguido de Cusco (21%), Machu Picchu (20%) y el Valle Sagrado (15%).

En cuanto a sus actividades favoritas, el referido estudio señala: pasear por la ciudad (78%), visitar plazas y parques (57%), visitar iglesias y conventos (45%),

y visitar sitios arqueológicos (29%).

Preferencias al margen, el 54% regresa satisfecho, el 44% totalmente satisfecho y el 79% recomendaría a sus amigos y familiares que sigan sus pasos.

Around 118 261 Peruvian tourists went to Chile between January and May; meanwhile, during that same period last year 108 049 entered: a 9.45% increase, according to the Chilean Tourism National Service (Sernatur).

According to the analysis Peruvians' Departure Due to Travel's reasons- According to Destination Country, Year 2006, by the General Direction of Immigration and Naturalization of Perú (DIGEMIN), 296 192 fellow citizens went to Chile on tourism, making this country the second receptor of Peruvian travelers, preceded only by Bolivia with 346 086; and Ecuador with 159 439.

The other side is not that different, according to plain figures. According to DIGEMIN, in 2006, 410 462 Chilean tourists arrived in Peru and 352 703 in 2005: a 16, 4% increase, over the general index.

The Foreign Tourist Profile 2006- First Results/Tourists leaving by AIJCh- Residence Country: Chile - indicates that 85% of Chilean tourists are from the metropolitan area of Santiago, another 6% from Valparaíso; meanwhile, 2% are from La Araucana, Antofagasta and Atacama.

Likewise, it points out that Lima is one of the most concurred destinations by Chileans (93%), followed by Cusco (21%), Machu Picchu (20%) and Valle Sagrado (15%).

Among their favorite activities, the mentioned study states that they like to walk around the city (78%), visiting squares and parks (57%), visiting churches and convents (45%), and visiting archeological sites (29%).

Apart from preferences, 54% return to their country satisfied, 44% totally satisfied, and 79% would recommend friends and relatives to follow their steps.

PRÓXIMA PUBLICACIÓN

Peru- Top Publications S.A.C.

Top Mining Companies in Peru

Projects and Prospects 2007-2010

Las Minas del Perú



El libro más **exhaustivo y espectacular** sobre la minería peruana.

Las perspectivas. Cambios de propiedad. Producción. Comercialización. Proveedores y clientes. Marco legal y regulatorio. Temas ambientales y sociales. Los nuevos capitanes de la industria y los pioneros. Directorio de datos empresariales. Guía para inversionistas. Módulos para un curso universitario sobre la minería. Índice completo y una extraordinaria versión en CD ROM.

Separe su espacio publicitario en las páginas exclusivas de Mines & Miners in Peru.

La próxima biblia de los grandes inversionistas del mundo. Edición Bilingüe. Formato de lujo.

PERU TOP
Publications

Una publicación exclusiva de Peru- Top Publications S.A.C. Diego de Gavián 319, Magdalena del Mar, Lima 17, Perú
Telf: (511) 4620107 Fax: (511) 4620164 (ext. 14) Informes: top1000ventas@perutop1000.com www.perutop1000.com



Las posibilidades de desarrollo del puerto de Matarani, concesionado a Terminal Internacional del Sur (Tisur) en 1999, han adquirido nuevo horizonte, teniendo en consideración que será el puerto que podrá atender desde el inicio el movimiento de carga desde y hacia Brasil, al término de la construcción de la Carretera Interoceánica. Este movimiento inicial se estima en 800 000 TM de exportación y 350 000 TM de importación.

El movimiento de carga, que crecerá en forma progresiva, se iniciará a partir del primer trimestre del 2008, fecha en la que se tiene previsto concluir la etapa de afirmado de la Interoceánica y el inicio del asfaltado de la misma. Matarani atenderá desde el principio este movimiento, y no es atrevido pronosticar que dicha actividad se prolongará por los próximos 15 años, dado que se trata de un puerto manejado con eficiencia y que tiene claramente establecido un plan de expansión que asciende a US\$ 240 mi-

La ruta y el futuro

The route and the future

Carretera Interoceánica potencia al puerto de Matarani como centro logístico y de servicios

Inter-Oceanic Highway potentials Matarani harbor as logistic and services center

llones para la construcción de nuevos amarraderos.

La competencia en este proceso de crecimiento e integración, son los puertos de Ilo y de Marcona. De acuerdo a los estudios realizados por la Empresa Na-

cional de Puertos, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, y la Autoridad Portuaria Nacional, hacer competitivo al puerto de Ilo demandaría su concesión y una inversión de US\$ 1 200 millones para la habilitación de zonas de expansión y la construcción de un

rompeolas a mar abierto. Por su parte, el puerto de San Juan de Marcona tiene que ser íntegramente construido, y las reglas para su concesión se darán recién a fines del 2008, siendo necesaria una inversión de US\$ 840 millones. En opinión de algunos, los montos de inversión requeridos limitan el atractivo de estas concesiones.

La concesión de los tramos 1 y 5 de la Carretera Interoceánica, que se viene solicitando con tanta insistencia, no tiene tanta relevancia para la región Arequipa y, como consecuencia, para el puerto de Matarani: el tramo Azángaro-Matarani se encuentra asfaltado y en buenas condiciones. Éste solo será concesionado para mantenimiento y ampliación, cuando se requiera.

De otro lado, el tramo que corresponde al puerto de Ilo, tiene 68 Km. aún por carrozar y por asfaltar (en la localidad de Umalzo). Y el tramo que corresponde a San Juan de Marcona, está íntegramente asfaltado, pero el puerto no existe.

A estas alturas, según Tisur Matarani no sólo es el puerto más competitivo de la costa del Perú, sino que goza de una ubicación estratégica para que Brasil y Bolivia puedan acceder al gigantesco mercado de los países que integran el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), que cuenta con una población de 2 600 millones de habitantes.

The development possibilities of Matarani harbor, given in concession to Southern International Terminal (Tisur), have acquired a new horizon, bearing in mind, that Matarani will be the harbor attending from the very beginning the cargo movement from and to Brazil, as soon as the Inter-Oceanic Highway is finished. This initial movement is estimated in 800 000 MT on exportation, and 350 000 MT on importation.

The cargo movement, which will grow progressively, might get started in the first trimester of 2008, date on which

the ending of the affirming stage of the Inter-Oceanic Highway, and the start of its asphaltting, are expected. Matarani will serve from the beginning this movement and it is not daring to say that such activity will continue for the next 15 years, considering that it is a harbor managed with efficiency and with a clear expansion plan of USD 240 million for constructing new piers.

The competition in this expansion and integration process is between Ilo and Marcona harbors. According to studies done by the National Ports Company, the Ministry of Transportation and Communications, the National Port Authority, making Ilo port competitive will demand its concession and an investment of USD 1 200 million to implement expansion zones and the construction of a breakwater at open sea. Just the same, the San Juan de Marcona port has to be entirely built, and the rules for its concession will only be ready by the end of 2008, being necessary an investment of USD 840 million. According to some people, the required investment limits these concessions' attraction.

The concession of sections 1 and 5 of the Inter-Oceanic Highway, which are insistently asked for, do not have relevance to the Arequipa region and, consequently, to Matarani port: the section Azángaro-Matarani is asphalted and in good conditions. This one, will only be given in concession, for maintenance and expansion when necessary.

On the other hand, the section corresponding to Ilo port, has still 68 kilometers to affirm and asphalt (at Umalzo). And the section that corresponds to San Juan de Marcona is completely asphalted, but there is no bridge.

At this point, according to Tisur, Matarani is not only the most competitive Peruvian coastal harbor, but also the one with an strategic location to make Brazil and Bolivia access the giant market of countries which belong to the Asia-Pacific Economic Cooperation Forum (APEC), with a population of 2 600 million people.

*Al término de la construcción de la Interoceánica, el movimiento de carga brasileña se estima en 800 000 TM de exportación.
At the end of the Interoceanic's construction, the Brazilian cargo movement is estimated in 800 000 MT on exportation.*



Últimas en Operaciones Marítimas - Portuarias

Felicidades a
TERMINAL INTERNACIONAL DEL SUR, TISUR
 al cumplir 8 años operando la concesión del
 Puerto de Matarani

Servicios

- Agenciamiento Marítimos
- Remolcage
- Practicaje
- Estiba / Desestiba
- Terminal de contenedores y carga en general
- Terminal de líquidos
- Mantenimiento de estructuras submarinas, salvatajes y reflotamiento de naves

Sedes

- Talara
- Chicama
- Huarmey
- Matarani
- Paita
- Salaverry
- Callao
- Ilo
- Bayovar
- Chumbote
- Pisco
- Supé

www.tramarsa.com.pe

Av. Sáenz Peña 177 - Callao
 Oficina Principal: 413-0400
 Fax: 453-4500
 Terminal de Contenedores:
 453-7144 / 429-4756
 Fax: 453-7144 / 429-4756 Anexo 208

PRIMAX saluda a Terminal Internacional del Sur S.A. (TISUR) por sus ocho años de excelente trayectoria empresarial.



La ciudadela de las maravillas

The citadel of wonders

En el primer semestre visitaron Machu Picchu 328 mil 258 personas.

In the first semester 328 thousand 258 people visited Machu Picchu.

Machu Picchu sigue cautivando a más personas en el mundo, mientras Mincetur afina proyectos que apuntan a reorganización de visitas, para preservarla

Machu Picchu keeps on captivating more and more people in the world, while Mincetur tunes up projects aiming visitors' reorganization, to preserve it.

“Madre de piedra, espuma de los cóndores. Alto arrecife de la aurora humana. Pala perdida en la primera arena. Esta fue la morada, este es el sitio: aquí los anchos granos del maíz ascendieron y bajaron de nuevo como granizo rojo”. (Alturas de Machu Picchu)

Tales los versos con los que el premio Nóbel Pablo Neruda plasmó en 1950,

en su *Canto General*, su admiración por la antigua ciudadela de los incas. Esa misma admiración es la que, el 7 de julio de 2007, miles de personas, muchas de ellas acaso sin haber puesto un pie en la apreciada construcción, con sus votos emitidos vía Internet le dieron el título de octava maravilla del mundo.

Orgullo peruano

Cusco vibró al conocer los resultados.

Sus calles se inundaron de cusqueños y de turistas que, al compás de cánticos y de huaynos, festejaban los resultados. Expresaban así, sobre todo los primeros, la satisfacción de conseguir una meta que, de alguna manera, había adquirido a lo largo de los últimos meses todos los visos de un objetivo común.

Conseguir este resultado no fue tarea fácil. El llamado por televisión, radio, diarios, afiches e Internet promovido por el Mincetur y distintos organismos públicos y privados, así como particulares que se sumaron a la campaña, fueron cruciales para despertar en propios y extraños, orgullo por un monumento arqueológico que reta al tiempo y armoniza con la naturaleza.

Coincidiendo con la expectativa internacional por los resultados de lo que ha constituido una encuesta a escala global, en semanas previas a la difusión de los mismos estuvieron de visita figuras del mundo del espectáculo y de los negocios, como Cameron Díaz, Olivia Newton John y Bill Gates. Visitantes que, por lo demás, se suman a una inmensa lista.

Si bien el descubrimiento de Machu Picchu data de 1911, el registro de visitantes nacionales y extranjeros con que cuenta el Mincetur, abarca únicamente el período comprendido desde 1987, año en que arribaron a la ciudadela 190 mil 888 turistas, hasta la fecha.

Esta cifra fue superada ampliamente en el 2006, en el que se registró la llegada de 691 mil 623 turistas.

“La expectativa por cerrar este 2007 con 800 mil turistas, son positivas, pues registramos de enero a junio 328 mil 258 visitantes al santuario, entre nacionales y extranjeros. Ante tales resultados, me atrevo a decir que para el 2008 es posible que lleguemos al millón de visitantes”, señala Eduardo Arrarte Fiedler,

Viceministro Arrarte: “En la ciudadela se impulsará el turismo nocturno”.

Vice-Minister Arrarte: “Night tourism to the citadel will be encouraged”.



viceministro de Turismo.

El nuevo reconocimiento impulsará aún más la afluencia de visitantes a la ciudadela. Arrarte adelantó que el Mincetur trabaja en una serie de proyectos que apuntan a una reorganización de visitas. Uno de ellos prevé determinar horarios y rutas específicas de visita a Machu Picchu. Así, no se sobrepasará el número de visitantes permitidos por la UNESCO (2 500 personas por día).

“Asimismo, en la ciudadela se impulsará el turismo nocturno. Para ello, buscaremos la asesoría técnica, científica y moderna de especialistas para iluminar las ruinas de tal forma que no se dañe la visión arqueológica y natural. Nuestra principal preocupación es preservar nuestra maravilla para las futuras generaciones”, concluye.

“Mother of stone, condors' foam. High reef of human aurora. Spade lost in the first sand. This was the dwelling, this was the site: here the wide corn grains ascended and descended again as red hailstones”. (Heights of Machu Picchu)

Such are verses with which the Nobel prize Pablo Neruda mold in 1950, in his *Canto General*, his admiration to the ancient Inca citadel. That same admiration is the one that, on July 7, 2007, thousands of people, many of them, perhaps, without stepping on the appreciated construction, gave to it the title of eighth wonder of the world through their on line votes.

Peruvian pride

Cusco vibrated after knowing the results. The streets of Cusco were flooded with people from the place and tourists, at the rhythm of canticles and huaynos, celebrating the results. They expressed, mainly Cusco people, the satisfaction of achieving a goal, which in a way had acquired along the last months all the features of a common objective.

Achieving this result was not an easy task. The appeal on television, radio, newspapers, posters, and the Internet

promoted by Mincetur and different public or private offices, as well as individuals who added up to the campaign, were crucial to wake up in locals and strangers, pride on an archeological monument which challenges time and harmonizes with nature.

Coincident with international expectation for results of what has been considered a global poll, weeks before the broadcast of them, some important entertainment and business figures like Cameron Díaz, Olivia Newton John and Bill Gates, visited the place. These visitors were part of a very large list.

Despite the fact that Machu Picchu was discovered in 1911, the registry of local and foreign visitors from Mincetur includes only the period from 1987, year in which 190 thousand 888 tourists arrived in the citadel, until now.

That amount was largely surpassed in 2006, when 691 thousand 623 tourists were registered.

“The expectation of closing 2007 with 800 thousand tourists is positive, because we have registered from January to June 328 thousand 258 visitors to the sanctuary among locals and foreigners. With such results, I dare to say that in 2008 it might be possible to reach a million visitors”, points out Eduardo Arrarte Fiedler, Vice-minister of Tourism.

The new recognition will better impel the visitors' flow to the citadel. Arrarte said that Mincetur is working on a number of projects aiming a visitors' reorganization. One of them foresees the setting of schedules and specific routes to visit Machu Picchu. This way the number of allowed visitors recommended by UNESCO (2 500 a day) will not be surpassed.

“Likewise, night tourism to the citadel will be encouraged. To this purpose, we will look for technical, scientific and modern assistance from specialists to illuminate the ruins in such way that the archeological and natural vision will not be affected. Our main concern is to preserve our wonder for future generations”, he concludes.



Por: / By:

Carlos A. González Henríquez

En la ruta terrestre a Tarapoto, hay una gran variedad de aves, y si tomamos la Marginal de la selva las veremos en su hábitat natural.

Como se sabe, el Perú es uno de los países que alberga la mayor diversidad de vida silvestre en nuestro planeta. En ese sentido, desde el punto de vista biológico, el circuito turístico Nor-Amazónico es una de las zonas más ricas del globo. Y la maravilla de la naturaleza está al alcance de nuestros ojos en un recorrido de pocos días, gracias al excelente estado de la carretera Marginal de la selva, hoy Carretera presidente Fernando Belaunde.

El desvío a Bagua Chica (en el km 196), lugar de clima un poco más seco que el de Jaén, es ideal para observar al Gorrión Inca menor. Más adelante, llegando a la Laguna de Pomacochas (km 322) encontramos al Colibrí cola raqueta o Colibrí maravilloso, uno de los más apreciados por los observadores de aves.

La zona, también, nos ofrece un agradable lugar de descanso, allí se ubica el hotel Puerto Pumas (km 326), antiguo Hotel de Turistas, cuya construcción se inició en el primer gobierno del arquitecto Fernando Belaunde (1963-1968), y culminó en su segundo mandato (1985), para luego ser saqueado, cerrado y deshabitado en 1986. Después de 11 años de abandono, el establecimiento fue adquirido por la Corporación Turística Amazónica en 1997, la misma que llevó a cabo su remodelación y ampliación y, desde 1999, ofrece sus cómodas y confortables instalaciones.

En Tarapoto (km 602), “Ciudad de Las Palmeras y Capital de la Gastronomía Amazónica”, a 330 msnm, hay interesantes lugares para nuestra búsqueda de aves, pero es hora del descanso y tenemos que encontrar un lugar cómodo y agradable. Una buena opción es el Hotel Puerto Palmeras Tarapoto Resort, ubicado a solo cinco minutos de la ciudad (km 614), que



Tarapoto a vuelo de pájaro

Tarapoto at bird's flight

Aves del Circuito Nor-Amazónico

Birds from the Nor Amazon circuit

desde hace casi 13 años ofrece a los visitantes una variedad de tours con opciones diferentes para disfrutar de la naturaleza.

El sol brillante de un nuevo día invita a recorrer las instalaciones del complejo, donde -sin necesidad de salir- es posible observar algunas aves, tales como el Tangara carinegra, el Carpintero castaño, la Casiornis rufa, el Colibrí pechizafiro, el Moscarete de mishana, el Tirano-todi cuellilistado, el Verdillo cabecicenizas y el Cuco faisán, que habitan en Puerto Palmeras.

Continuando el camino, podemos ubicar el Lago Lindo, a 40 kilómetros de Ta-

rapoto, en el km 10 de la carretera que conduce a Sauce. Se trata de una reserva ecológica privada con una extensión de más de 3.000 hectáreas, y en la que -en los últimos años- se ha desarrollado un intenso trabajo de reforestación con la reinserción de especies nativas que habían desaparecido a causa de la depredación del bosque.

Ocho cómodos bungalos con vista al lago garantizan una placentera estancia, durante la cual es posible observar 313 especies de aves, entre las que se cuentan el Shansho, el Carpintero lineado, el Ermitaño rojizo, la Tangara del paraíso, el Gavilán cabecigrís, la Coqueta coronada, el

Martín pescador grande, entre otros.

De retorno a Tarapoto, dependiendo del tiempo disponible, el viaje puede extenderse a Yurimaguas para tomar uno de los cruceros a Iquitos, pasando por la Reserva Nacional de Pacaya-Samiria, o culminar con el retorno a Lima vía aérea en un viaje de una hora.

Con el fin de promover el turismo de naturaleza y de observación de aves, PROMPERU realizó el pasado 15 de setiembre la Primera Feria Internacional de Naturaleza y Observación de Aves en Tarapoto. Más de ochenta participantes, entre los que se encontraban operadores y periodistas de los principales mercados emisores, así como los más connotados científicos especializados en la observación de aves, asistieron al encuentro en las instalaciones del Hotel Puerto Palmeras Tarapoto Resort.

On the road to Tarapoto, there is a diversity of birds, and if we take the Marginal road of the jungle we will see their natural habitat.

As we know, Perú is one of the countries which house the largest diversity of wild life

in our planet. In that sense, from the biological viewpoint, the Nor Amazon circuit is one of the richest in the world. And the wonder of nature is at our eyes' reach in a few days travel thanks to the excellent condition of Marginal road in the jungle, today called President Fernando Belaunde Road.

The detour to Bagua Chica (Km. 196), a place with a drier climate than Jaén, is ideal to observe the Minor Inca sparrow. A bit forward, getting to Pomacochas Lagoon (Km. 322), we find the Racquet Tail hummingbird or marvelous hummingbird, one of the most appreciated by bird watchers.

The zone also offers a nice place to rest, the Puerto Pumas Hotel, former Tourists Hotel, is located there (KM. 326). Its construction was started during the first government of Architect Fernando Belaunde (1963-1968) and it was finished during its second period (1985), being looted, closed and abandoned in 1986. After 11 years of being abandoned, the place was acquired by the Amazon Tourist Corporation in 1997 and its remodeling and enlargement was carried out. Since 1999, the hotel offers its comfortable and cozy facilities.

In Tarapoto (Km. 602), City of the Palms

and Capital of Amazon Gastronomy, 330 msnm, there are interesting places for our bird search, but it is time to rest and we have to find a comfortable and nice place. A good option is Puerto Palmeras Hotel-Tarapoto Resort located five minutes from the city (Km. 614), which for almost 13 years has offered to visitors a variety of tours with different options to enjoy nature.

The shining sun of a new day invites to walk the premises facilities where—without having to go out- is possible to observe some birds, like black-faced Tangara, the chestnut Carpenter, the Casiornis rufa, the zaphir-breasted hummingbird, the Moscarete of Mishana, the Tirano-all strip-necked, the Verdillo ash-headed and the Cuco pheasant, which live at Puerto Palmeras.

Following the track, we can see Lindo Lake, 40 kms. from Tarapoto, at Km. 10th of the road that leads to Sauce. It is a private ecological refuge with an extension of more than 3 000 hectares, in which, during the last years, an intense reforesting work has taken place, with the reinsertion of native species that, had disappeared due to the forest depletion.

Eight comfortable bungalows with a view to the lake guarantee a pleasant stay during which is possible to observe 313 bird species, among which we have the Shansho, the lined Carpenter, the reddish Hermit, the paradise Tangara, the gray-headed Sparrow Hawk, the crowned Flirt, the Martin big fisher.

Back to Tarapoto, depending on available time, the trip can be extended to Yurimaguas to take one of the cruises to Iquitos, passing by the Pacaya-Samiria National Refuge, or end up returning to Lima in an hour time flight.

With the purpose of promoting nature tourism and bird watching, PROMPERU organized last September 15th the First International Fair of Nature and Bird Watching in Tarapoto. More than eighty participants, among which there were operators and journalists of the main markets, as well as the most well-recognized scientists specialized on bird watching, attended the meeting at the premises of Puerto Palmeras Hotel-Tarapoto Resort.



Ventana de oportunidad

Opportunity window

El desarrollo de inversiones y nuevos circuitos, son la clave para el desarrollo del turismo

The development of investments and new circuits, are the key to tourism development

El Perú no solo tiene que ofrecer al mundo una maravilla como Machu Picchu. El territorio encierra atractivos turísticos que, año tras año, encandilan a turistas extranjeros y nacionales. Según Mincetur, en el primer trimestre del 2007, llegaron al país 447 844 turistas extranjeros, que representan un crecimiento al 9,5% respecto al primer trimestre del año anterior. La mayoría provino de Chile (27,4 %), EE.UU. (19,1%) y Ecuador (7,2 %).

Raúl Asencios, coordinador de investigación de mercados de la Comisión de Promoción del Perú (Promperú), señala que, dentro del circuito turístico del sur, los destinos más visitados son Cusco (42%), Puno (21%) y Arequipa (20%).

Bartolomé Campaña, de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), comenta que la creación de nuevos circuitos turísticos promoverá la llegada de más visitantes: "Cerca a Lima existen circuitos listos a ser ofertados. Otra zona es la región del Mantaro, donde Huancayo, Concepción y Tarma, cuentan con infraestructura adecuada".

Asimismo, agrega que otra alternativa es desarrollar el turismo regional en Sudamérica: "Esto beneficiaría al país en cuestión de costos en traslados y tipo de cambio monetario. Sin embargo, es necesario mantener nuestra oferta en Europa y Estados Unidos, además de impulsar nuestro ingreso al Asia".

El Mincetur, como parte de la innova-

ción en turismo, realizó por primera vez el Foro de Inversiones en Turismo Macro Región Nor Amazónica en Chiclayo. Durante esta reunión se identificaron 150 proyectos de inversión en el sector que beneficiarán a Amazonas, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Piura, San Martín y Tumbes.

Eduardo Arrarte Fiedler, viceministro de Turismo, señala que en el 2006 el número de turistas nacionales se incrementó 1,5 % respecto al 2005. Sostiene que, durante el 2006 y parte del 2007, los feriados largos fueron decisivos.

Al respecto, Marisol Acosta, subgerente de Turismo Interno de Promperú, resalta que, para promover los viajes en feriados no tradicionales, es necesaria una alianza entre los sectores público y privado.

Perú does not just offer a wonder like Machu Picchu to the world. The territory encloses tourist attractions which, year after year, dazzle local and foreign tourists. According to Mincetur, in the first semester of 2007, 447 844 foreign tourists arrived in, representing a growing of 9,5% with respect to the first semester last year. The majority came from Chile (27,4%), USA (19,1%), and Ecuador (7,2%).

Raúl Asencios, market research coordinator of the Peruvian Promotion Commission (PromPerú), points out that, within the southern tourist circuit, the most visited destinations are Cusco (42%), Puno

(21%), and Arequipa (20%).

Bartolomé Campaña, from the Tourism National Chamber (Canatur), comments that the creation of new tourist's circuits will promote the coming of more visitors: "Near Lima, there are circuits ready to be offered. Another zone is the Mantaro region, where Huancayo, Concepción and Tarma, have the adequate infrastructure".

Likewise, he adds that another alternative is to develop regional tourism in South America: "This will benefit the country regarding moving costs and currency exchange. Nevertheless, it is necessary to keep our offer in Europe and USA, and impel our access to Asia".

Mincetur, as part of tourism innovation, carried out for the first time the Tourism Investment in the Macro Region North Amazon Forum in Chiclayo. During this meeting 150 investment projects were identified in the sector benefiting Amazonas, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Piura, San Martín, and Tumbes.

Eduardo Arrarte Fiedler, Vice-Minister of Tourism points out that in 2006 the number of local tourists grew 1,5% compared to 2005. He affirms that during 2006 and part of 2007, long holidays were decisive.

Regarding this matter, Marisol Acosta, sub-manager of Inner Tourism in Promperú, remarks that in order to promote trips on non-traditional holidays, it is necessary an alliance between public and private sectors.

Taquile es uno de los atractivos de Puno, que con Cusco y Arequipa, son los destinos más visitados del sur.

Taquile is one of Puno attractions, which with Cusco and Arequipa are the most visited southern destinations.



En el Oceanus Restaurant, del Delfines Hotel & Casino, tienen muy presente esta idea. La filosofía de servicio es clara, simple y contundente, sin dejar de ser exquisita como su comida. Frente al movimiento armónico y vital de los delfines Yaku y Wayra, a quienes es posible ver divirtiéndose en el delfinario gracias a un enorme ventanal, el Oceanus Restaurant ofrece un elegante y privado ambiente para disfrutar de la más exquisita comida gourmet, a la hora del almuerzo o la cena, con platos internacionales y peruanos.

“Servir a nuestros clientes con excelencia y brindarles una experiencia única, es lo que nos motiva”, nos dice Reynaldo Gazzo, gerente de Alimentos y Bebidas, mientras vemos llegar una entrada de chupe de zapallo con langostinos. A simple vista se diferencia de los simples menús. Está presentado con sofisticación y elegancia. Ya en el paladar, uno se rinde ante el tierno zapallo macre que ha sido lentamente cocido y sazonado, y que se acompaña con unos

Maridaje en el Oceanus Restaurant

Pairing at Oceanus Restaurant

Un restaurante no es un escenario genérico, sino, un espacio para personas distintas, para momentos distintos y para economías distintas. Un restaurante es una filosofía, una forma de ver, entender y sentir

A restaurant is not a generic scenario, but a space for different people, for different occasions, and different economies. A restaurant is philosophy, a way to see, understand, and feel

tiernos langostinos norteños, crema de leche, queso y huacatay. El vino, Fuzión Chenin - Chardonnay del 2006 (70 % Chenin - 30% Chardonnay) de la Casa

Zuccardi, de un color brillante con matices verdes y aromas a manzanas, peras, melocotones y frutas tropicales, ligeramente dulces, el cual hace un mari-

daje perfecto en el paladar.

Como plato de fondo, corvina del Pacífico, crocante y de excelente textura, servida sobre un exótico risotto de mango y escalonias o pequeñas cebollas. Se complementan con una citrus salsa que mantiene una armonía con el fresco Zuccardi, un animado vino blanco de cuerpo medio y con buen equilibrio en boca.

Finalizamos con un postre a la carta, donde la nota alta la dio una sintonía de chocolate, con una impecable y simétrica presentación en tres capas de suave consistencia, acompañada con una crema de maracuyá, cuyo toque cítrico incita a degustarlo una y otra vez.

Seguros de volver, la invitación es a disfrutar de los imperdibles almuerzos y cenas “Maridaje” del Oceanus Restaurant. Realmente, se disfruta.

At Oceanus Restaurant, in Delfines Hotel & Casino, this idea is really present. Service philosophy is clear, simple, and convincing, without leaving apart its exquisiteness like its food. In front of the harmonic and vital moving of Yaku and Wayra dolphins, which you can see having fun in their pond thanks to a huge window, the Oceanus Restaurant offers an elegant and private atmosphere to enjoy the most delicious gourmet food, at lunch or dinner time, including Peruvian and International dishes.

“To serve our customers with excellence, and offer them a unique experience is what motivates us”, says Reynaldo Gazzo, Food and Beverages Manager, while we see a pumpkin with shrimp “chupe” entrée



coming in. At first sight, you can notice the difference with simple menus. It is presented with elegance and sophistication. Once in the palate, you surrender to the tender macre pumpkin which has been slowly cooked and seasoned, and that is accompanied by tender northern shrimp, milk cream, cheese and “huacatay.” The wine, Fuzion Chenin – Chardonnay 2006 (70% Chenin – 30% Chardonnay, from Zuccardi House, with a bright color of green tones and apples, pears, peaches and tropical fruit aroma, slightly sweet, make the marriage perfect to palate.

As main course, Pacific corvina, crunchy and of excellent texture, over an exotic mango and small onions risotto is served. It is complemented with a citrus sauce which keeps harmony with the fresh Zuccardi, a lively body and a half white wine, with good balance in the mouth.

We end up with a dessert a la carte, where the highest key is given by a chocolate tuning, with an impeccable and symmetric presentation in three layers of soft consistency, along with maracuya cream, which citric touch incites to taste it once and again.

Certain of coming back, the invitation is to enjoy unmissable “Pairing” lunches and dinners at Oceanus Restaurant. You will really enjoy them.




Más de tres siglos de historia en cada botella

Somos una bodega que posee sus propios viñedos de uva quebranta, que es la uva tradicional para la elaboración del buen pisco peruano. En la actualidad manejamos 24 hectáreas de viñedos, poseemos una Bodega tecno-artesanal que emplea el sistema más antiguo de destilado que es a través de las taleas.

Valle de ICA - PERU
www.lacaravedo.com



NUEVA RUTA INTERNACIONAL
El pasado agosto, LAN Perú inició sus vuelos directos y sin escalas Lima-Madrid-Lima, ruta que unirá tres veces por semana. En el cóctel de celebración por este acontecimiento, estuvieron en la Casa Moreyra:

Germán Rodríguez-Larraín; Jorge Awad, presidente de LAN Airlines; Mercedes Aráoz, titular del Mincetur y Emilio Rodríguez-Larraín, presidente de LAN Perú.

Francisca Piedra de KLM, Gina Muñoz de Iberia, Raúl Diez-Canseco de USIL y Chabuca Quiñones de Viajes Pacífico.



Isabel Quiñones de Viajes Pacífico, Francisca Piedra de KLM, Emilio Rodríguez-Larraín de LAN Perú y Claudia Miranda de Trabucco del Sonesta Posada del Inca.



OPERADOR HOTELERO
El día de presentación a la prensa de Pierre Berthier, gerente general de la nueva cadena hotelera Thunderbird Las Américas, lo acompañan en la foto Jack Mitchell (Ceo) y Stefano Piroli (VP Hotel Group).



Los principales ejecutivos de la cadena hotelera, Ricardo Mustafá, Luis Málaga, Tomás Merlo, Fernando Velasco, gerente; Mario Mustafá, Christian Strobach y Oscar Soriano.

Mario Mustafá, presidente del directorio, muestra a Bruno Orlandini y Javier Reyes las salas de conferencia con las que cuenta el hotel.



HOTEL & CONVENTION CENTER
En el cóctel de lanzamiento del nuevo nombre comercial del Sheraton Lima Hotel & Convention Center, posan las principales ejecutivas del hotel: Liliana Barreira, directora de Ventas; Cecilia Luglio, directora de Recursos Humanos; Wilma Arévalo, directora de Relaciones Públicas y Ana María Carrera, gerente de Ventas.



EN EL JORGE CHÁVEZ
El primer hotel en Sudamérica que opera dentro de un aeropuerto es el Costa del Sol Ramada, recientemente inaugurado, ocasión en la que EXPORTAR realizó estas fotos:

Las actividades agrícolas y agropecuarias ocupan un lugar central en la economía del país. Según el INEI, el 23,4% de los peruanos se dedica a estas actividades y el 40% de la población de la sierra tiene ingresos provenientes de la agricultura.

Por lo demás, en el contexto de la globalización, se experimenta un aumento del comercio agroalimentario y una creciente necesidad de contar con fuentes alternativas de alimentación.

A tono con los tiempos, las autoridades sanitarias están obligadas a implementar y adecuar los instrumentos legales con el fin de allanar el camino para la exportación de mayores productos alimenticios.

Al respecto, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), realiza diversos seminarios y conversatorios con el propósito de recoger la opinión de todos los sectores involucrados, así como las experiencias sobre las condiciones que se están desarrollando para la producción de productos agroindustriales y agropecuarios con calidad sanitaria, muchos de los cuales recién empiezan a abrirse paso a mercados de otros países. Tal es el caso del reciente conversatorio “Condiciones sanitarias para la producción de carne de cuy”, orientado a asegurar el consumo interno y su oferta exportable.

En opinión del Doctor José Espinoza, Jefe del SENASA, el objetivo es sensibilizar a productores involucrados en la producción y comercialización de esta especie en técnicas y criterios sanitarios que garanticen su estatus sanitario en los centros de beneficio de cuyes.

Al respecto, señala que el Foro Internacional sobre Fiebre Aftosa, también organizado por la institución a su cargo, fue para auditar las estrategias del PNFA (Programa Nacional de Fiebre Aftosa), orientadas a la erradicación de la enfermedad y el reconocimiento; de nuevas zonas libres con y sin vacunación. Este Foro fue el marco para analizar el logro del Perú, al haber obtenido de parte de la Organización de Sanidad Animal-OIE, en el 2005 y 2007 la declaratoria de áreas



Prevención, control y erradicación de fiebre aftosa es preocupación del Senasa.
Prevention, control and eradication of Foot and Mouth Disease is SENASA's concern.

Cura en salud

Healthy healing

SENASA promueve sanidad agraria para estimular la exportación, pero también, la seguridad alimentaria

SENASA promotes agrarian health to stimulate exports and ensure food safety

libres de fiebre aftosa, sin vacunación a 17 regiones de la zona sur y nororiental del país, zona que abarca el 88,44% del territorio nacional.

Con relación a la inocuidad de alimentos, SENASA ha realizado recientemente el seminario internacional sobre los Impactos de las Normas de Calidad e

Inocuidad de los Alimentos, en el que se trataron temas como los cambios recientes vinculados con el concepto de la gestión de la calidad, los efectos de esos cambios en las cadenas agroalimentarias, la adecuación y el fortalecimiento de la institucionalidad, y la motivación y valorización de la participación de los consumidores en todos los procesos en la industria de alimentos.

El Curso Taller Internacional de Análisis de Calidad de Semillas, sirvió para capacitar a los especialistas de semillas del SENASA y de la Red Nacional de Laboratorios de Análisis de Semillas, en la ejecución de Análisis según las reglas Internacionales de Análisis de Semillas-ISTA vigentes, a fin de estar a la par con las exigencias en el comercio internacional.

En concordancia con el empeño por promover el uso de semillas de calidad, especialmente de la clase certificada, con el fin de incrementar el índice de productividad, la Viceministra del sector, Sina Santa María, instaló la Comisión Nacional de Semillas (CONASE), que tendrá la misión de proponer y opinar sobre asuntos referidos a las políticas, planes, programas y acciones referidas a la investigación, producción, certificación y comercialización de semillas.

A través de la CONASE, se busca promocionar el uso de la semilla nacional. Para ello, es necesario revisar las normas vigentes. En tal sentido, el referido organismo trabajará intensamente en la adopción de medidas para sancionar de modo ejemplar la utilización de semillas adulteradas.

El Jefe Nacional del SENASA, siendo la máxima autoridad sanitaria en semillas, indica que resulta positivo que la CONASE se vuelva a reactivar después de años: “Se trata de reunir a entidades privadas y públicas comprometidas en estos temas que son muy útiles para la gestión de Sanidad Agraria, y que tendrá la misión de apoyar el uso de semilla certificada y de calidad en los diferentes cultivos de importancia económica”. (P.R.)

The agricultural and farming activities have a central role in the country's economy. According to INEI, 23,4% of Peruvians are devoted to these activities and 40% of the highlands population's incomes are from agriculture.

Besides, in globalization's context, there is a rise on food-agricultural trade and a growing need to count with alternative food sources.

According to present time, health authorities are obliged to implement and adequate legal instruments in order to smooth up the path to exporting more food products.

Regarding this matter, the Agrarian Health National Service (SENASA) is carrying out seminars and conferences with the purpose of collecting involved sectors' opinions, as well as experiences about conditions that are being developed to produce agro-industrial and farming products with health quality, most of which are beginning to enter other countries' markets.

That is the case of the recent conference “Health Conditions for Cuy's Meat Production”, oriented to ensure local consumption and exportable offer.

According to Dr. José Espinoza, SENASA's chief, the objective is to sensitize producers involved in the production and commercialization of this species into technical and health criteria to guarantee health status in cuy's slaughter centers.

With respect to this, he points out that the Foot and Mouth Disease International Forum, organized by his institution, was carried out to audit the PNFA's (Foot and Mouth National Program) strategies, oriented to the disease's eradication and the recognizing of new free zones with and without vaccination. This Forum was the scenario to analyze Perú's achievement of getting from the Animal Health Organization OIE in 2005 and 2007, the statement of Foot and Mouth Disease's free area, with no vaccination in 17 regions in the Southern and North Ori-



Se busca promover el uso de semillas de calidad y certificada con el mayor índice de productividad.

Promotion of quality and certified seeds with the highest productivity rate is the aim.

tal zones of the country, including 88,44% of national territory

Regarding food innocuousness, SENASA has recently held an international seminar about Impacts of Food Innocuousness and Quality Regulations, in which, topics like recent changes related to quality management concept, the effects of such changes on food-agricultural chains, adapting and strengthening institutionalism, and motivation and valuation of consumers' participation in all the processes of food industry, were addressed.

The International Workshop-Course on Seed's Quality Analysis, helped to train seed specialists from SENASA and the Seeds' Analysis Laboratories National Network, in the execution of analysis according to the valid regulations of Seed's Analysis International –ISTA, in order to be up to international trade demands.

According to the effort to promote the use of quality seeds, especially of the certified type, in order to increase the productivity rate, the sector's Vice-Minister, Sina Santa María, installed the Seeds National Commission (CONASE), which will have the mission of proposing and giving opinion on matters about policies, plans and actions related to research, production, certification and commercialization of seeds.

Through CONASE we are promoting the use of national seeds; to get there it is necessary to review the present regulations. In that sense, the mentioned office will intensely work on the adoption of measurements to severely sanction the use of adulterated seeds.

SENASA's National Chief, who is the top health authority on seeds, says that it is positive to have SENASA reactivated after years.

"It is about joining private and public entities committed in these topics, which will be very useful to Agrarian Health Management and the mission of supporting the use of certified seed and quality on the different crops of economic importance".



La feria es el puente entre artesanos y el mercado consumidor.
The fair is the bridge between artisans and consumers' market.

Tercera llamada

The third call

Exhibe Perú 2007 convoca a artesanos para impulsar la oferta exportable

Exhibit Peru 2007 summons artisans to impel exportable offer

La oferta artesanal exportable fue el centro de atención en la feria y rueda de negocios Exhibe Perú 2007 "Artesanía para el Desarrollo Sostenible" que, por tercer año consecutivo, promueve el contacto entre artesanos de diferentes regiones del país y compradores nacionales, empresas exportadoras y público en general.

Durante la fecha inaugural la ministra Mercedes Aráoz, acompañada de la directora nacional de Artesanía, Madeleine Burns, premió a los ganadores del Concurso de Innovación Artesanal que se desarrolló en tres categorías: Innovación en la Aplicación de Técnicas Artesanales Tradicionales, Diseño y Desarrollo de Producto, y Tecnología y Producción.

La titular del Mincetur aseguró que dicha feria es el puente entre los artesanos y el mercado consumidor: "Existen muchos casos exitosos de artesanos que exportan". Lo dijo tras presentar la nueva oferta exportable peruana en diferentes líneas artesanales: joyería, confecciones, tejidos, cerámica, accesorios de moda y decoración.

En el evento participaron artesanos de diferentes regiones del país y, especialmente, de los lugares donde operan los Centros de Innovación Tecnológica (CITE) de Artesanía y Turismo del Mincetur. Son siete y benefician a más de 58 mil artesanos de Piura, Cajamarca, Lambayeque, Ucayali, Puno, Cusco, Huancavelica y Ayacucho.

En opinión de la ministra, la próxima apertura de seis nuevos CITE, permitirá aprovechar los beneficios del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y los acuerdos comerciales que viene negociando nuestro país: "Nuestra experiencia con los CITE ha demostrado que su implementación posibilita ampliar y diversificar la oferta exportable de productos artesanales con una demanda efectiva en los distintos mercados".

Estos nuevos centros se ubicarán en las regiones de pobreza extrema: Pucará, Puno; asentamiento Humano Pachacutec, Ventanilla; Huamanga, Ayacucho; Chinchero, Cusco; Hualhuas, Junín. En Lima se abrirá, además, un centro de diseño que beneficiará a la red de centros a nivel nacional.

The craft offer was the center of attention at the fair and business round Exhibit Perú 2007 "Craftsmanship for Sustainable Development", which for the third consecutive year, promotes contact among artisans of different regions of the country and local buyers, exporting companies and general public.

During the opening the Minister Mercedes Aráoz, accompanied by the Craftsmanship National Director, Madeleine Burns, awarded the winners of the Craftsmanship Innovation Contest which included three categories: Innovation on the Application of Traditional Craftsmanship Techniques, Design and Development of the Product, and Technology and Production.

Different regions of the country participated and, specially, from places where the Technological Innovation Centers for Craftsmanship and Tourism of Mincetur operate. There are seven and they benefit more than 58 thousand artisans from Piura, Cajamarca, Lambayeque, Ucayali, Puno, Cusco, Huancavelica, and Ayacucho.

In the Minister's opinion, the opening of six new CITE will allow taking advantage of the benefits from the Free Trade Agreement with the United States and the commercial agreements that our country is negotiating: "Our experience with CITE has shown that their implementation makes possible the expansion and diversification of the exportable offer of craftsmanship's products with an effective



Oferta exportable incluye confecciones y cerámica.
Exportable offer includes dress-making and pottery.

The head of Mincetur assured that the fair is the bridge between artisans and consumers' market: "There are many successful cases of artisans who export". She said this after presenting the new Peruvian export offer in different craftsmanship lines: Jewelry, dress-making, fabrics, ceramics, decoration and fashion items.

demand in different markets".

These new centers will be located in extreme poverty regions: Pucará, Puno; shanty town Pachacutec, Ventanilla; Huamanga, Ayacucho; Chinchero, Cusco; Hualhuas, Junín. In Lima, a design center will be opened to benefit the centers' network at national range.



Potajes peruanos típicos que elabora Docampo, superan con éxito estrictos parámetros de la aviación internacional.
Typical Peruvian dishes elaborated by Docampo, exceed with success strict international aviation parameters.

Cocina de alto vuelo con sabor nacional

High flight cuisine with Peruvian flavor

Más de 40 años difundiendo la cocina peruana por los cielos del mundo

More than 40 years spreading Peruvian cuisine in the world's skies

Hoy, para muchos peruanos, es pan de todos los días escuchar hablar del reconocimiento internacional que tiene nuestra comida en los paladares más exigentes del mundo. Pero, para los hermanos Martín, Danilo y Milena Docampo, de Cocina de Vuelo Docampo, esto no es nada nuevo.

Hace más de 40 años, un pionero, Emilio Docampo Catter, el patriarca de la

familia, ya tenía claro que con la comida peruana se podía llegar muy alto y muy lejos.

Desde aquella pequeña cocina familiar en la que los esposos Emilio y Pilar Docampo preparaban los refrigerios para el entonces aeropuerto de Lima-tambo, hasta las modernas instalaciones de Docampo, empresa enteramente peruana dedicada al suministro de agua,

alimentos y bebidas a diversas compañías aéreas con rutas nacionales e internacionales, han transcurrido muchas horas de empeño y de dedicación; marcados, sobre todo, por un convencimiento claro sobre la calidad de la comida peruana.

La planta de elaboración de alimentos, una instalación de 17 000 metros cuadrados, ubicada a tres minutos del Aeropuerto In-

ternacional “Jorge Chávez”, con capacidad para elaborar 45 000 comidas por día, dice mucho sobre la experiencia acumulada en calidad, eficiencia, innovación y alto nivel que ha conseguido el único operador peruano de catering aéreo.

Para Martín Docampo, gerente general de la empresa, la calidad es el reflejo de la exigencia que se otorga a los procesos de elaboración: “Aplicamos el sistema de control de calidad denominado HACCP Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos”. Esta implementación les permite sostener los mejores estándares de higiene sanitaria y seguridad en la manipulación y elaboración de los alimentos, evitando romper la cadena de frío para más de 6 000 alimentos que se preparan al día y que se distribuyen a las más prestigiosas compañías aéreas nacionales e internacionales, ingresando a la plataforma o rampa del aeropuerto en más de 33 unidades de transporte, entre camiones telescópicos y camionetas.

Los diversos reconocimientos internacionales que Docampo ha recibido de empresas como Copa Airlines, AeroMéxico, Continental Airlines (que ha otorgado a la cocina de vuelo de la empresa hasta en cuatro oportunidades consecutivas el *Cristal Award* que premia la excelencia gastronómica y por la cual compiten más de 150 empresas del mundo cada año), son una muestra contundente de que los típicos potajes peruanos que elabora Docampo, como el lomo saltado, la papa a la huancaína, el arroz con pollo, los chicharrones, los tamales, el ceviche; postres como mazamorra morada, turrón de doña Pepa, el suspiro a la limeña, la chicha morada; y el célebre *pisco sour*, entre otros, son capaces de superar con éxito los estrictos parámetros de la aviación internacional que demandan alimentos neutros, bajos de sal, ausencia de condimentos fuertes y poco picante, sin perder la esencia del arte culinario nacional y, al mismo tiempo, avalan una trayectoria dedicada a la satisfacción de las expectativas gastronómicas más exigentes en los cielos del mundo.

Manteniendo siempre la visión de difundir la comida peruana y lejos de dormirse en sus logros, Docampo proyecta incursionar pronto en la producción y

distribución de comida aséptica “Docampo Long Life”, con recetas de la gastronomía peruana. Un concepto de producción de alimentos que, al ser sometidos a procesos de esterilización y envasado hermético, se garantiza la conservación sin necesidad de refrigeración hasta por dos años, manteniéndose intactos el sabor, el olor y el color de nuestra comida criolla.

Today, for many Peruvians, is very common to hear every day about the international recognition that our food has from the most demanding palates of the world. But, for siblings Martín, Danilo and Milena Docampo, from High Flight Docampo cuisine, this is not new at all.

More than 40 years ago, a pioneer, Emilio Docampo Catter, the family's patriarch, had very clear that with Peruvian food it was possible to get very high and very far:

From that small family kitchen in which spouses Emilio and Pilar Docampo prepared the snacks for the airport of those times, Limatambo, to the modern installations of Docampo, an entirely Peruvian company devoted to providing water, food and beverages to different airlines with local and international routes, many hours of hard work and dedication have passed, all them clearly marked by the conviction about Peruvian food's quality.

The foods processing plant, a 17 000 square meters installation, located three minutes from International Airport “Jorge Chávez”, with capacity to elaborate 45 000 meals a

day, says a lot about the gained expertise regarding quality, efficiency, innovation and high standards achieved by the only Peruvian air catering operator.

To Martín Docampo, the company's General Manager, quality is reflect of exigency on elaboration processes: “We apply a quality control system named HACCP-Risk Analysis and Critic Points Control”. This implementation allows the keeping of the best standards on health hygiene and safety on food handling and elaboration, avoiding the rupture of the cold chain for more than 6 000 foods which are prepared every day and distributed among the most prestigious local and international airlines. This means entering the platform or airport tarmac with more than 33 vehicles, including telescope-ladder trucks and vans.

The numerous international recognitions that Docampo has received from companies like Copa Airlines, AeroMéxico, Continental Airlines (which has given the company four consecutive times the Crystal Award which awards gastronomic excellence and for which more than 150 companies in the world compete every year), are a conclusive demonstration that typical Peruvian dishes made by Docampo like lomo saltado, papa a la huancaína, arroz con pollo, chicharrones, tamales, ceviche; desserts like mazamorra morada, turrón de doña Pepa, suspiro a la limeña, chicha morada; and the famous pisco sour; among others, are able to exceed with success the strict international aviation parameters which demand neutral food, salt lowed, strong condiments absence and little hot, without losing the essence of national cooking art and, at the same time, supporting a career devoted to satisfy the most demanding gastronomic expectations in the skies of the world.

Keeping always the vision of spreading Peruvian food and far from falling sleep on their achievements, Docampo plans to get into the production and distribution of aseptic food “Docampo Long Life”, with recipes from Peruvian gastronomy. A concept about food production which, when passing through sterilization and hermetic packing, guarantees preservation without refrigeration up to two years, keeping intact flavor, odor and color of our typical food.





Mermeladas Dietéticas - Mermeladas a Granel
Pulpas de Fruta Congelada - Toppings para Helados



Fresa, Piña-Papaya, Mango, Maracuyá-Papaya, Guanábana, Mora, Camu Camu-Papaya, Naranja, Lúcumá, Granadilla, Durazno y Sauco. Puré de Manzana Dietético y Tradicional.

gerencia@dmarco.net www.dmarco.net



Tecnología en Gases
 Gas Carbónico, Oxígeno, Hielo Seco, Nitrógeno

Saluda a
Docampo S.A.C.
 con motivo de
 conmemorar su 43° aniversario,
 como empresa líder de catering,
 augurándoles continúen
 los éxitos.

Of.: Av. Argentina 1630 Callao - Perú
 Pta.: Av. Argentina 4040 Callao - Perú
 Telfs.: 429-3065 / 465-5664 • Fax: 465-0331
 E-mail: tecnogas@tecnogas.com.pe
www.tecnogas.com.pe

Baudts
 Broker de Seguros

Felicita a
Docampo S.A.C.
 por su 43 Aniversario.

Las Tiendas 269 Of. "L" Surquillo
 Telf.: 221-8345 • Fax: 421-3183
ebaudts@baudts.com

Para los esposos Emilio y Pilar Docampo, todo comenzó con la elaboración de sándwiches para la línea aérea pionera Faucett en la década de los 60, en el antiguo aeropuerto de Limatambo.

El cariño y la dedicación que ponían en su trabajo, contribuyeron a que Air France los contratara para brindar el servicio de comida a bordo para sus principales rutas.

Con el tiempo, la calidad de la cocina Docampo ha cautivado a múltiples em-

Comer en el Cielo

Eating at Heaven

Aprestamiento y decolaje del catering aéreo

Air catering's preparing and take off



presas nacionales e internacionales y se ha extendido a los transportes terrestre y ferroviario, como el Ferrocarril Central Andino. La combinación de

calidad, trabajo y buena sazón, les ha permitido llegar a cubrir el 50% del mercado aéreo internacional y el 60% del mercado aéreo nacional.

Manteniendo un espíritu de innovación y calidad, la cocina Docampo ha desarrollado DOCAMPO PRESSTO y DOCAMPO LONG LIFE, productos



alimenticios de alta calidad que, al ser sellados al vacío y empacados en envases flexibles, conservan sin daño alguno el sabor y la sazón de los potajes DOCAMPO. Ideales para hospitales, clínicas, concesionarios de alimentos, restaurantes, hoteles, instituciones, empresas de catering o en las más íntimas reuniones familiares, siendo posible degustar todo tipo de comidas preparadas, productos preelaborados, guarniciones, guarniciones para saltear, salsas, ensaladas y un sinnúmero de otros manjares.

Esta línea innovadora permite un abastecimiento continuo, un ahorro de mano de obra en equipos, en utensilios, en áreas de procesos; reduce los costos de producción, mejora los sistemas de control y calidad del producto y, sobre todo, esto se logra sin perder su capacidad nutritiva y esa sazón peruana que le otorga la cocina DOCAMPO, que es única y cautiva.

Hoy, son los hermanos Milena, Martín y Danilo Docampo los que siguen la tradición familiar, asumiendo nuevos retos y transformando un emprendimiento familiar en una moderna empresa, pero sin perder el espíritu de sus padres fundadores que ha apostado siempre por una vocación por la



Emilio y Pilar Docampo dieron comienzo a la empresa en el aeropuerto de Limatambo. Sus hijos Martín, Milena y Danilo siguen el camino.

Emilio and Pilar Docampo set up the company at Limatambo Airport. Their children Martín, Milena and Danilo keep on the track.

calidad y el buen gusto en el paladar, otorgando un servicio eficiente que se

origina en las especificaciones de la cocina central y que al mantenerse, logran conservar el esfuerzo para desarrollar recetas y menús más sofisticados que dejan satisfechos los apetitos y las necesidades de un cliente o viajero, ya sea nacional o extranjero, cada vez más exigente en materia gastronómica, siendo su sabor nacional y calidad, siempre un factor primordial que contribuye con la comodidad de un viaje placentero.

To spouses Emilio and Pilar Docampo, everything started with sandwich making for the pioneer airline Faucett in the 60s, in the old Limatambo Airport.

The love and devotion that they put on their work, contributed to their hiring by Air France to offer catering aboard in their main routes.

La empresa cubre 50% del mercado aéreo internacional y 60% del mercado aéreo nacional.

The company covers 50% of international air market and 60% of local air market.



With time, the quality of Docampo's cuisine has captivated many local and international companies, and it has extended to land and train transportation, like the Andean Central Railroad. The combination of quality, work, and good flavor, has permitted their covering of 50% of international air market and 60% of local air market.

Keeping an innovation and quality spirit, Docampo's cuisine has developed DOCAMPO PRESSTO and DOCAMPO LONG LIFE, high quality food products, which are vacuum sealed and packed in flexible containers, keeping without harm the taste and flavor of DOCAMPO. They are ideal for hospitals, clinics, food concessionaires, restaurants, hotels, institutions, catering companies, or the most intimate family gatherings, making possible trying all kind of prepared food, pre-elaborated products, accompaniments, skip accompaniments, sauces, salads and an endless number of delicious dishes.

This innovative line allows a permanent

supply, savings on labor, equipment, utensils, process areas; it reduces production costs, improves the control and quality of products, and more importantly, all these is achieved without losing nutritious capacity and that Peruvian flavor that makes DOCAMPO's cuisine unique and attractive.

Today, siblings Milena, Martín, and Danilo Docampo continue with the family tradition, facing new challenges and transforming a family initiative into a modern enterprise, without losing their founding parents' spirit which always bet on vocation for quality and good taste to the palate, granting an efficient service originated on central cuisine specifications. By keeping them, the effort to develop new more sophisticated recipes and menus to keep satisfy the appetite and needs of local or foreign customers or travelers is preserved. They are more and more demanding on gastronomic issues day after day and our local taste and quality will always be a main factor contributing to a pleasant trip's comfort.

Con 17,000 metros cuadrados, la planta de elaboración de alimentos tiene capacidad para elaborar 45 mil comidas por día.

With 17,000 square meters, the food preparation plant has capacity to produce 45,000 meals a day.



Somos fabricantes de:

- Queso Fresco Pasteurizado
- Mozarella
- Ricotta
- Bocconcini
- Crema de Leche
- Mantequilla
- Yogurt Frutado

Atendemos pedidos de hoteles, catering, restaurantes, etc.

Docampo S.A.S.

Saludamos a Docampo al conmemorar su 43 aniversario como empresa líder de catering augurándole muchas felicidades y éxitos en el futuro.

Teléfonos:

528-6026 / 9869-1170

Av. Santa Rosa 122-124

Urb. Villa San Roque - Los Olivos

Sus deliciosos helados en base a insumos naturales, sin preservantes ni colorantes, y su famoso café, son los más reconocidos en el Perú. Deléitese con nuestros postres, ensaladas, sandwiches, pizzeñas, panqueques y más.

Calle Carpancio 210, C.C. San Borja • Teléfonos: 225-4056 / 224-2497

www.sarcletti.com



Además de la infraestructura, se debe dejar el catering en manos expertas.
Apart from infrastructure, catering should be left to expert hands.

Arte efímero

Ephemeral art

Bocadillos y ambientes para eventos inolvidables

Snacks and atmosphere for unforgettable events

Realizar un evento al aire libre puede resultar un serio problema logístico si no se elige con cuidado la estructura adecuada ni se diseña de manera experta el ambiente más propicio para acoger a los visitantes o invitados. Una alternativa estética y funcional a considerar, son las carpas o estructuras plegables. Una gran ventaja de estas estructuras, es la posibilidad de montarlas y desmontarlas con mucha facilidad, desplazándolas a un bajo costo.

Las carpas o estructuras hoy se hacen en muchísimos tamaños y formas, utilizando materiales como aluminio, acero galvanizado o acero pintado, lona o PVC, y tomando en cuenta siempre los requie-

rimientos más pertinentes para el tipo de evento a desarrollar y aportan con su diseño, color y accesorios, los elementos adecuados para crear una atmósfera cálida y acogedora.

Pero cuando de agasajar se trata, además de toda esta infraestructura, también se debe dejar en manos expertas el servicio de catering. En esto la experiencia de más de cuarenta años respaldan el servicio de Catering Social – Corporativo que ha adquirido la Cocina de Vuelo Docampo – División Catering Integral. Asesorando planificando, organizando de forma integral y personalizada cada detalle para alcanzar el mayor confort en los almuerzos de trabajo, desayunos, cenas de gala, *coffee breaks*,

cocktails y *buffets* de sus clientes.

Docampo cuenta, además, con un área de dos mil metros cuadrados, un salón con capacidad para atender en forma privada y personalizada a 60 personas con desayunos, almuerzos y cenas, además de una sala de capacitación con equipos audiovisuales de última generación, para 40 personas. Su ubicación es una ventaja adicional para muchas empresas que operan en el Callao.

Organizing an outdoor event can be a serious logistic problem if we do not choose carefully the right structure or design expertly the most convenient surroundings to welcome visitors and guests. An aesthetic and functional alternative to consider is tents or folding structures. A big advantage from these structures is the possibility of mounting and dismounting them easily, and their low cost moving.

The tents or structures, nowadays, are made of different shapes and colors, using materials like aluminum, galvanized steel or painted steel, canvas or PVC, bearing always in mind the pertinent requirements of the kind of event to be developed, contributing with their design, color and accessories, the adequate elements to produce a warm and nice atmosphere.

When it comes to receptions, besides all these structures, it is also necessary to leave the catering to expert hands. In this area, the expertise of more than forty years backs up Social-Corporative Catering's service. They have acquired the Flight Cuisine Docampo – Integral Catering Division; advising, planning, and organizing in an integral and personalized way each detail to reach most comfort at work lunches, breakfasts, gala suppers, coffee breaks, cocktails and buffets for their clients.

Docampo counts, additionally, with a two thousand square meters area, a hall with capacity to serve in a private and personalized way to 60 people during breakfasts, lunches, and suppers; apart from this, they have a training hall with last generation audiovisuals for 40 people. Its location is an additional advantage for many companies operating in Callao.

ESTUDIO CONTABLE Y ASESORES EMPRESARIALES
HERNANDEZ RANDICH
Av. General Garzón 613 Of. A-503, Jesús María
Telf.: (511) 331-0016 / (511) 331-2656 Fax Anexo: 206
E-mail: raul.hernandez@hernandez-randich.com
Pag. Web: www.hernandez-randich.com

Netrinor
Calle Ezequiel Oso Peraranda 1744 Lima
Telf.: 564-4764 / 564-0003

drm S.A.C.
Angélica Palma, 189 San Miguel
Telf.: 566-3636
E-mail: drem@net.com.pe

Saludamos a
Docampo S.A.C.
al conmemorar su 43 aniversario
como empresa líder de catering
augurándole muchas felicidades
y éxitos en el futuro.

DISTRIBUIDORA 231
Mayor Calidad y Menor Precio...

VENTA AL POR MAYOR DE:

- HUEVOS
- AZÚCAR
- ARROZ
- SAL
- ABARROTES EN GENERAL

SERVICIO DE DELIVERY
A LAS EMPRESAS
SIN COSTO ADICIONAL

Sucursal:
Av. Marcona 231, Urb. San Ignacio de Monterrico
Telefax: 275-0894 • Nextel: 822*5092
E-mail: dist231@terra.com.pe
Santa Anita:
Pasaje Productores Puesto N° 1, Mercado de Productores

¿Qué te provoca hoy?

Appetit
Comida enlatada

REDONDOS

Telefonos: 566-4235 / 566-4236 / 447-0928
e-mail: servicio@redondos.com.pe
www.redondos.com.pe

DE VENTA EN LOS PRINCIPALES AUTOSERVICIOS

Wong Metro Vivanda plaza Vea Santa Isabel

Largo aliento

Long run

Proyecto alienta rescate del tejido andino y promueve autosostenimiento en las zonas alpaqueras

Project encourages the rescue of Andean fabrics and promotes the self support of alpaca zones

“Wawakuna Awanku (niños tejendo, en quechua), es un programa que fomenta la práctica textil del uso del telar como una actividad productiva con una visión técnico empresarial”, explica Cecilia Giulfo, de la Asociación Visión Andina, que trabaja con el auspicio de la empresa arequipeña Michell y Cía.

Esta iniciativa, enmarcada en el campo de la responsabilidad social empresarial, comenzó el 2005, y tiene como principal objetivo fortalecer a los niños y ado-

El programa permite que habilidades ancestrales se mantengan y se renueven. The program allows ancestral abilities to be kept and renewed.

lescentes de las zonas alpaqueras del área de influencia de esta empresa en la generación de sus propios recursos, a través del tradicional arte del tejido.

De esta manera, el Grupo Michell propugna como visión empresarial la reivindicación de la cultura andina y el énfasis sobre la calidad del artesano en nuestro país. Precisamente, esta visión desarrollista es la que ha consolidado a Michell y Cía. como una de las empresas textiles de mayor participación en la actividad económica más gravitante de todo el sur peruano que, por lo demás, se desarrolla en armonía con el medio ambiente y, al preservar actividades ancestrales, promueve el respeto a la tradición cultural andina.

El Grupo Michell procesa actualmente tres millones de kilogramos de fibra de alpaca por año y genera trabajo para más de 120 000 familias en la zona sur del país. Pero, además de ser un actor económico importante en la zona, constituye una verdadera herramienta de desarrollo e inclusión en toda la región.

Cultura empresarial y desarrollo

A través del programa *Wawakuna Awanku*, el Grupo Michell apoya a estudiantes de primaria y de secundaria de algunas comunidades de Puno, de Huancavelica y de Arequipa, en el aprendizaje del tejido. Con estas prácticas se busca estimular la creatividad, la disciplina, la imaginación, con el propósito de conformar un marco de autoestima y de creación de herramientas para el desarrollo de la persona desde una temprana edad.

“En estos niños se cristaliza, a través del tiempo, una cultura empresarial meritocrática, por la cual la gente gana según su esfuerzo, su constancia, perseverancia, incentivando el trabajo en equipo”, destaca Giulfo, quien es la gestora del proyecto.

Pero, además, los niños y sus familias aprenden cómo vincular sus accesorios tradicionales festivos a objetos modernos de uso diario que cuentan con demanda futura en mercados internacionales.

El programa permite que estas habilidades ancestrales del tejido a telar se mantengan y se fusionen con las necesidades del mercado en artículos que, sin perder su sentido tradicional, pongan de manifiesto lo que manos infantiles de localidades remotas pueden crear con ayuda, orientación y cariño.

En tal sentido, más que la venta simbólica de sus productos terminados, en ferias y actividades benéficas, el logro más duradero se traduce en la vida de estos pequeños aprendices: una mejora en su rendimiento escolar y una mayor autoestima, convirtiéndose en modelos de cambio en sus hogares y, por lo tanto, en su comunidad.

De este modo, la política empresarial de responsabilidad e inclusión empieza a hacer realidad el anhelo de su fundador: agregar valor a la apreciada materia prima, crear fuentes de labor y posibilidades de desarrollo para el sur peruano y apoyar la preservación de una cultura con tanta solera como la andina.

“Wawakuna Awanku (children weaving in Quechua) is a program that promotes the textile practice of using the loom as a productive activity and with entrepreneur’s technical vision”, explains Cecilia Giulfo, from the Andean Vision Association, sponsored by Michell and Cía. from Arequipa.

This initiative, within the area of entrepreneurial social responsibility, started in 2005, and has as its main goal strengthen



Iniciativa tiene como objetivo fortalecer a niños y adolescentes de zonas alpaqueras en generación de sus propios recursos. Initiative that has as objective to strengthen children and adolescents of alpaca zones in order to make them generate their own resources.

children and adolescents in the alpaca zones influenced by this company in order to make them generate their own resources through the traditional weaving art.

This way, the Michell Group advocates as entrepreneurial vision the vindication of Andean culture and the emphasis on the artisan’s quality in our country. Precisely, this developing vision is the one that has consolidated Michell and Cía. like one of the textile companies with major participation in the most influential economic activity in southern Perú, in harmony with the environment and promoting Andean cultural tradition through the preservation of ancestral practices.

The Michell Group processes at present three million kilograms of alpaca fiber a year and generates jobs for more than 120 000 families in the southern zone of the country. But, besides being an important actor in the area, it is a real development

and inclusion tool in the entire region.

Entrepreneurial culture and development

Through the program Wawakuna Awanku, the Michel Group supports elementary and high school students from some communities in Puno, Huancavelica, and Arequipa, in learning weaving. These practices can stimulate creativity, discipline, and imagination with the purpose of producing self-esteem and the creation of tools for a person’s development since early age.

“In these children will crystallize, along with time, an entrepreneurial culture based on merits, through which people earn according to their effort, constancy, and perseverance, motivating teamwork,” remarks Giulfo, who is the project’s manager:

Additionally, children and their families learn how to link their festive traditional accessories to modern objects of daily use with a future

demand in international markets.

The program allows these weaving ancestral abilities to be kept and to melt with the market’s needs in items, which without losing their traditional sense, can show what children’s hands from remote places can create with support, orientation, and love.

In that sense, more than the symbolic sale of their finished items in fairs and charitable activities, the most durable achievement shown in the lives of these small apprentices is improvement on their school performance and higher self-esteem, becoming models of change in their homes and, therefore, in their communities.

This way, the responsibility and inclusion entrepreneurial policy begins to make real the hope of its founder: add value to the precious raw material, create jobs and development possibilities for the southern Perú, and support the preservation of a culture with such tradition as the Andean.

Alpacas mejoradas

Enhanced alpacas

Depurar la calidad genética de la alpaca, es el norte de una ambiciosa investigación

Purify the alpaca's genetic quality, in the goal of an ambitious research



*Mejoramiento genético busca superar limitaciones de crianza tradicional.
Genetic enhancement looks for overcoming limitations on traditional breeding.*

A pesar de ser una de las actividades económicas fundamentales en la economía del poblador del sur andino, la crianza tradicional de la alpaca en nuestro país presenta muchas limitaciones.

La posibilidad que tienen los pequeños criadores de comunidades, cooperativas y centros de acopio de la sierra de obtener alpacas mejoradas, es muy limitada, y existen pocos centros de producción de reproductores de calidad.

La introducción de reproductores es un método para iniciar un mejoramiento genético con el fin de disminuir el efecto de la excesiva endogamia en los pequeños rebaños alpaqueros, mediante la

dotación de un reproductor macho, para el refrescamiento sanguíneo.

La gran demanda de fibras de alta calidad no siempre es cubierta con la producción nacional, por lo que este proyecto se hacía necesario.

Tal el origen de un importante esfuerzo de recuperación genética que el Grupo Michell realiza en Mallkini, antigua estancia alpaquera ubicada en Puno, con un área aproximada de 3 000 metros cuadrados, donde se busca preservar las más valiosas características genéticas de la alpaca.

En este rancho de investigación genética, que cuenta con tres mil ejemplares, se realizan pruebas y ensayos destinados a



aumentar la población de alpacas y mejorar la calidad de su fibra.

Las investigaciones actuales se orientan por el trasplante de embriones, pues ha demostrado mejores resultados que la antigua práctica de la inseminación artificial.

Este aporte emprendido con la intervención de investigadores nacionales y extranjeros, que impactará en el mediano y en el largo plazo en la forma de sub-

sistencia de muchas familias alto andinas, forma parte de un plan de inversión de US\$15 000 000 que realiza la empresa arequipeña desde el 2000. Mediante el banco de reproductores se impulsa la introducción de alpacas mejoradas, así como el intercambio de los mismos entre los rebaños pequeños de crianza y de escaso nivel económico que se benefician de estas especies.

Así, la crianza de ejemplares de alta calidad se está recuperando en Puno, Cusco, Huancavelica y Arequipa.

Despite being one of the fundamental economic activities in the economy of the inhabitant of the southern Andean area, the traditional bringing up of alpacas in our country has many limitations.

The possibility that small breeders from cooperative communities and storing centers in the highlands can obtain

enhanced alpacas is very limited, and there are few production centers of quality reproducers.

The introduction of reproducers is a method to start genetic improvement in order to diminish the effect of excessive endogamy in small alpaca herds, through the provision of a male reproducer for blood's refreshment.

The large demand on high quality fibers is not always covered with national production which is why this project was necessary.

Such is the origin of an important genetic rescue effort that Michell Group is performing in Mallkini, ancient alpaca ranch located in Puno, with an approximate area of 3000 square meters, where preservation of the alpaca's most valuable genetic characteristics is looked for.

In this genetic research ranch with three

thousand animals tests and trials, to increase alpacas' population and enhance their fiber quality, are performed.

The present research is oriented to embryos' transplants, which have shown better results than the old practice of artificial insemination.

The contribution given by national and foreign researches' intervention, which will impact in the medium and long run as subsistence to many High Andean families, is part of a USD 15 000 000 investment plan that the company from Arequipa has put in action since 2000. Through the reproducers' bank, the enhancement of alpacas is introduced, as well as their exchange among small herds of low economic level that will benefit from these species.

This way the breeding of high quality animals is being recovered in Puno, Cusco, Huancavelica, and Arequipa.

*Hilamos Calidad...
... desde 1945*

*Felicidades a
Michell & Cia.
por sus exitosos 75 años
liderando el mercado de la alpaca.*

La Colonial
FÁBRICA DE HILOS S.A.

Av. Argentina 4151 - Callao - Perú • Teléfono: (51-1) 613-0200 • Fax: (51-1) 613-0229
e-mail: lacolonial@colonial.com.pe

Marcamos el Rumbo

transmec group

Carga Internacional Aérea y Marítima
Transmec Overseas Perú S.A.C.

felicitamos a:

MICHELL
The Best Peruvian Alpaca
por estos 75 años
de liderazgo

Tel: 421 - 0140
Fax: 421 - 6401
ventas@transmecperu.com
www.transmecgroup.it

Av. Rep. de Panamá 3531 - 701, Lima 27



Fibras de avanzada

Advanced fibers

Posicionamiento de prendas de fibras de alpaca y de vicuña es punto de partida para la expansión de Sol Alpaca

Alpaca's and vicuña's fiber clothing positioning is the starting point to expand Sol Alpaca

El Perú posee más del 80% de la población de camélidos (alpaca, vicuña y llama). Poseen fibras de gran calidad de significativa demanda en los mercados internacionales. Durante los últimos años, estas fibras han tenido una mayor difusión no solo en el mercado interno, sino también en el internacional.

Atendiendo a ese interés, en el 2004 se fundó Sol Alpaca, la nueva y exclusiva cadena de tiendas del Grupo Michell, que comercializa prendas de vestir elaboradas con fibra de vicuña, con la más fina alpaca y con algodón pima mercerizado. "Nuestra misión es continuar con la milenaria tradición textil peruana, produciendo prendas y accesorios de primera calidad", señala Herbert Murillo, gerente de la línea.

Sol Alpaca apunta a dos tipos de clientes: turistas nacionales y extranjeros, que pueden encontrar prendas de las líneas de colección en las tiendas *outlet* de Lima, Cuzco y Arequipa; y tiendas por departamento del exterior, que pueden solventar los altos costos de producción que demanda una línea completa de prendas. Para no dejar de lado la pequeña pero constante demanda de boutiques o tiendas pequeñas, también hay una oferta de suéteres, chalinis, estolas y abrigos que se venden en EE.UU., Alemania, Dinamarca, Australia, España e Inglaterra.

Uno de los pilares de venta, es el uso de



*Prendas elaboradas con fibra de vicuña, de alpaca y de algodón pima.
Garments made of vicuña's, alpaca's, and pima cotton's fibers.*

fibras naturales cuyo proceso de producción asegura la preservación del medio ambiente y de la naturaleza.

Perú has more than 80% of camel-like animals' population (alpaca, vicuña and llama). They possess fibers of high quality with significant demand in international markets. During the last years, these fibers have had a major diffusion not only in the local market, but also in the international one.

Bearing in mind this interest, in 2004, Sol Alpaca was founded, a new and exclusive stores chain owned by the Michell Group which commercializes clothing items made of vicuña's fiber, the finest alpaca, and mercerized pima cotton. "Our mission is to continue with the millennial textile tradition, producing clothes and garments of top quality," Herbert Murillo, line manager, points out.

Sol Alpaca aims to two types of customers: local and foreign tourists who can find garments of collection lines in the outlet shops in Lima, Cusco, and Arequipa; and department stores abroad

which are able to afford the high production costs that a complete clothing line demands. Not willing to forget the small but permanent demand from boutiques or small shops, there is also an offer of sweaters, scarves, stoles, and coats that are sold in USA, Germany, Denmark, Australia, Spain, and England.

One of the sale pillars is the use of natural fibers with a production process that ensures the environment and nature preservation.



37 AÑOS
REPRESENTANDO
MARCAS
LIDERES

VOLVO
GOODYEAR
TEXACO
Ford
HYUNDAI
MAZDA

AUTRISA, organización automotriz más grande del Sur del Perú, destacada por su constante progreso, privilegiando la calidad de sus servicios y la satisfacción de sus clientes siendo la primera empresa automotriz en haber logrado la certificación ISO 9001:2000 y 14001:2004, garantizando la calidad de sus servicios y contribuyendo a proteger nuestro medio ambiente.

AUTOMOTRIZ ANDINA S.A.
CONCESIONARIO AUTORIZADO
Av. Parra 122 Telf.: 054-222200
Arequipa



SALUDA A

MICHELL & Cia. Por sus 75 años de vida institucional y contribución a la Industria Textil Peruana

¡FELICITACIONES!!!

Franky y Ricky es una reconocida empresa arequipeña que inició sus actividades en 1949 y opera en las ramas textil y confecciones de algodón, habiendo logrado un sólido prestigio a nivel nacional e internacional por la excelente calidad de sus productos destinados mayormente a la exportación.




Actualmente F&R esta siendo evaluada para obtener la Norma de Calidad **ISO 9000**. Además de haber obtenido las siguientes Certificaciones:




La certificación SA8000 es la norma internacional de responsabilidad social que tiene como objetivo mejorar las condiciones de trabajo mediante la preocupación constante por sus trabajadores, clientes, proveedores y accionistas.

La Certificación BASC que asegura un estricto control en su proceso de modo tal que evite el traslado clandestino de contrabando, narcotráfico y terrorismo aprovechando el comercio legítimo.

La Certificación SKAL que comprende un conjunto de estándares para el procesamiento de fibras provenientes de agricultura orgánica, por lo que F&R forma parte de una importante cadena internacional de producción y comercialización a partir de Algodón Orgánico.



Química Suiza
expresa su cordial saludo a Michell, por su 75 aniversario augurándoles muchos éxitos.

Productos de Alta Tecnología para la Industria Textil

QUIMICA SUIZA
Unidad de Negocios Industrial

Apartado 3918 Lima 100 Perú
2577 Av. República de Panamá
Central Telefónica (511) 211 4000
Fax: (511) 2114050
www.quimicasuiza.com



Aplausos, en reconocimiento por un resultado maestro.

Estas son algunas de las empresas y empresarios que lograron ejecutar una magistral performance, siendo hoy los orgullosos ganadores del Premio Empresa Peruana del Año, el reconocimiento empresarial más importante del Perú.

Coca Cola Servicios de Perú • Intralot de Perú • Luz del Sur • Braedt • IMACO • Billabong Perú • Anypsa Perú • Vega Upaca • Rimac Internacional Cía. de Seguros y Reaseguros • Sodexo Perú • Corporación José R. Lindley • Promotora Opción • Filamentos Industriales • Laboratorios AC Farma • Dore Trading • Gestión Minera • Minas Arirahua • Colpex International • Fleischmann • Explomin del Perú • Sullair del Pacífico • J & V Resguardo • Llama Gas • Clínica San Pablo • Profuturo AFP • Swissôtel Lima • Boticas BTL • Kia Import Perú • Komfort • Le Cordon Bleu Peru • Amcor Pet • Perú • INIPUC • K'allma • Rosatel • Ingetrol Perú • Fitosana • Electrovia • Colaromo • Geotécnica • Textil Sydney • Perfumerías Unidas • Hacksoft • Efada Export • It Storage • LabDealer's • Ediciones Corefo • Delux Internacional • Ganadera R y LV • Noren Plast Peruana • LP Servicio Temporal • Proykta Bienes Raíces • Transgas Shipping Lines • Representaciones H de C • Corporación Triveño • 121 Relationship Marketing • Tamse Consultores Asociados • Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacifico • NALTECH • Importadora y Exportadora You Too • Asix • Evident • Equimaq • J & W Cia. • Royal Systems • ARQ STUDIO • Lucky • Praxis Comercial • Golden Perú Bus • Iasa Corporation • Redes Nitto Perú • Skillchem Peruana • PSW Peruvian Seaweeds • Grifos Espinoza • DGS • Perú • Sensormatic del Perú • Biotoscana Farma • Trefilados Peruanos • Cerámicos Peruanos • Vena Resources Inc. • Master Medic • Corporación Petrolera • Nuevo Mundo Viajes • Bucyrus International Perú • R. Berrocal • Productos Alimenticios Carter • Químicos Textiles y Auxiliares • Servicios Electrónicos Integrales • Sabre Internacional Inc. • Jardines de la Paz • SISCONT • Grupo BOXER • Banco de Cordón Umbilical del Perú • Corporación Sealer's • Grupo Thor • Procetradí • YRC Logistics • Faingold Hnos. • Tenesol Perú • Diamante Perú • Isotherm Group • Implantes Externos Peruanos • Proplast Barrera • Chem Masters del Perú • Geyer Kabel Perú • De la Piedra Consultores • Aquarius Consulting • Multident • Empresa de Transportes y Servicios Orión • Olcese Distribuciones • Informa del Perú • Corporación Las Dos Torres • Quirovida • Copa S.A. • National Car Rental • Aricsa A. R. Inmobiliaria Contratistas • Jaime Roberto de Rivero De la Jara • Fundiciones Especiales • Escuela de Estética Integral Meche Solaeche • Laboratorios Drogavet • Mercadeo Comercial • OPELUCE Clínica de Ojos • Restaurant Las Canastas • Grupo Shanoc • La Romana Pizzería • Revista Directorio Gráfico

www.premioempresaperuana.com
www.empresa-peruana.com



Retos como el calentamiento global, el efecto invernadero, la contaminación, la prevención de la salud y la importancia de crear empresas competitivas para lograr una economía de escala, son algunos de los temas que preocupan a los centros de investigación locales y, en tal sentido, ofrecen distintos programas de especialización orientados a dichos temas.

Parecería que las universidades peruanas están tomando conciencia del tipo de profesionales que el Perú y el mundo necesitan para enfrentar los retos y problemas que llegan en la maleta del tercer milenio.

La Universidad Nacional de Ingeniería, que tiene como misión capacitar a sus estudiantes en áreas tan importantes como la científica, la energética y la económica, ha lanzado una Maestría en Ciencias en Ingeniería de Petróleo y Gas

Postgrados con potencial

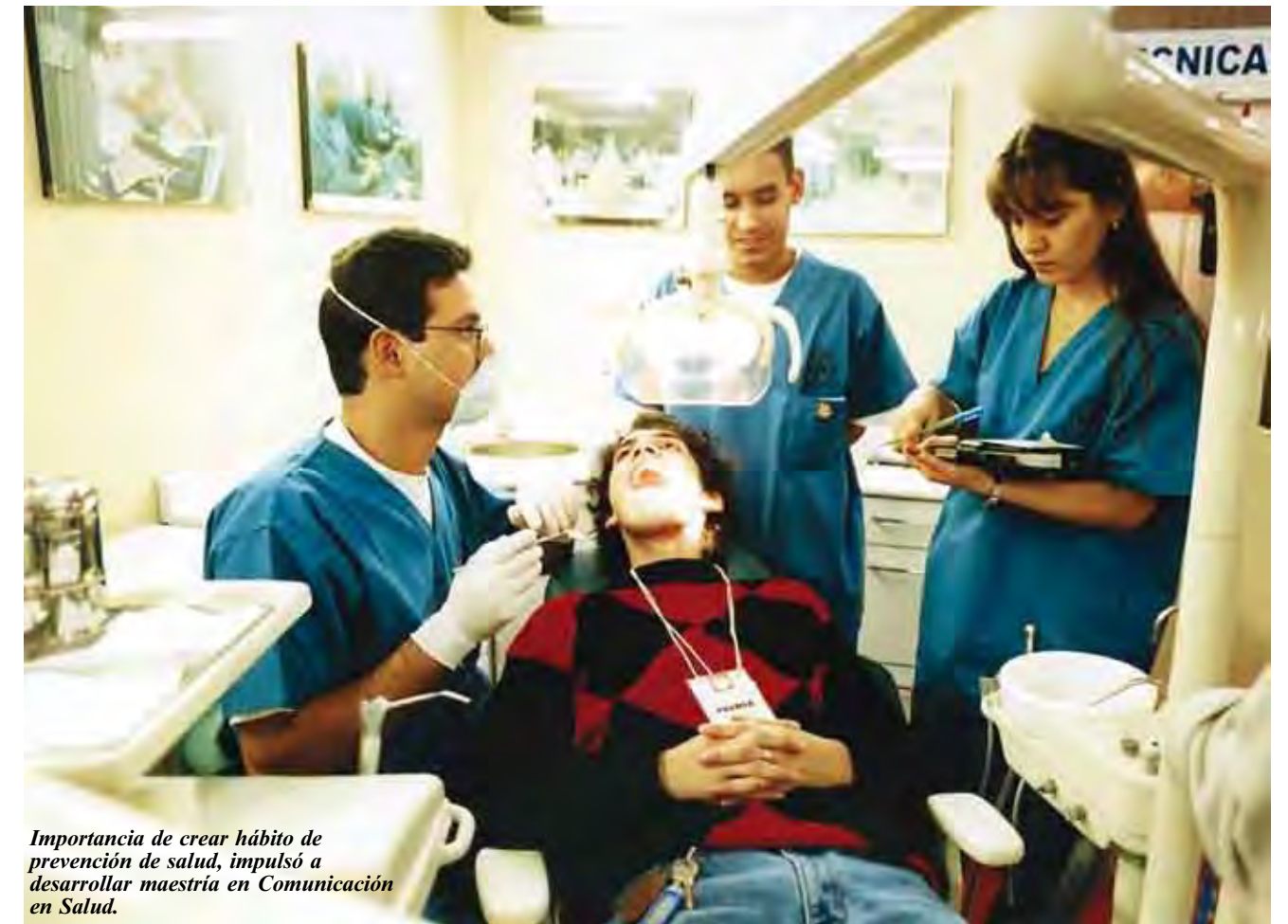
El cuidado del medio ambiente y la comunicación para la salud son dos de los temas más novedosos que ofrecen las universidades locales en materia de maestrías

Natural, recursos no renovables y fuentes de energía que, sin duda, requieren y requerirán de un proceso de extracción responsable y eficiente dirigido por profesionales de primer nivel.

De otro lado, la Pontificia Universidad Católica del Perú, ofrece la maestría de Estudios Ambientales, dictada por el

Instituto de Estudios Ambientales (IDEA-PUCP), que es la única maestría en desarrollo ambiental que vincula los aspectos humanos a la conservación y manejo del medio ambiente.

“Comenzamos con una promoción pequeña de 10 alumnos y, actualmente, contamos con un mayor número de alum-



Importancia de crear hábito de prevención de salud, impulsó a desarrollar maestría en Comunicación en Salud.

nos vinculados, de alguna manera, a los temas ambientales, sea en sus aspectos legales, sociales y de ingeniería, quienes contribuyen con el país al poder discernir entre los temas ambientales y proponer procesos y sistemas de conservación de los recursos naturales”, sostiene Ana Bozena Sabogal Dunin Borkowski, coordinadora del Área IDEA-PUCP.

Comunicadores de la salud

La importancia de crear en la población un hábito de prevención de la salud, impulsó al Consorcio de Universidades (integrado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, la Universidad del Pacífico, la Universidad de Lima y la Universidad Peruana Cayetano Heredia, las cuales actúan como centros de producción de recursos), a desarrollar la Maestría en Comunicación en Salud, con modalidad a distancia, a partir del 2006. Este programa, de alto nivel académico, responde a la necesidad de contar con un programa educativo formal que desarrolle la teoría y la práctica de la comunicación en salud a través de la integración creativa de experiencias y conocimientos interdisciplinarios, procedentes de las Ciencias de la Comunicación, las Ciencias Médicas, las Ciencias Sociales y las Ciencias de la Gestión, buscando formar profesionales capaces de dirigir proyectos, programas o intervenciones eficaces en el campo de la Comunicación en Salud en las diferentes regiones y localidades del país.

Otro programa impulsado por la PUCP y que resulta de mucho interés, sobre todo, para analizar el problema de la identidad peruana que tenemos como un país dividido, es la Maestría en Estudios Andinos, la cual está dirigida a graduados en Antropología, Arqueología, Historia, Lingüística y disciplinas afines.

Este programa se propone la formación de profesionales, docentes e investigadores del más alto nivel académico, volcados al estudio interdisciplinario de las culturas andinas antiguas y modernas, entendido como un quehacer esencial para la comprensión de aspectos medulares de la realidad histórica y social de los países andinos, y una herramienta imprescindible

para la construcción de la identidad y la conciencia cívica.

Industrias con corazón

Una de las formas de erradicar la pobreza en nuestro país y en nuestra región, es la creación de empresas e industrias que utilicen la tecnología en la mejora de sus procesos productivos, pero sin descuidar la parte humana del protagonista: el trabajador, también llamado colaborador.

Así, la PUCP ofrece la Maestría en In-

de la Universidad del Pacífico, ha creado la primera maestría en Dirección de Personas, enfocada a ejecutivos con altos estándares en servicio y orientados a la gestión de personas en las organizaciones. Quienes cuenten con un MBA, pueden obtener la segunda Maestría en Dirección de Personas siguiendo cursos de especialidad según un plan personalizado de estudios que la Escuela de Postgrado diseñará para cada participante.

Esta maestría está diseñada para desa-



Maestría en Dirección de Personas esta enfocada a ejecutivos con altos estándares en servicio.

geniería Industrial, que forma expertos que conjuguen un enfoque integral para el diseño y gestión de los sistemas productivos de bienes y servicios. La maestría busca mantener contacto directo con el sector empresarial, identificando y proponiendo soluciones a problemas concretos. También posibilita la concentración en áreas de la especialidad, ofreciendo las menciones en Gestión de Operaciones, Logística y Finanzas.

De otro lado, la Escuela de Postgrado

rollar las habilidades y los elementos conceptuales y técnicos que les permita administrar equipos, agregando valor a sus empresas a través del aporte de las personas que la integran y otorgando a dicha gestión un carácter claramente estratégico. Por ello, ofrece una visión integral de los recursos humanos, así como las herramientas y los conocimientos para elaborar una ingeniería de procesos y luego hacer un adecuado seguimiento de los resultados obtenidos.

1'200.000

personas beneficiadas

Luz para los pueblos más alejados

407 obras

de electrificación con una inversión de

S/. 775 millones de soles.

LA ELECTRIFICACION RURAL AVANZA

EL PERU AVANZA

Hertz

RENT A CAR

G & G

SERVICIOS TURISTICOS S.R.L.

AREQUIPA:
Palacio Viejo 214 - Cercado
Telfs. 282519 - 212123 - 443576
Cel. 9654505 - 9667773
E-mail: hertz-arequipa@gygrentacar.com

CUSCO:
Av. El Sol 808
Telf. (084) 248800
Cel. 9620509 - 9620510
E-mail: hertz-cusco@gygrentacar.com

LIMA:
Jr. Cantuarias 160 Miraflores
Telfs. (01)445-5716 - 447-2129
www.gygrentacar.com

Entre el mercado y la ilusión

Seguir una maestría tiene visos de ineludible exigencia profesional. Pero, ¿qué sigue después?

Por la abundancia y diversidad de la oferta, se podría decir que las maestrías están de moda. Pero, ¿son realmente útiles para abrirse camino en el cada vez más exigente mercado laboral?

A pesar de que no existen cifras específicas de la cantidad de egresados que consiguen empleo, las universidades la fomentan a través de diversos métodos, como bolsas de trabajo o los llamados foros de empleabilidad.

La Pontificia Universidad Católica del Perú, por ejemplo, brinda asesoría a entidades que trabajan con la Fundación Ford para apoyar a becarios de postgrado en su inserción en el mundo laboral; además de prestarles ayuda con la Bolsa de Trabajo, una modalidad que tiene éxito en diferentes universidades, a través de la cual diariamente se publica una serie de requerimientos realizados por diversas empresas e instituciones que buscan integrar en sus equipos a profesionales de las universidades más destacadas.

La Asociación Nacional de Rectores, ANR, reconoce que un factor que incide en la empleabilidad de los egresados de maestría es que, actualmente, las empresas modernas exigen que sus empleados sigan estudios de postgrado.

“Así como la tecnología avanza a pasos cada vez más rápidos, el trabajador moderno tiene la exigencia de estudiar una maestría muchas veces impuesta por su propio puesto de labores, un aspecto que va a incidir obviamente en la calidad profesional del trabajador, en

su empleabilidad y en la productividad de la empresa”, sostiene Iván Rodríguez, presidente de la ANR.

Convenio ejemplar

Desde el año 2003, CENTRUM Católica mantiene con DBM un convenio de cooperación interinstitucional para la eje-

“Los programas proporcionados por DBM se realizan mediante conferencias, talleres, conversatorios y asesoría personalizada.

Esta consultora cuenta con una oficina dentro del campus de CENTRUM Católica, para la atención exclusiva de los

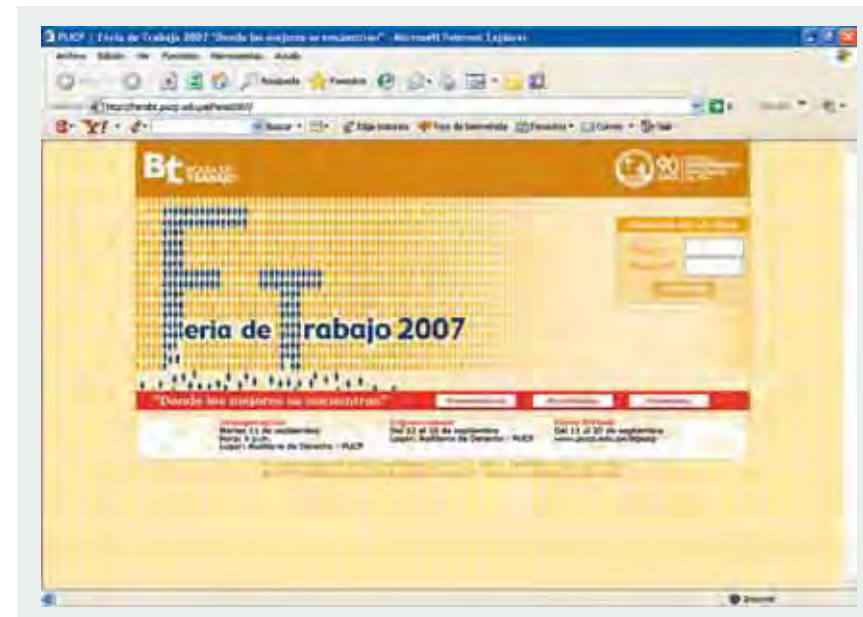


Trabajador moderno tiene exigencia de estudiar maestría, muchas veces impuesta por su puesto de labores, sostiene presidente de la ANR, Dr. Iván Rodríguez.

cución de programas de Administración de Carrera y de Apoyo a la Reubicación Laboral a todos los alumnos de los programas de Doctorado, Maestría, PBA y Diplomados Empresariales, cuya duración sea de doce meses o más.

antiguos y nuevos alumnos de este centro de negocios.

Asimismo, CENTRUM Católica pone a disposición de sus alumnos y graduados, la Bolsa de Trabajo. “Actualmente, pode-



Universidades fomentan empleabilidad de sus maestrías a través de bolsas de trabajo o foros de empleabilidad.

mos decir que el 98% de los alumnos y graduados de CENTRUM Católica se encuentran trabajando”, señala Leo Pereyra, director de Relaciones Interinstitucionales

de Centrum Católica. La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, UPC, promueve los foros de empleabilidad, que son espacios diseñados para que los egresados

de las maestrías puedan conocer los requerimientos reales del mercado laboral actual, desde el punto de vista del reclutador y de la empresa. “En estos foros se presentan ambas visiones y las competencias que el mercado actual exige. De esta manera, el egresado puede conocer cuáles son sus fortalezas y sus debilidades frente al mercado y realizar los cambios necesarios que el mercado exige”, sostiene Claudia Cabrera del Foro de Empleabilidad de la UPC.

Otro innovador servicio que ofrece la UPC a sus egresados de postgrado, es el acceso a diversas opciones laborales a través del *Placement Center*. “Este servicio está diseñado para que nuestros egresados cuenten con la conexión a una sólida red de contactos en empresas y consultoras de primer nivel. Para ello, nuestros egresados cuentan con bolsas de trabajo, foros de empleabilidad y ferias en las que se abordan temas de marketing personal y se aborda el perfil que las empresas y las principales consultoras requieren”, finaliza Cabrera.

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
Escuela de Post Grado
La visión del conocimiento que te lleva al éxito

Nuestro último galardón fue el Premio al Mérito Nacional “LOS MEJORES DEL PERÚ 2006”, con la distinción Medalla de Oro, Birrete de Plata y Diploma de honor, por haber sido elegida LA MEJOR ESCUELA DE POST GRADO DEL SUR DEL PAÍS, AÑO 2006.

MAESTRÍAS:

- Administración y Dirección de Empresas
- Docencia Universitaria y Gestión Educativa
- Docencia y Gestión Educativa
- Derecho:
 - Derecho Constitucional
 - Con Mención en Ciencias Penales
 - Con Mención en Derecho Civil y Comercial
- Informática
- Ingeniería Civil con Mención en:
 - Geotecnia
 - Transportes
- Contabilidad con Mención en Auditoría
- Enfermería
- Psicopedagogía
- Fisiopatología
- Infectología con Mención en:
 - Microbiología
 - Parasitología

DOCTORADOS:

- Doctorado en Dirección y Administración de Empresas
- Doctorado en Educación con Mención en Gestión Educativa
- Doctorado en Derecho

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
Rectorado: Av. Bolognesi N° 1177
Telf.: 052 - 415851 / 052-457445
Campus Capanique: Pocolay
052-243379 / 052-243380 / 052- 243381

ESCUELA DE POST GRADO - UPT
Av. Bolognesi N° 1924 • Telefax 052-242676
e-mail: postgrado@upt.edu.pe
http://espg.upt.edu.pe/
www.upt.edu.pe



Álvaro Pava Camelo, Embajador de Colombia; Luis González Posada, presidente del Congreso; Clara Torres de Pava; Jorge Del Castillo, jefe del Gabinete Ministerial, e Ismael Ramírez, agregado comercial de Colombia.

Clara Torres de Pava, Álvaro Pava Camelo, María Fernanda Castaño, Juan Camilo Lema, Ángela Taborda, Presidente Alan García, Paula de Ramírez e Ismael Ramírez.



ANIVERSARIO DE COLOMBIA

En la recepción por el Día de su Independencia, que organizó la Embajada de Colombia en la residencia de su embajador, posan para EXPORTAR:



GEOKINETICS EN EL PERÚ

El SWISSOTEL fue escenario del lanzamiento de Geokinetics del Perú. En el que participaron Augusto Yáñez, Narciso Chiquillo, Jim White, Lee Bell y Luis Viertel.

SANIDAD ALPAQUERA

INCAGRO y la Unidad de Biotecnología Molecular de la Facultad de Ciencias y Filosofía de la Universidad Peruana Cayetano Heredia organizaron el taller Inmunodiagnóstico de enfermedades parasitarias en Alpacas. En la clausura del evento, estuvieron Patricia Herrera de la UPCH, Marilú Chahua de SPAR, Hugo Wiener de INCAGRO, José Espinoza del SENASA, María Paz Montoya de INCAGRO, Olga Timoteo de la UPCH y Nicasio Valencia de CIDCS-Lachocc-UNH.



XXVII CONVENCIÓN MINERA

En el marco de la 28 Convención Minera y con la presencia de Juan Carlos Huyhua, presidente de comité organizador de Infomina 2008; Juan Herrera, presidente del IIMP, y Gustavo Luyo, director del IIMP. El Instituto de Ingenieros de Minas del Perú presentó la versión VII de Infomina, Simposium Internacional, que se realizará en setiembre del próximo año.



HONORIS CAUSA EN LA ANR

En los salones de la ANR, la Universidad Alas Peruanas declaró doctor honoris causa al ingeniero Francisco Delgado De la Flor. El homenajeado aparece al lado de la doctora Luz Áurea Sáenz, decana del Colegio de Abogados de Lima, y de Fidel Ramírez, rector de la Universidad Alas Peruanas.

EXPORTAR, también, participó en la X EXTEMIN realizada en Arequipa. En el stand número 3 de Expomedios, aparecen Genoveva Llaque, gerente de publicidad y RR.PP., y Ana González, nuestra representante en la Ciudad Blanca.



REVISTA DE ARTES Y LETRAS

Nuevamente, está en circulación MARTIN, la revista cultural de la Universidad de San Martín de Porres. En la presentación del número 16, estuvieron el poeta Alejandro Romualdo; Guillermo Thorndike, director editorial de la revista; Juan de la Puente, director del Fondo Editorial USMP; Hildebrando Pérez, director académico de la revista, y el poeta Carlos Germán Belli.



EXPOESTADÍSTICAS

Destino europeo

European destination

En los últimos diez años, las exportaciones de los países que integran la CAN hacia la UE se incrementaron notablemente, pasando de US\$ 5 753 millones, en 1997, a US\$ 9 499 millones, en 2006 (incluyendo Venezuela).

En el caso de Perú, el crecimiento fue más notorio y casi se triplicó. En 1997, se exportó por US\$ 1 680 millones. En

2006, por US\$ 4 559 millones.

En cuanto a importaciones, en 1997 la CAN le compró a la UE bienes y servicios por US\$ 5 388 millones; mientras que en 2006, hizo lo propio por US\$ 7 326 millones.

Por su parte, Perú importó productos de la UE por US\$ 1 357 millones en 1997 y en 2006 lo hizo por US\$ 2 461.

In the last ten years, exports from countries that are part of CAN to the UE have increased in a notable way, going from USD 5 753 million in 1997

to USD 9 499 million in 2006.

In Perú's case, the increase has been more notable and almost triple. In 1997, exports were USD 1 680 million. In 2006 they were USD 4 559 million.

Regarding imports, in 1997 CAN bought to the UE goods and services for USD 5 388 million; while in 2006 (including Venezuela) imports were USD 7 326 million.

Peru imported products from the UE for USD 1 357 million in 1997, and in 2006 imports were USD 2 461 million.

Exportaciones e Importaciones de los Países de la CAN con la UE (Millones de dólares)										
Imports and Exports from Countries of the CAN with the UE (Millions of Dollars)										
Pais / Country	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006 P/
EXPORTACIONES FOB / FOB EXPORTS										
Comunidad Andina / Andean community	5,753	4,996	4,611	4,112	4,411	4,502	5,285	6,433	7,061	9,499
Bolivia	315	312	290	252	141	65	78	110	104	167
Colombia	2,684	2,512	1,945	1,762	1,744	1,654	1,889	2,327	2,738	3,340
Ecuador	1,074	904	823	620	625	775	1,020	893	1,273	1,433
Perú	1,680	1,268	1,553	1,477	1,902	2,007	2,298	3,103	2,946	4,559
IMPORTACIONES CIF / CIF IMPORTS										
Comunidad Andina / Andean community	5,388	5,544	3,640	3,685	4,165	3,976	4,274	4,672	5,976	7,326
Bolivia	282	341	235	226	163	143	131	151	224	262
Colombia	2,914	3,036	1,954	1,987	2,251	1,875	2,127	2,349	2,933	3,479
Ecuador	835	817	402	448	557	946	850	896	1,078	1,124
Perú	1,357	1,349	1,049	1,044	1,065	1,012	1,166	1,275	1,741	2,461
INTERCAMBIO COMERCIAL / COMMERCIAL EXCHANGE										
Comunidad Andina / Andean community	11,141	10,540	8,251	7,797	8,577	8,478	9,559	11,105	13,037	16,825
Bolivia	597	654	525	478	304	209	209	261	328	429
Colombia	5,597	5,548	3,899	3,729	3,995	3,529	4,015	4,677	5,671	6,819
Ecuador	1,909	1,721	1,224	1,068	1,311	1,721	1,871	1,789	2,350	2,557
Perú	3,037	2,617	2,603	2,521	2,967	3,020	3,464	4,376	4,887	7,020
BALANZA COMERCIAL FOB-CIF / FOB - CIF COMMERCIAL BALANCE										
Comunidad Andina / Andean community	365	-548	971	-427	246	526	1,011	1,761	1,085	2,173
Bolivia	32	-29	55	26	-22	-78	-52	-42	-120	-94
Colombia	-230	-324	-9	-205	-507	-220	-236	-22	-195	-139
Ecuador	240	86	421	173	-62	-171	170	-3	195	309
Perú	323	-81	504	-433	838	995	1,132	1,828	1,205	2,088

P/ Cifras preliminares / P/ Preliminary figures

FUENTE: COMUNIDAD ANDINA, Secretaría General, Sistema Integrado de Comercio Exterior, Decisión 511, SICEXT

Source: Andean Community, General Secretariat, Foreign Commerce Integrated System, Decision 511, SICEXT

ELABORACIÓN: COMUNIDAD ANDINA, Secretaría General, Oficina de Estadística

Elaboración: Andean Community, General Secretariat, Statistics Office

Semana del
XII Comercio
SCE Exterior **ADEX**

DEL 17 AL 19 DE OCTUBRE DE 2007
CENTRO DE CONVENCIONES JOCKEY PLAZA
LIMA - PERÚ

Exhiba sus productos y servicios en
el evento más importante de Comercio Exterior.

- ✓ Convocatoria proyectada de más de 15,000 empresarios.
- ✓ 6 Ferias Especializadas, seminarios, exposiciones, ruedas de negocios y más.
- ✓ Más de 6,000 m² de área de exhibición.
- ✓ Más de 200 expositores representativos del sector.
- ✓ Más de 12 años de exitosa experiencia.
- ✓ Tarifas especiales y pagos fraccionados.

¡Adquiera su stand!

www.adexperu.org.pe/sce2007



Sede del Evento
centro de convenciones
jockey plaza

Impulsando
nuestras
exportaciones

Organiza:

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Patrocina:

Interbank

Auspician:

Frio
Aéreo

NEPTUNIA

COFIDE

TRAMARSA

NEXTEL

ExportaFacil

FOGAPI
EXPORTADOR

Scharff

Meliá Lima

Informes e inscripciones:

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Tel: (51-1) 618-3333 (3362)/(3363)/(3408) Fax: (51-1) 618-3345

E-mail: eventos@adexperu.org.pe / eventos1@adexperu.org.pe



DESCUBRE...LOS SEGRETOS DE NUESTRO CHEF.
NUESTRA EXCLUSIVA CARTA DE VINOS. EL ENCANTO DE NUESTRO HOTEL.



CALLE LOS EUCALIPTOS 352, SAN PEDRO. TELÉFONO: 5111 218 9613. [AYR@DELPHINSHOTEL.COM.PE](mailto:ayr@delphinshotel.com.pe) WWW.DELPHINSHOTEL.COM

