ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Perú exporta

Edición especial N° 417
SEPTIEMBRE - OCTUBRE

PERÚ PIERDE LA CARRERA POR LA COMPETITIVIDAD

Y ve su capacidad exportadora afectada P. 10-15

- **ADEX PRESENTA PROPUESTAS A SUNAT**
  Para no perjudicar a empresas formales frente a operaciones no reales P. 18
- **LA IMPORTANCIA DE SER UN BUEN EMPLEADOR**
  Buenas prácticas laborales P. 34
- **PROMULGACIÓN DE NORMA QUE AMPLIA LEY AGRARIA NO DEBE ESPERAR**
  Permitirá despejar incertidumbre en el sector P. 37

Conquista el mundo a tu manera, EXPORTA

ADEX | INSTITUTO

▪ NUESTRAS CARRERAS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

LOGÍSTICA INTERNACIONAL

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Hasta

20%

DE DESCUENTO

- para asociados ADEX* -

VISÍTANOS EN

instituto.adex.pe

INSCRIPCIONES ABIERTAS

(*) Descuentos según categoría, válido campaña 2020-I

INFORMES

618-3366

997-532-059 / 993-501-655

admision.instituto@adexperu.org.pe

instituto.adex.pe

Av. Javier Prado Este N° 2875, San Borja

ANUNCIA EN NUESTRA REVISTA

Perú exporta

CONECTA MERCADOS, PROMUEVE NEGOCIOS

ADEX

Anuncia en Perú Exporta, la revista de la Asociación de Exportadores, con más de 40 años difundiendo la agenda del sector exportador y analizando la economía nacional e internacional.

Publicidad: 618 - 3333 ext. 5417

cdelosrios@adexperu.org.pe

Perú exporta

Av. Javier Prado Este 2875 • San Borja • Lima, Perú
Teléfono: (01) 6183333 Anexos: 5102 y 5103
www.adexperu.org.pe

Erik Fischer Llanos
Presidente de la Asociación de Exportadores ADEX

Javier Villanueva Nehmad
Gerente General (e)

Consejo Editorial
Erik Fischer Llanos
Juan Arriola Colmenares
Javier Villanueva Nehmad
Carlos González Mendoza
Doménica Castañeda Haro

Edición General
Rosa L. Chávez V.

Redactores
Anthony Apaza C.
Francisca Huamaní Q.
Jaime Flores P.
Jean Hillpha R.
Lucía Pareja L.

Analistas
Nancy Arrelucé R.
Carlos Adriano P.
Rocio Valdiviezo Ch.
Lizbeth Pumasunco R.

Fotografía
Archivo ADEX

Para Contactos
Contenidos:
Teléfono: (01)6183333
Anexo: 5103
prensa3@adexperu.org.pe
997975453

Jefa de Ventas Gremio
Claudia Tapia F.

Publicidad y Ventas
Canny de los Ríos R.
967740200
Teléfono: (01) 6183333 Anexo: 5417
cdelosrios@adexperu.org.pe
publicidadrevista@adexperu.org.pe

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Se prohíbe la reproducción total o parcial de los artículos periodísticos o fotografías de la presente edición sin autorización escrita de ADEX. Se precisa que los artículos firmados son de responsabilidad de sus autores. ADEX no se responsabiliza necesariamente con el contenido de los suplementos, informes comerciales, columnas de opinión y avisos publicitarios.

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA
NACIONAL DEL PERÚ N.° 2003 – 0870

CONSEJO DIRECTIVO 2019 - 2021

CONSEJO EJECUTIVO 2019-2021

Presidente
Erik Fischer Llanos

1er. Vicepresidente
Juan Arriola Colmenares

2do. Vicepresidente
Julio Pérez Alván

Tesorero
Luz María Janampa Mendoza

Secretario
Arón Prado León

Vocales
Miguel Caillaux Zazzali
César Tello Ramírez

Past Presidente
Juan Varilias Velásquez

COMISIÓN REVISORA DE CUENTAS
Carlos Penny Bidegaray
Javier Martínez Briceño
Liz Soto Luna

COMITÉS

AGROEXPORTACIONES
Agroindustrias, Alimentos y Bebidas:
Doryan Zea Valenzuela
Amanda Gallegos Inquiltupa

Agropecuario:
Liz Soto Luna
Gustavo Contreras Castro

Café y otros Granos:
José Marín Ludeña
Esther Paredes Cáceres

Capsicum:
Renzo Gómez Moreno
Walter Seras Pacheco

Colorantes y Extractos Naturales:
Ruy Elías Estrada
Daniel Nakamura Kato

Flores:
Piero Vittorelli Ghiglino
Alfredo Letts Piedra

Frutas y Hortalizas:
Jorge Ramírez Rubio
Alan Miranda Carbajal

Menestras y otros Granos:
Gustavo Pereda Hamann
Jorge Picasso Clarke

Productos Naturales:
Alejandra Velazco Muñoz
Carlos Álvaro Hinostroza

Pisco:
Johnny Schuler Rauch
Carmen Robatty de Moquillaza

MANUFACTURAS
Artesanía:
Orlando Vásquez Buenaño
Rubén Berrocal Ruiz

Confecciones:
César Tello Ramírez
Antonio Abusada Novotny

Joyería y Orfebrería:
Rocío Mantilla Goyzueta
Herbert Meza Cáceda

Manufacturas:
Jorge Shute Álvarez
Hugo Yallico Buleje

Metalmecánico:
Manuel Alfaro Salmón
Martín Majluf Brahim

Químico:
Juan Arriola Colmenares
Gabriel Apestegui Castro

Textil:
Carlos Penny Bidegaray
Elizabeth Reyes Tello

SERVICIOS E INDUSTRIAS EXTRACTIVAS
Comercio e Importaciones:
Edgardo Carbonel Cavero
Claudio Salazar Lock

Envases, Embalajes y Productos del Papel:
Miguel Franco Rojas
Patricio Luzanto Araya

Madera e Industrias de la Madera:
Erik Fischer Llanos
Luis Toledo Gonzáles Polar

Minas, Canteras e Industrias Conexas:
Gonzalo Roselló Puga
Juan Ballen Roselló

Pesca y Acuicultura:
Elie Barsimantov Diez
Michael Patzl Trelles

Servicios al Comercio Exterior:
Rafael Del Campo Quintana
Eduardo León Legendre

EXPRESIDENTES
Gonzalo Raffo Uzátegui †
Alejandro Tabini Fernández D. †
Jorge Licetti Conicia †
James Mc Donald Checa †
Boris Romero Accinelli
Gonzalo Garland Iturralde †
Ricardo Vega Llona
Roberto Persivale Serrano †
Gastón Benza Pflucker
Eduardo Mc Bride Quiroz
Juan E. Pendavis Perales
Carlos Bruce Montes de Oca
Carlos Castro Rodríguez
Víctor Miyagusuku Miragusuku (e)
Alfonso Velásquez Tuesta
John Stenning Orellana †
Luis G. Vega Monteferri
José Luis Silva Martinot
Juan Varilias Velásquez
Eduardo Amorrortu Velayos

CONTENIDO

IMPACTO ECONÓMICO

10
ADEX PIDE RESTITUCIÓN DEL *DRAWBACK* A 5%

12
EXPORTACIONES EN FASE DECRECIENTE

14
HORAS CRUCIALES PARA LA COMPETITIVIDAD

16
MÁS ATENCIÓN A LAS MIPYMES

18
ADEX PRESENTA PROPUESTAS A LA SUNAT

20
11° EXPOALIMENTARIA, UN ONCE GANADOR

PERÚ COMPITE

24
PALTA: 'ORO VERDE' QUE DESLUMBRA AL MUNDO

26
ESFUERZO COMPARTIDO PARA FACILITAR COMERCIALIZACIÓN DE MADERA

28
TEJEDORAS ARTESANALES, EL PODER EN SUS MANOS

30
PESCA. CERTIFICACIÓN A LOS PROCESOS DE LA CADENA PRODUCTIVA

32
PISCO: ORGULLO PERUANO

34
LA IMPORTANCIA DE SER UN BUEN EMPLEADOR

37
PROMULGACIÓN DE NORMA QUE AMPLIA LEY AGRARIA NO DEBE ESPERAR

38
COSMÉTICA. MIGRANDO HACIA UN MUNDO ORGÁNICO

LECCIONES

40
PROBLEMAS AL CALCULAR LA DEMANDA POTENCIAL DE OTROS PAÍSES

EN EXCLUSIVA

42
Embajador de Israel en Perú, Asaf Ichilevich
PERÚ E ISRAEL TIENEN ECONOMÍAS QUE SE COMPLEMENTAN

GUÍA EXPORTADORA

45
EMPRESAS DEBERÁN REALIZAR DECLARACIÓN DE BENEFICIARIO FINAL

46
Con Fondos no reembolsables de Innóvate Perú
CRECER EN EL EXTERIOR

48
TECNOLOGÍA: GRAN MOTOR DE LA AGRICULTURA

INFORME ESPECIAL

50
Jefe del Senasa, Miguel Quevedo Valle
"ESTE AÑO SE CONSIGUIÓ EL INGRESO DE CINCO PRODUCTOS VEGETALES"

MUNDO ADEX

54
FERIA EXPOALIMENTARIA FUE UN ÉXITO

EN CIFRAS

58
RANKING DE EMPRESAS EXPORTADORAS NO TRADICIONALES

DE EXPORTACIÓN

59
NOTAS DE EMPRESAS ASOCIADAS

Erik Fischer Llanos
Presidente

SEMBRAR HOY PARA COSECHAR MAÑANA

Recientemente, los diarios daban cuenta de la declaración de un director del Banco Central de Reserva en el sentido que "el milagro económico peruano llegó a su fin". El anuncio no deja de ser preocupante porque siempre hemos dicho que la solidez de la economía peruana es a toda prueba frente a los problemas políticos. Hoy pareciera que ya no lo es.

¿Cómo es posible esto?, ¿acaso no basta superar los problemas políticos para que se reanimen las inversiones y exportar más? Los despachos de hoy son el resultado de la producción lograda bajo las condiciones productivas actuales. Pero, las futuras exportaciones dependen de las inversiones de hoy para producir en condiciones más competitivas mañana.

El punto es que hoy nuestros envíos están desacelerándose (con serios pronósticos de una caída), entre varias razones porque la inversión en minería y agro que debieron hacerse 'ayer' se pospusieron o se cancelaron.

Las razones por las que no se invirtió ayer -y probablemente no se invierta mañana- son básicamente dos: primero, el clima político y social desdibujó el horizonte no permitiéndonos anticipar lo que sucederá mañana y, segundo, las inversiones y las reformas necesarias para hacer más competitivo al país se detuvieron hace varios años.

En esa secuencia temporal, si hoy logramos el orden institucional que necesitamos, mañana se harán las inversiones en competitividad, pasado mañana volverán las inversiones productivas y posteriormente empezaremos a tener una nueva oferta exportable diversa y competitiva.

En palabras más simples, si tenemos cinco años creciendo a una tasa promedio de 3% y no mejoramos ese crecimiento en los siguientes tres, Perú dejará de ser el milagro económico.

La esperanza de una recuperación más rápida descansa en el empresario que ya invirtió y que no renuncia a su vocación porque persiste en producir, vender, ganar nuevos mercados aun en las condiciones actuales.

Si a esta esperanza le sumamos una acción decidida del Gobierno para abordar un sinnúmero de problemas que nos restan competitividad pero que pueden resolverse de manera relativamente rápida, entonces, podemos lograr un crecimiento más alto en el corto plazo.

Este campo de trabajo inmediato tiene nombre propio: Sunat, Sunad, Sunafil, Senasa, Digesa, Digemid, Sanipes, INIA, entre otras, sin olvidar las municipalidades.

Punto importante es el trabajo en conjunto entre sector público y privado para la elaboración de políticas públicas en favor del desarrollo del país. Un ejemplo es la Mesa Ejecutiva para el Desarrollo del Sector Forestal, donde se logró fortalecer las acciones de control de los gobiernos regionales y del Osinfor a través de la asignación de recursos, se logró modificar la ley de manera que permita el acceso al bosque para el aprovechamiento forestal sostenible, entre otros.

Si tan solo pudiéramos establecer mesas ejecutivas de trabajo especializadas, podríamos lograr un trabajo público-privado muy positivo y efectivo a la vez, de modo que, antes que termine el año, ya podríamos ver señales claras de mejora en las condiciones del entorno. Empecemos a mirar la salida para hacer posible un nuevo milagro económico.

ADEX

ADEX
Data Trade

SISTEMA DE INTELIGENCIA COMERCIAL
QUE BRINDA LA MÁS COMPLETA INFORMACIÓN
DE COMERCIO EXTERIOR DEL PERÚ CON EL MUNDO.

BENEFICIOS:

- Estadística para el análisis y gestión de los mercados internacionales
- Información por países de destino, regionales y continentes
- Montos y volúmenes de exportación
- Rankings automatizados
- Reportes, estudios de mercados y boletines sectoriales
- Capacitaciones y asesoría personalizada

Solicita usuario de prueba:
www.adexdatatrade.com

Informes: 618 3333 ext 5404 sac1@adexperu.org.pe

ADEX PIDE RESTITUCIÓN DEL *DRAWBACK* A 5%

Las exportaciones anuales (julio 2017-junio del 2018) alcanzaron los US$ 48 mil 781 millones luego de lo cual iniciaron un nuevo ciclo descendente. Las no tradicionales sugieren un acercamiento a un punto máximo histórico (US$ 13 mil 675 millones en 2019), pero las tradicionales, que representan el 75% del total, cerrarían en rojo.

Un análisis del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX detalló que a excepción de la pesca para Consumo Humano Directo, los otros subsectores están o se acercan a una zona de contracción: minería, agro y petróleo y gas natural (primarios); y la siderometalurgia, textil, metalmecánica, minería no metálica, madera y varios (con valor agregado).

Las exportaciones textiles cerraron enero-septiembre con una caída de -11.6%.

Competitividad en el país

En opinión del presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Erik Fischer Llanos, esta situación se debe a factores exógenos e internos. “hemos perdido competitividad y eso está afectando nuestra capacidad exportadora. Como la mejora es un proceso de largo plazo (con metas hasta el 2035) por una cuestión elemental de *timing*, las exportaciones no mejorarán su performance en el corto plazo”, dijo.

Según el *Doing Business*, el año pasado se batió el record mundial de reformas económicas. Es decir, mientras otros países están en plena carrera para impulsar cambios, Perú está paralizado por la crisis política y la corrupción. La pérdida sostenida de competitividad se evidenció en el último ranking del World Economic Forum (ver P. 14) en el que Perú retrocedió dos posiciones (del 63 al 65).

En ese sentido, Fischer insistió en la necesidad de incrementar la tasa del *Drawback* a 5% mientras Perú enfrente serios problemas de competitividad. “La corrupción paralizó la agenda económica por varios años, los exportadores necesitan un shock de confianza y la ejecución de las medidas anunciadas en el marco del plan de trabajo del gobierno al 2021”, dijo.

Consideró que solo las reformas estructurales permitirán que Perú mejore sus indicadores de competitividad por lo que -apuntó- cobra especial relevancia la inmediata ejecución del Plan Nacional de Competitividad y Productividad y el Plan Nacional de Infraestructura.

El dato

Si se analizan las cifras de los despachos nacionales entre 2013 y 2018, se observa que las manufacturas de alta tecnología no solo tienen una mínima participación (0.4% del total), sino que inclusive cayeron de US$ 183 millones a US$ 179 millones (2013-2018).

TERMÓMETRO EXPORTADOR

SECTOR	2019											
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
Var.% anual suma móvil 12 meses												
TOTAL	6.0%	5.5%	2.4%	0.8%	-1.9%	-4.3%	-5.7%	-6.4%	-6.1%	-6.2%	-5.9%	-5.4%
TOTAL TRADICIONAL	3.7%	3.8%	0.0%	-1.5%	-4.5%	-7.5%	-9.5%	-10.0%	-9.6%	-9.5%	-9.2%	-8.7%
AGRO TRADICIONAL	-6.7%	-8.3%	-8.0%	-7.4%	-6.8%	-8.1%	-4.0%	-4.8%	-2.5%	-5.7%	-3.7%	-1.7%
PESCA TRADICIONAL	30.6%	49.6%	55.4%	67.1%	37.0%	23.8%	17.2%	1.7%	-4.0%	0.0%	4.6%	4.1%
PETROLEO Y GAS NATURAL	11.7%	14.6%	9.6%	7.0%	2.7%	-5.3%	-11.2%	-12.7%	-18.2%	-21.2%	-22.2%	-22.2%
MINERIA TRADICIONAL	1.4%	0.2%	-4.0%	-5.9%	-7.7%	-9.5%	-11.0%	-10.4%	-9.0%	-8.5%	-8.3%	-7.8%
TOTAL NO TRADICIONAL	12.2%	10.3%	9.3%	7.1%	5.4%	4.5%	5.2%	3.5%	3.3%	2.7%	2.6%	3.2%
AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAS	14.0%	11.9%	10.6%	9.1%	8.0%	8.9%	10.8%	7.8%	6.6%	5.6%	5.1%	4.6%
TEXTIL	12.0%	9.3%	8.2%	5.1%	-1.3%	-4.7%	-6.7%	-10.3%	-11.1%	-13.6%	-13.1%	-10.6%
PRENDAS DE VESTIR	10.7%	10.9%	10.2%	8.6%	9.7%	8.0%	9.3%	6.5%	4.5%	2.5%	2.3%	1.9%
PESCA	27.5%	30.2%	33.7%	30.6%	19.5%	13.4%	9.4%	10.3%	11.9%	12.4%	13.4%	18.4%
METAL - MECANICO	9.2%	6.0%	3.9%	1.6%	3.2%	-0.1%	-0.6%	-0.7%	-0.8%	-1.3%	-0.3%	-2.3%
QUIMICO	11.1%	7.5%	7.2%	4.1%	3.2%	3.2%	3.6%	2.7%	3.2%	1.7%	1.2%	2.7%
SIDERURGICO Y METALURGICO	2.7%	-2.7%	-6.6%	-10.3%	-11.8%	-14.2%	-13.7%	-13.0%	-9.0%	-8.0%	-6.8%	-4.8%
MINERIA NO METALICA	6.1%	6.1%	1.9%	-1.3%	0.6%	1.4%	0.7%	0.3%	-2.4%	-0.9%	-1.9%	-2.9%
MADERAS	6.5%	2.7%	5.4%	0.1%	-0.9%	0.6%	2.1%	-0.3%	3.0%	-0.1%	-0.1%	-1.1%
VARIOS	0.8%	1.3%	2.3%	2.1%	1.0%	-1.5%	0.3%	-2.6%	-3.7%	-4.7%	-4.7%	-3.2%

> 10%	5% > < 10%	0% > < 5%	< 0%

* PROYECCIONES

Fuente: Sunat-ADT
Elaboración: CIEN-ADEX

Cerraron enero-septiembre en rojo

EXPORTACIONES EN FASE DECRECIENTE

¿El menor crecimiento de la economía y la caída de las exportaciones a septiembre son indicadores que el milagro económico peruano llegó a su fin? ¿La situación política y la demora en impulsar medidas estructurales le están pasando factura al país? Aparentemente si, por lo que hoy más que nunca se necesita una respuesta inmediata del Gobierno con medidas de corto, mediano y largo plazo.

Según el presidente del Banco Central de Reserva (BCR), Julio Velarde, el Producto Bruto Interno (PBI) en septiembre último sería menor al del mismo mes del año pasado debido a la desaceleración del sector minero y la inversión pública. Habría crecido entre en 2.5% y 3%.

La Asociación de Exportadores (ADEX) informó que entre enero y septiembre las exportaciones peruanas sumaron US$ 33 mil 374 millones, lo que representó una contracción de -5.4% en comparación con el mismo periodo del 2018 y originando preocupación en el sector por un posible cierre anual negativo.

Las cifras dejan en claro la necesidad de una pronta reacción del Gobierno con el incremento del *Drawback* (P. 10), ampliación de la Ley 27360 (P. 37), reducción de sobrecostos logísticos, fortalecimiento de las Mesas Ejecutivas Sectoriales (identificación de obstáculos por

sectores y de las entidades que deben gestionar la solución), medidas tributarias para orientar la fiscalización hacia la formalización y otros.

MUCHO OJO

El Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX detalló que entre el 2013 y 2018 las exportaciones no tradicionales se incrementaron en US$ 2 mil 164 millones (variación de 3.6% promedio anual). El desarrollo de nuevos productos explicó un incremento de $1,509 millones y la apertura de nuevos mercados US$ 20 millones, es decir, el 70% del crecimiento se debe a la diversificación de productos y solo el 0.9% a la de mercados.

Dentro de los países de América Latina (cifras enero-agosto), Perú fue el segundo en presentar el mayor retroceso (-7.2%), después de Chile (-7.4%).

Exportaciones

Los despachos tradicionales (US$ 23 mil 412 millones) cayeron -9.4%: Petróleo y gas natural fue el que más se redujo (-25%), seguido de pesca (-10.1%) y minería (-7.6%). Los productos primarios que sufrieron una contracción en sus envíos fueron el cobre, oro, harina de pescado, cinc, plomo, hierro y gasolina. Solo el agro tradicional mostró un alza de 9.1%.

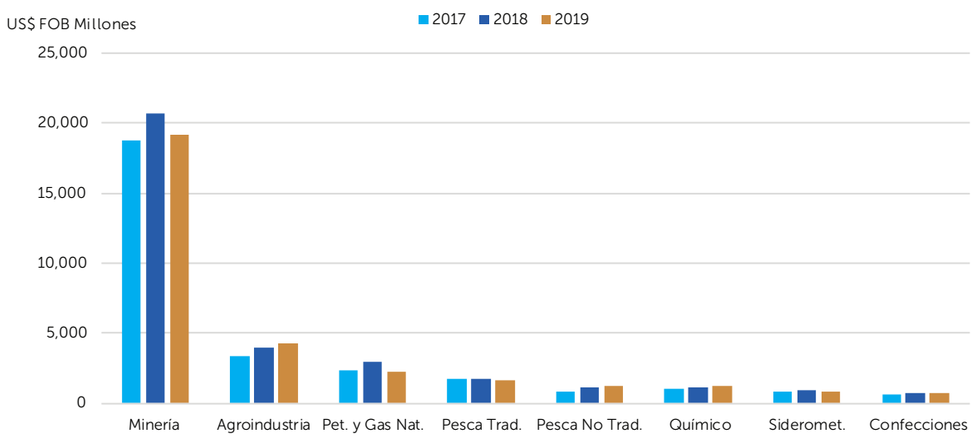
Los no tradicionales, por su parte, sumaron US$ 9 mil 961 millones (+5.5% en el acumulado enero-septiembre). Si bien se redujeron -11.9% en agosto, crecieron 4.7% en septiembre. Preocupa la desaceleración de las confecciones – retrocedieron por segundo mes consecutivo (-17.2% en agosto y -13.7% en septiembre) – comprometiendo seriamente el resultado del año.

En opinión del presidente del gremio, Erik Fischer Llanos, el ciclo depresivo de las exportaciones peruanas empezó en junio del 2018. Eso, sumado a un panorama internacional que no presenta una mejora sensible, hace dudar de una recuperación significativa a fines de año.

El dato

En el detalle mensual se observa que salvo enero (9%) y julio (0.1%), los otros meses cerraron en rojo: febrero (-4%), marzo (-12%), abril (-2%), mayo (-14%), junio (-11%), agosto (-8%) y septiembre (-3%).

COMPORTAMIENTO DE LOS PRINCIPALES SECTORES EXPORTADORES POR MONTO FOB US$ ENERO-SEPTIEMBRE



Fuente: Aduanas-ADEX Data Trade
Elaboración: ADEX

Perú cayó dos posiciones en reciente ranking global

HORAS CRUCIALES PARA LA COMPETITIVIDAD

Por sexto año consecutivo Perú retrocedió dos posiciones en el ranking de competitividad global del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés). En la edición 2019 se ubicó en el puesto 65 de un total de 141 países, dos posiciones menos que el año pasado. De los doce pilares, cayó en ocho, mejoró su performance en dos (salud y educación) y se mantuvo en otros dos (estabilidad macroeconómica y tamaño de mercado).

El director del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, Carlos González, refirió que caer en ocho ejes (instituciones, dinamismo de negocios, infraestructura, capacidad de innovación, mercado de productos, adopción de TIC, mercado laboral y sistema financiero) solo evidencia la falta de reformas estructurales e institucionales para mejorar el desempeño económico.

"La pérdida de competitividad, inestabilidad política, revisión de las estructuras institucionales, desaceleración de la economía, desaliento de la inversión y caída de las exportaciones, resulta una combinación de elementos preocupantes para el sector exportador que percibe un contexto sin ayuda ni instrumentos para iniciar la ansiada recuperación económica", explicó.

Cabe señalar que otros países ubicados detrás de Perú en el reporte del año 2018 presentaron un rápido avance este año, como Azerbaiyán (+2,7), Sudáfrica (+1,7) y Croacia (+1,8),

ubicándose ahora en los puestos 58, 60 y 63, respectivamente. "Nuestra oferta compite con la de otras economías que trabajan en sus reformas. Avanzar en la ejecución del Plan Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP) debe ser una prioridad", precisó.

¿Y el plan para cuándo?

Si bien en julio último el presidente de la República, Martín Vizcarra, anunció la aprobación del PNCP, la crisis política genera incertidumbre.

"Al año siguiente de la crisis generada por el autogolpe de Alberto Fujimori y gracias a las reformas económicas y la privatización de empresas estatales, crecimos más de 5%. Se impulsaron acciones importantes que le devolvieron la confianza al empresario. "Tuvimos dos trimestres de muy bajo crecimiento, pero crecimos gracias a la apertura de otros mercados", recordó González.

Sostuvo que un primer paso sería la implementación del Plan Nacional de Inversiones en Infraestructura, es decir, la habilitación de carreteras, puertos y aeropuertos a gran escala. Además, sería un gran mensaje político porque se dejaría en el pasado una triste historia de corrupción que frenó la construcción.

Asimismo, el PNCP resultará crucial para el sector exportador. En palabras del director del CIEN-ADEX, nuestra economía no debe limitarse solo a producir y vender, sino también a invertir, defender y ganar mercados. "Hoy en día el capital se mueve por todo el mundo en busca de mercados más competitivos, y estos, a su vez, son dominados por las empresas de países con mayor competitividad", dijo.

El Plan Nacional de Competitividad y Productividad (PNCP) contiene 84 medidas que se encuentran en etapa de implementación.

Finalmente, dado que este plan tiene metas y plazos un poco lejanos para obtener los resultados necesarios, se debe considerar también el objetivo de la institucionalidad, trabajando por la modernización de las instituciones vinculadas a la actividad empresarial: Sunat, Aduanas, Senasa, Sanipes, Digemid y Digesa, entre otras, que acompañarán mejor el crecimiento de la actividad exportadora y la apertura de nuevos mercados. **J.H.R.**

DESEMPEÑO DE PERÚ EN EL RANKING DE COMPETITIVIDAD WEF

		AÑO	PUESTO
SALUD	↑	2018	32
		2019	19
EDUCACIÓN Y HABILIDADES	↑	2018	86
		2019	81
ESTABILIDAD MACROECONÓMICA	=	2018	1
		2019	1
TAMAÑO DE MERCADO	=	2018	49
		2019	49
MERCADO DE PRODUCTOS	↓	2018	50
		2019	56
SISTEMA FINANCIERO	↓	2018	63
		2019	67
MERCADO LABORAL	↓	2018	72
		2019	77
INFRAESTRUCTURA	↓	2018	85
		2019	88
CAPACIDAD DE INNOVACIÓN	↓	2018	89
		2019	90
INSTITUCIONES	↓	2018	90
		2019	94
DINAMISMO DE NEGOCIOS	↓	2018	92
		2019	97
ADOPCIÓN DE TIC	↓	2018	94
		2019	98

Labor de las OCEX será fundamental

MÁS ATENCIÓN A LAS MIPYMES

Cuando se creó la Alianza del Pacífico (AP), uno de los pilares propuestos fue el apoyo a las pequeñas y medianas empresas (pymes) de sus países miembros: Perú, México, Colombia y Chile, y si bien existen diversas actividades e iniciativas para impulsar su formalización y crecimiento, la realidad es que registraron una menor productividad por su alta informalidad y poca tecnificación de capital humano.

Un informe del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de CIEN-ADEX reportó que el trabajador de una micro, pequeña y mediana empresas (mipyme) peruana tiene un índice de productividad de 0,38 (equivale al 38% de un trabajador promedio de una gran empresa).

En Chile el índice es de 0,61, seguido por México con 0,52 y Colombia con 0,38. Países como Francia (0,88) y Alemania (0,87) tienen este indicador muy cerca a la unidad, lo que significa que sus trabajadores son más productivos.

En esas condiciones las mipymes nacionales

siguen perseverando en su largo camino por la internacionalización. Sin embargo, no existe un programa o plan que las ayude a surgir. El vicepresidente del Comité de Manufactura de ADEX, Hugo Yallico, confió que las cosas cambien, pues al revisar las exportaciones totales se observa que el aporte de las mipymes es mínimo.

Luego de recordar que las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) estarán bajo la competencia de PromPerú, urgió en una mejor articulación y sensibilización para apoyar de una mejor manera a esas empresas. “Necesitamos un apoyo real”, puntualizó.

Manifestó que Mincetur focaliza sus servicios en compañías con mayor capacidad, pero no ofrece nuevos servicios a las mipymes: No tiene esquemas asociativos, de prospección, fronterizos y otros que promuevan la exportación.

Institución especializada

En opinión de Yallico, es necesario tener una agencia de promoción especial para las micro, pequeñas y medianas empresas, un ente similar a lo que fue en su momento Prompyme, que articule todos los programas dirigidos a estos emprendimientos.

“Existen diversos programas pero la mayoría están dispersos. Si estuvieran conectados lograríamos aprovecharlos mejor. Antes contábamos con Prompyme y la experiencia fue buena”, opinó.

Señaló que las mipymes experimentan muchas limitaciones por parte de las actuales entidades encargadas de promoverlas, por lo que solicitó un cambio de estrategia que los incluya en la nueva legión de exportadores. “Si bien ahora somos pequeños, queremos crecer. Estoy seguro de que en el futuro podremos también ser grandes”, apuntó.

Oportunidad con la AP

Yallico destacó las oportunidades que traerá la Alianza del Pacífico a las pequeñas y

El pasado 9 de septiembre se realizó la ceremonia de transferencia del Capítulo Peruano del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacifico (CEAP) para el período 2019-2020.

medianas empresas a través de sus diversas actividades y programas, como la posibilidad de participar en las compras estatales de los otros países miembros de la AP.

“Esperamos se pueda programar capacitaciones para este tipo de compras, así como en temas de abastecimiento, logística o exportación. Otros países como Chile y Colombia ya empezaron a sacar provecho de este beneficio, ahora es nuestro turno. No podemos perder esta oportunidad”, refirió.

Asimismo, manifestó que el Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico -del cual ADEX es miembro- deberá facilitar una guía e información educativa a las mipymes, no solo respecto a los miembros de la AP, sino también de la Comunidad Andina. **J.H.R.**

OTRAS NECESIDADES:

Serpost: Las mipymes necesitan mayor flexibilidad para el envío de muestras, ya que existen productos que no superan el peso máximo, pero si el tamaño permitido, como una tabla de surf.

Drawback: Para compensar la poca competitividad que existe en el país se necesita incrementar el *Drawback* a 5%.

Para no perjudicar a empresas formales frente a operaciones no reales

ADEX PRESENTA PROPUESTAS A SUNAT

Debido a la presión de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat) a las empresas formales —son visitadas por los auditores quienes en muchos casos se exceden en sus observaciones y desconocen aspectos técnicos propios de la actividad empresarial— surge un sentir entre los empresarios de que el Gobierno no valora la importancia social y económica de las exportaciones en el desarrollo del país.

En ese sentido y a fin de exponer la problemática y presentar propuestas que contribuyan a una fiscalización y recaudación de impuestos, sin perjudicar a las empresas formales que muestran disposición de colaboración, en agosto y septiembre la Asociación de Exportadores (ADEX) y otros gremios empresariales participaron en reuniones con funcionarios del ente recaudador.

En ellas se observó la disposición de la Sunat de cambiar su imagen sancionadora y se hizo patente su compromiso de incorporar las propuestas acordadas: actualizar los perfiles de riesgo, implementar acciones de verificación concurrente y mejorar el sistema de detracciones y de renuncia a la exoneración del IGV.

Las propuestas de ADEX tienen como objetivo ayudar a combatir a la informalidad sin perjudicar a las empresas formales.

Problemática

La problemática se genera porque en las fiscalizaciones tributarias a empresas formales (exportadoras o no), se desconocen las operaciones comerciales, al punto de considerar que nunca existieron, porque las compañías proveedoras no cumplieron cabalmente con todas las obligaciones tributarias que les correspondían.

“Esto sucede a pesar de que las empresas formales toman medidas con el fin de verificar que sus proveedores son formales y cumplen con las normas tributarias al momento de contratarlos”, manifestó la asesora legal de ADEX, Patricia Saravia.

Las iniciativas apuntan a cambiar el enfoque de fiscalización de la Sunat. Hacerla menos traumática y más eficiente para la empresa formal.

Sin embargo, en los cruces de información la Sunat detecta que los proveedores de las empresas no llevan su contabilidad como corresponde (no tienen documentos que sustenten sus operaciones y no declaran ni pagan impuestos) y penaliza a la empresa formal por infracciones cometidas por sus proveedores informales.

Ante las supuestas ‘faltas tributarias’ se desconoce el derecho al crédito fiscal, la devolución del IGV al exportador, e incluso, el costo de la materia prima para efectos del Impuesto a la Renta, con lo cual Sunat emite deuda tributaria por montos exorbitantes que genera una grave crisis en las empresas formales, ocasionando su quiebra y salida del mercado.

“Se crean empresas para apropiarse indebidamente del IGV. Es una consecuencia de la informalidad en nuestro país, por lo que se deberían tomar acciones para combatirlo sin perjudicar a las formales. Las propuestas de ADEX van justamente en ese sentido”, aseguró Saravia. **F.H.Q.**

PALABRA DE UN EXPORTADOR

El presidente de Comité de Capsicum de ADEX, Renzo Gómez, indicó que los asociados de su sector atraviesan por este problema en mayor y menor medida. “Existe varios casos de operaciones no reales que la Sunat audita. Cuando el exportador pagó sus facturas, el RUC de su proveedor estaba activo. Posterior a ello ya no es su responsabilidad pues pagó de buena fe. La Gerencia Legal de ADEX nos apoya en estos casos”, dijo.

PROPUESTAS DE ADEX PARA UNA FISCALIZACIÓN INTELIGENTE

Perfiles de Riesgo de las empresas: Propuso actualizarlos por sectores, a fin de que se apliquen desde la evaluación para la incorporación en el RUC, lo cual ayudaría a la Sunat con el seguimiento o verificación del cumplimiento tributario de las empresas con altos niveles de riesgo.

Acciones de verificación concurrente: Es una propuesta innovadora de ADEX que fue apoyada por los otros gremios, consiste en la intervención de la Sunat en el momento que se realizan las operaciones para hacer seguimiento del cumplimiento tributario de las empresas con altos indicadores de riesgo.

Gracias a la información que obtiene de los diferentes sistemas electrónicos implementados (facturación electrónica, libros electrónicos, entre otros), la Sunat puede identificar fácilmente y en tiempo real cuándo se está realizando una operación y verificar el pago de los impuestos.

Sistemas de Detracción: Se propone la incorporación de los productos más sensibles (informalidad) al Sistema de Detracción, la uniformización de las tasas aplicables y la simplificación del procedimiento, sin embargo, a la par se exige que si la empresa formal cumple con su obligación de detraer y depositar la detracción, se considere libre de responsabilidad por el impuesto que ya se puso en manos de Sunat, y le correspondería únicamente a esta entidad hacer el seguimiento del pago de los impuestos.

Exoneraciones: Perfeccionar las condiciones de renuncia a la exoneración del IGV y otorgarla previa revisión exhaustiva del perfil de riesgo de la empresa que lo solicita. Asimismo, la Sunat debe aplicar la verificación concurrente respecto de las empresas con renuncia a la exoneración del IGV.

Es la feria de alimentos más importante de América Latina

11° EXPOALIMENTARIA, UN ONCE GANADOR

Competitividad, valor agregado, emprendimiento, innovación, tecnología, inclusión social, descentralización, empleo, formalización, crecimiento y desarrollo fueron algunos de los conceptos que brillaron en la 11° Expoalimentaria, certamen que reunió a lo más variado y selecto del comercio exterior peruano y de otros países.

Los exportadores peruanos juegan un partido aparte en su objetivo de incrementar sus despachos y la feria fue la gran oportunidad para ponerse en ventaja frente a sus rivales. Fueron más de 1600 citas de negocio las que se realizaron y se estima US$ 850 millones en futuras ventas.

El presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Erik Fischer Llanos, recalcó la importancia del trabajo conjunto entre el sector público y privado para potenciar las exportaciones de la industria alimentaria. “Los envíos de alimentos, agro y pesca, podrían llegar a los US$ 11 mil millones al 2021, año del bicentenario”, señaló.

Añadió que el crecimiento de los despachos a destinos internacionales logrará que más de 2 millones 600 mil personas de todas las regiones tengan un puesto de trabajo. En ese sentido, consideró fundamental seguir sumando esfuerzos para desarrollar más la agroexportación, a la cual consideró un modelo exitoso que proporciona salarios

Lo más selecto y variado de la oferta exportable peruana estuvo presente en la 11° Expoalimentaria

superiores al promedio en el sector agrícola.

Match público-privado

La exvicepresidenta de la República, Mercedes Aráoz, se mostró orgullosa al ver el crecimiento de la Expoalimentaria en estos once años, a la que consideró una de las más importantes de América Latina.

“Están presentes la Costa, la Sierra y la Selva, se muestra toda la biodiversidad del país. No solo encontramos agroindustria, sino también productos de pequeños agricultores, producidos por cooperativas y por la agricultura familiar. Los compradores se irán satisfechos y con buenos programas de adquisiciones”, declaró a la **revista Perú Exporta.**

Por su parte, la exministra de Agricultura y Riego y actual titular de la cartera del Ambiente, Fabiola Muñoz, consideró a la feria como un ejemplo del buen resultado que nace del esfuerzo entre las instituciones del Estado y los gremios empresariales.

“Podemos unirnos y lograr grandes cosas como la Expoalimentaria, donde se encuentran las grandes empresas productoras y también las medianas y pequeñas. Si trabajamos articulados y en equipo nada nos detendrá, si ponemos por delante al Perú esto durará para siempre”, señaló.

La fuerza del café y el cacao

El evento sirvió para fomentar el gran potencial de productos peruanos al mundo. En la inauguración del Pabellón de Cacao y Café Peruano para el Mundo, el titular del

De izquierda a derecha: La viceministra de Comercio Exterior, Sayuri Bayona; ministra del Ambiente, Fabiola Morales; exvicepresidenta de la República, Mercedes Aráoz; presidente de ADEX, Erik Fischer; segundo vicepresidente de ADEX, Julio Pérez y el exviceministro de Mype e Industria, Oscar Graham.

gremio exportador, Erik Fischer Llanos, pidió seguir trabajando para que Perú sea reconocido como un país cafetalero.

Consideró necesario el fortalecimiento de programas de innovación y de asistencia

EL ABUELO VALDIZANO

Al Pabellón de Cacao y Café Peruano para el Mundo llegó desde Huánuco la señora Julia Medrano de 71 años. Ella es usuaria del programa Pensión 65 y gracias a un proyecto realizado entre el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (Midis), la municipalidad de Hermilio Valdizán, la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (Devida) y la ONG Technoserve, es parte del emprendimiento `Café El Abuelo Valdizano´.

Son veinte adultos mayores de la región Huánuco que gracias a la propuesta `Saberes productivos´, producen ese café que luego pasa por los procesos de pesaje, tostado, molido y empaque.

Las principales empresas productoras y comercializadoras de nuestra 'bebida bandera' estuvieron presentes en el Salón del Pisco de la Expoalimentaria.

técnica, para que los productores enfrenten con mayores recursos a los problemas vinculados al cambio climático, que afectan su rendimiento y productividad.

Respecto al cacao, el titular de ADEX instó a instituciones como Senasa y Digesa, a seguir gestionando en favor de sus exportaciones. "Tenemos la tarea pendiente de posicionarlo y de superar el tema del cadmio, debemos seguir esforzándonos más en certificar la calidad de nuestros productos", manifestó.

Tradición del Pisco

Durante la inauguración del Salón del Pisco, el presidente de ADEX solicitó la realización de un censo de las áreas de cultivo de uvas pisqueras, así como la reglamentación de los procesos de cultivo, a fin de potenciar la calidad de la 'bebida bandera'.

"Debemos garantizar la producción sostenible del Pisco y difundir su calidad de manera que se pueda mantener la tendencia positiva de nuestras exportaciones. Necesitamos seguir construyendo nuestra marca `Pisco, Spirit of Perú´, comentó.

Por su parte, la vicepresidenta del Comité de Pisco del gremio exportador, Carmen de Moquillaza, consideró que se debe asegurar la disponibilidad del insumo básico: las uvas pisqueras. "Tenemos que garantizar la calidad de nuestra bebida y su promoción en otros países, desde ADEX solicitamos el censo", puntualizó.

Desde el interior

En la 11° Expoalimentaria participaron veintiún gobiernos regionales. Productores de Piura, La Libertad, Lambayeque, Ica, Junín, Arequipa, Cusco, San Martín, Ucayali, entre otros, tuvieron la oportunidad de mostrarle al mundo lo más variado de su oferta.

Entre los diversos productos destacaron paltas, mangos, piñas, mandarinas, lúcumas, cacao, granada, camu camu, maca, chía, sacha inchi, kiwicha, cúrcuma, castaña, maíz, jengibre, tilapia, trucha y paiche. **J.F.P.**

Productores del interior del país participaron en la feria, de forma independiente y con el apoyo de sus gobiernos regionales.

El dato

La feria Expoalimentaria es un esfuerzo de la Asociación de Exportadores (ADEX), con el apoyo de Minagri, Mincetur, RR.EE. y PromPerú. Tuvo como principales auspiciadores a Movistar, Food Trailers Asociados, Agrorum, Mérieux NutriSciences, BanBif, Port Logistics e International Taste Institute.

11° EXPOALIMENTARIA

1. US$ 850 millones en potenciales negocios
2. 1600 citas de negocio
3. Más de 40 mil visitantes
4. 550 expositores
5. 3500 compradores internacionales
6. 149 expositores de otros 18 países
7. 21 gobiernos regionales
8. Pabellón de Cacao y Café Peruano para el Mundo
9. Tiendas Crafts Council: Siete empresas de artesanía y cuatro de joyería
10. Salón del Pisco
11. Concurso de Innovación: Se presentaron 47 productos

Más mercados asiáticos demandan este alimento

PALTA: 'ORO VERDE' QUE DESLUMBRA AL MUNDO

La palta es una de las frutas más codiciadas a nivel mundial, gracias a sus grasas saludables, vitaminas, minerales y otras propiedades. También conocida como 'oro verde', deslumbra los paladares más exigentes y es hoy en día toda una celebridad de la gastronomía internacional.

Según la Asociación de Exportadores (ADEX), la tendencia saludable contribuye a que más mercados la demanden. El Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, precisó que el año pasado llegó a veintiocho destinos en el exterior: Países Bajos, EE.UU., España, Reino Unido y Chile, lideraron el ranking.

Sin embargo, resaltan algunos asiáticos que crecieron en dos, tres y hasta cuatro dígitos en los últimos años: China, por ejemplo, aumentó su demanda en 4308% el 2016 y 118,8% el 2018, Japón 5182% el 2016 y Hong Kong 132,4% el 2018.

Con el objetivo de diversificar sus destinos, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) trabaja en el levantamiento de las barreras sanitarias en varios países. Ya logró el acceso de la palta a Tailandia (mayo pasado) y Corea del Sur (septiembre último). En este último caso, fue después de casi seis años de gestiones con la Agencia de Cuarentena Animal y Vegetal de Corea del Sur (autoridad sanitaria coreana).

Asimismo, sigue en coordinaciones con Malasia, Filipinas y Australia para apuntar a ese mismo objetivo con lo que no solo contribuirá a diversificar los mercados de esa fruta, sino mejorará la calidad de vida

El potencial de exportación de palta a Corea del Sur es de US$ 47 millones y ayudaría a generar más de ocho mil puestos de trabajo, entre directos, indirectos e inducidos.

de los pequeños y medianos agricultores, quienes ya son capacitados sobre las medidas fitosanitarias que deben cumplir.

REGIONES EXPORTADORAS

1. La Libertad
2. Lima
3. Ica
4. Lambayeque
5. Áncash
6. Arequipa
7. Piura
8. Ayacucho
9. Moquegua
10. Apurímac
11. Cajamarca
12. Huancavelica
13. Huánuco

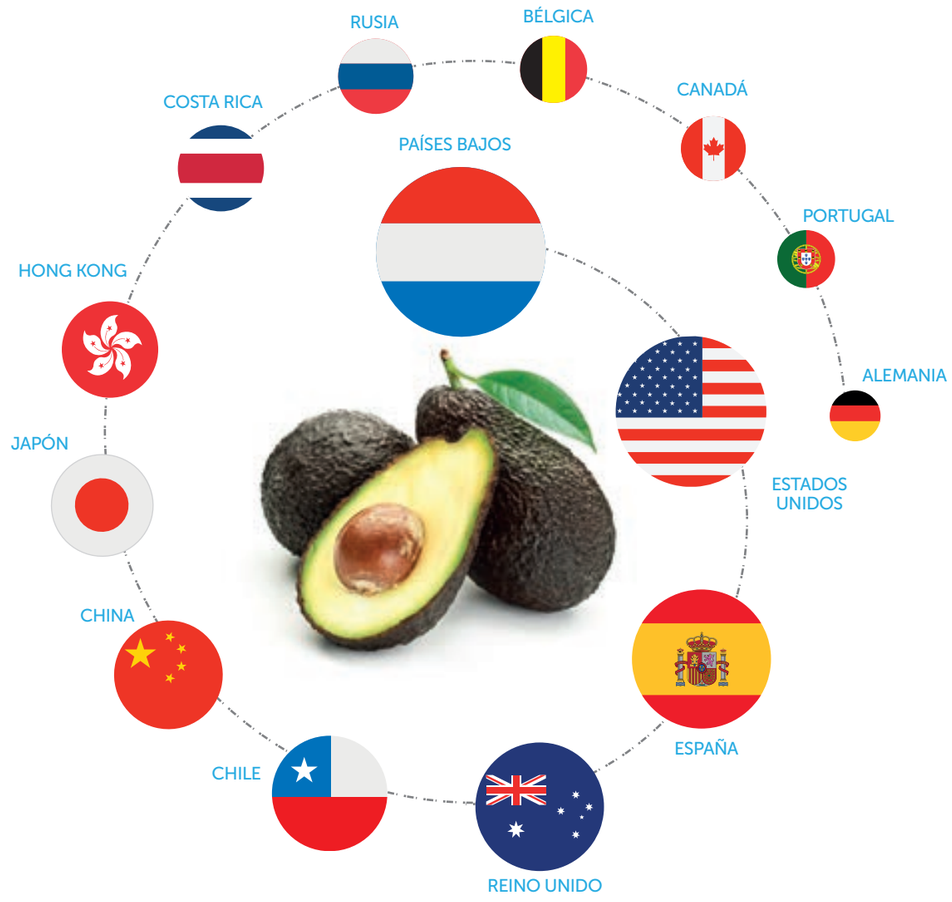
El Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX identificó un potencial de exportación de la palta peruana en Corea del Sur por US$ 47 millones. La analista senior de Desarrollo de Políticas, Nancy Arrelucé, indicó que otros son Suecia (por US$ 71 millones) y Polonia (US$ 52 millones).

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

A su turno, la coordinadora de Inteligencia Comercial del CIEN-ADEX, Lizbeth Pumasunco, calificó de fundamental que las empresas peruanas realicen una investigación de mercado utilizando herramientas de inteligencia comercial para minimizar los riesgos y obtener información actualizada. "Esta práctica les permitirá planificar mejores estrategias", mencionó.

También se debe identificar y analizar el perfil del consumidor coreano de palta para saber las presentaciones, competidores, precios, canales de distribución y tendencias más importantes. **L.P.L.**

Destinos más importantes de la **PALTA PERUANA** en el **2018**



Guía y Catálogo de Productos Forestales y Maderables permitirán desarrollar una industria forestal sostenible

ESFUERZO COMPARTIDO PARA FACILITAR COMERCIALIZACIÓN DE MADERA

Desde el 2004 Perú no tenía una guía actualizada de productos forestales y maderables, lo cual impedía su identificación correcta y obstaculizaba la comercialización nacional e internacional de madera legal, por ese motivo el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (Serfor) y la Asociación de Exportadores (ADEX) presentaron la Guía y Catálogo de Productos Forestales y Maderables.

Este esfuerzo colectivo permitirá desarrollar una industria forestal potente y sostenible. "Es fundamental contar con este documento en especial en esta coyuntura que nuestro sector enfrenta muchos retos", afirmó el presidente de ADEX, Erik Fischer Llanos.

Ambas iniciativas tuvieron el apoyo del programa Forest de la Agencia para el Desarrollo Internacional (Usaid) y el Servicio Forestal de EE.UU.

DECISIÓN FUNDAMENTAL

Para el director ejecutivo del Serfor, Alberto González Zuñiga, impulsar el desarrollo forestal es la forma más efectiva de luchar contra la deforestación. Por ello, enfocan sus esfuerzos en promover la actividad sostenible y legal de los productos maderables y no maderables de los bosques.

"Son tres los beneficios específicos de esta guía: mejorar la identificación del producto, facilitar el comercio internacional

Gracias a la "Guía y Catálogo de Productos Forestales y Maderables" habrá un mejor registro nacional de las exportaciones y se facilitará el ingreso a más mercados.

al establecer la correcta correspondencia entre los productos forestales y las partidas arancelarias; y simplificar el proceso de verificación del origen legal de la madera", mencionó.

Destacó que el mercado interno es grande y tiene un enorme potencial, pero no es adecuadamente trabajado, en ese sentido, se preguntó ¿qué pasa con el mercado interno de la madera?, ¿qué pasa con el segmento del mercado institucional? y ¿por qué nuestro sector educación no demanda productos que provengan de la madera nacional?

"Deberíamos aspirar que en un máximo de cinco años la totalidad de nuestras escuelas puedan ser satisfechas por una oferta maderable de nuestro país", dijo.

CAPACITACIONES REGIONALES

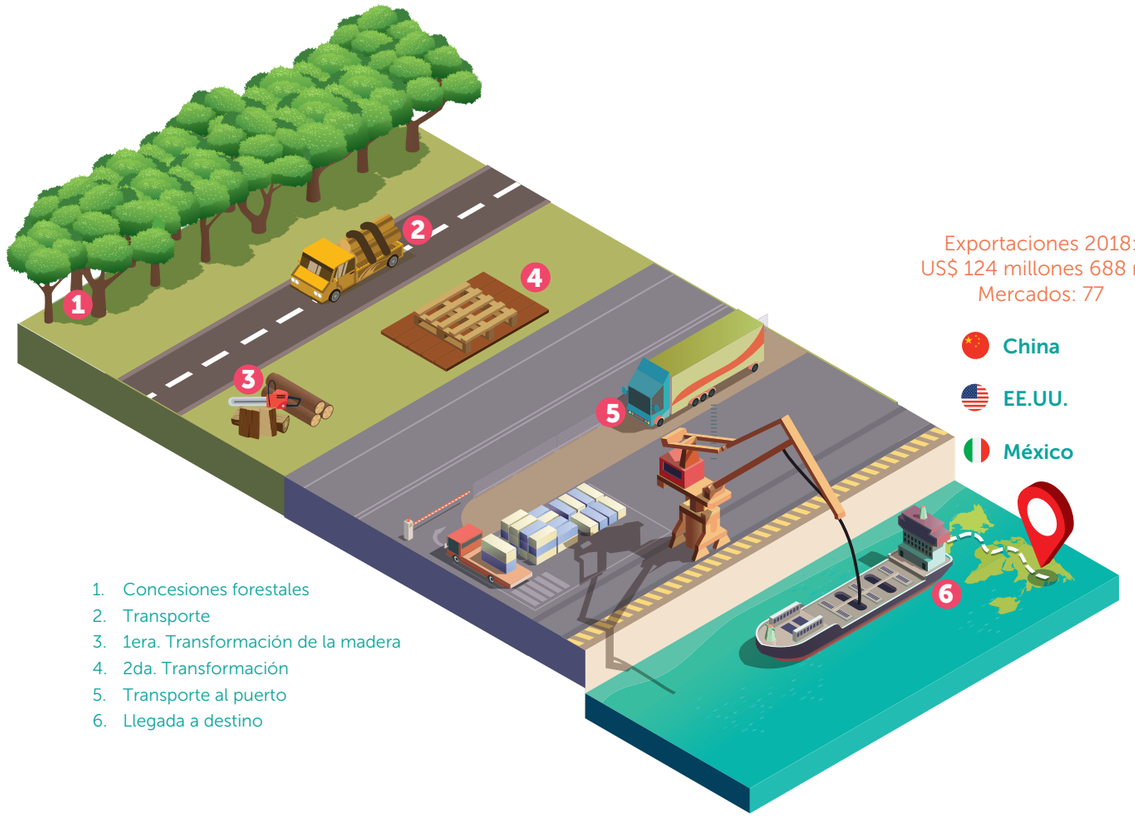
El ingeniero forestal y especialista de la dirección de políticas y regulación de Serfor, Erick Fhon, informó que se capacitó a 140 supervisores, especialistas, inspectores, fiscales y asesores técnicos de instituciones involucradas de Ucayali, Loreto, Madre de Dios y Lima. "Los ingenieros forestales darán un mejor apoyo técnico", acotó.

Por su parte el jefe del área de capacitación del Centro de la Innovación Tecnológica de la Madera (CITE Madera), Gustavo Delgado, aseguró que esta guía fomentará la innovación pues difundirá una mayor diversidad de maderas a diseñadores y arquitectos, por lo que sugirió su distribución en universidades e institutos de arquitectura y diseño de interiores. **F.H.Q.**

LA FRASE

"El objetivo es avanzar en un manejo más eficiente del sector, aprovechar los nuevos nichos y tener un desarrollo sostenible, legal e inclusivo para los bosques y el sector forestal". Juan Pablo Silva, director del programa Forest de la Agencia de los EE.UU. para el Desarrollo Internacional (Usaid).

PASOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LA MADERA



1. Concesiones forestales
2. Transporte
3. 1era. Transformación de la madera
4. 2da. Transformación
5. Transporte al puerto
6. Llegada a destino

Oportunidad de empoderamiento económico a las mujeres peruanas

TEJEDORAS ARTESANALES, EL PODER EN SUS MANOS

'La práctica hace al maestro', reza un conocido dicho popular que se aplica oportunamente en la industria de la vestimenta, específicamente en la técnica de tejido artesanal, tradición textil milenaria que involucra a hombres y mujeres, y que beneficia a estas últimas con un mayor reconocimiento por su capacidad y talento.

Hasta el 2012 el oficio de los tejedores en Perú no estaba certificado. Ante ese escenario la empresa asociada de ADEX, Ayni Design Lab S.A.C., en coordinación con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) elaboró el perfil ocupacional, creando posteriormente la certificación de competencias laborales en tejido a mano en fibra de alpaca.

INDEPENDENCIA Y AUTONOMÍA

Si bien iniciativas como esta buscan la preservación del legado textil y resaltar las fortalezas de las mujeres artesanas en su camino por adecuarse a los estándares internacionales, se destaca principalmente la búsqueda de un impacto económico que las favorezca.

"Una mujer empoderada, en este caso una tejedora artesanal, es más productiva y menos vulnerable. Estudios recientes señalan que al empoderarla, su familia se beneficia con mayores ingresos a favor de la educación y salud", subrayó la gerenta general de Ayni, Adriana Cachay.

CONVERSATORIO

En el conversatorio Empoderamiento Económico y Social del Tejido Artesanal, realizado en la sede del gremio exportador, la empresaria agregó que con la certificación se motiva a las mujeres de otras comunidades y a más empresas del sector a sumarse a estas prácticas sostenibles.

Por su parte, la gerenta general de Killa Knits, Jéssica Salazar, consideró que esas certificaciones serán de gran soporte para las tejedoras con las que trabajan en Ilave (Puno).

"El empoderamiento es fundamental por el valor otorgado al trabajo de las tejedoras. Actualmente varios países elogian la mano de obra peruana y buscan llevar a sus mercados las prendas", manifestó Salazar a la **revista Perú Exporta.**

A su turno, la gerenta general de D'Perú Textil, Angélica Leyva, remarcó que al darle facilidades y conocimientos a la tejedora artesanal, se le otorga herramientas para la toma de decisiones en el hogar e incluso en su actividad laboral.

"Se busca ayudarlas a estandarizar su producción. Asimismo, sin que pierdan la tradición de sus técnicas, es importante que innoven a fin de adaptarse a las exigencias cada vez más fuertes del mercado externo", aseveró. **A.A.C.**

El dato

En opinión de la gerenta central de Exportaciones de ADEX, Ysabel Segura, a la certificación de la labor y experiencia de las tejedoras, debe sumarse el reforzamiento de técnicas, terminologías, acabados de prendas, control de calidad, elaboración de novedosos diseños y de la creación de tendencias, texturas o mezclas de colores, a fin de enriquecerlas con más conocimientos.

ELLAS DICEN

"Podemos ayudar a las tejedoras peruanas educándolas, empoderándolas y generándoles ingresos. Hemos tenido testimonios de mujeres artesanas que tenían relaciones conflictivas en sus hogares, pero con el tiempo vieron lo talentosas y reconocidas que son aquí y en el exterior por su trabajo".

Ayni Design Lab.
Adriana Cachay

"Las mujeres con quienes trabajamos cerca al valle de Urubamba (Cusco) se adaptan a los requerimientos de algunos clientes del extranjero. Recientemente elaboramos una línea de ropa para mascotas a base de alpaca y se les capacitó en temas de costos para que cobren lo que corresponde".

D'Perú Textil
Angélica Leyva

"El empoderamiento no solo aporta en lo económico. Es también para que ellas confíen en sí mismas, en su talento, y que por eso merecen un precio justo por sus productos. Empoderarlas va más allá del tema de sus habilidades, tiene que ver con el desarrollo de su entorno y de las comunidades en general".

Killa Knits
Jéssica Salazar

Propuesta para el sector pesquero y acuícola

CERTIFICACIÓN A LOS PROCESOS DE LA CADENA PRODUCTIVA

En la actualidad, el Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (Sanipes) otorga a las empresas pesqueras la certificación sanitaria por lotes de producción. Esto significa que cuando una carga está por salir a determinado destino, evalúa si cumple todos los requisitos para su aprobación, proceso que debe efectuarse con cada lote por despachar.

Frente a esa situación, los exportadores compartieron sus experiencias con la autoridad sanitaria en las sesiones de la Mesa Ejecutiva Acuícola, por lo que en el primer semestre del año surgió una nueva propuesta por parte del Sanipes y el Ministerio de la Producción (Produce) para certificar ya no los lotes, sino todos los procesos de la cadena productiva, es decir, desde la extracción hasta la producción del producto.

Para el presidente del Comité de Pesca y Acuicultura de la Asociación de Exportadores (ADEX), Elie Barsimantov, si Produce aprueba esta nueva metodología, los empresarios podrán programar sus costos y reducir los tiempos muertos. Además, contarán con el apoyo de diversas entidades involucradas en la cadena para los diversos controles que deben pasar.

Agregó también que de adoptar el nuevo modelo, se fomentará indirectamente la formalización de los procesos productivos de todas las empresas, dado que es muy poco probable que un informal tenga su proceso controlado.

“Quien tenga un proceso irregular tendrá que formalizarlo. No es un secreto que no todos le dan la valoración pertinente, pero esto ayudará a que lo hagan y les será más conveniente ser formales. Si el informal quiere seguir como está, todo le resultará más caro”, refirió.

> “Se busca que la autoridad sanitaria ya no controle el proceso basándose solo en la carga final, sino que ahora cumpla más bien un rol de auditor. Esto es, vigilar que los usuarios ejecuten correctamente sus procesos”.
>
> Elie Barsimantov

El representante de ADEX también comentó que a pesar de que las empresas realizan sus procesos de buena manera, estos no son validados cuando se tiene el producto final, ocasionando una pérdida de tiempo y dinero.

“Si ya estás habilitado, tienes buenas prácticas, tus procedimientos son adecuados y tu personal está capacitado, la producción saldrá en perfectas condiciones. No tiene sentido volver a verificar. Cabe aclarar que esta propuesta no implica eliminar completamente la revisión de los lotes, pero se debe priorizar el valor a la cadena. Por lotes se desconoce el proceso”, explicó.

PARA EL AÑO 2020

Si bien la propuesta se encuentra bien encaminada, consolidarla no es una tarea fácil, por lo que su ejecución recién se estaría materializando el próximo año con las empresas que quieran adecuarse.

“Hoy por hoy estamos en un proceso de entendimiento, todas las partes deben entender que este cambio es para bien. Si las conversaciones y acuerdos siguen por buen camino, este plan se podría implementar el año 2020. Para ese entonces, trabajaríamos con todas las empresas que quieran iniciar este cambio”, apuntó. **J.H.R.**

OTRAS ENTIDADES QUE PARTICIPAN EN LA PROPUESTA

PROGRAMA NACIONAL DE INNOVACIÓN EN PESCA Y ACUICULTURA

El Programa de Innovación en Pesca y Acuicultura colabora con los fondos para este tipo de iniciativas.

VUCE Perú

Las Ventanillas Únicas de Comercio Exterior buscan mejorar los procesos de Sanipes.

WWF

El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés) creó “Trazapp”, aplicación móvil que controla el proceso desde el armador hasta el comerciante.

PISCO: ORGULLO PERUANO

Hoy en día nuestra bebida bandera es reconocida a nivel mundial por su historia, especial aroma y sabor. Gracias a sus cualidades, el destilado de uva ha conquistado los paladares más exigentes.

En Perú existen ocho tipos de uvas pisqueras

El Día Nacional del Pisco se celebra el cuarto domingo de julio.

La bebida bandera es usada en la coctelería.

Pisco Sour | Chilcano | Cóctel de algarrobina | Pisco Tonic

Las zonas autorizadas para la producción de pisco se ubican en la costa de los departamentos de Lima, Ica Moquegua, Arequipa y Tacna (valles de Locumba, Sama y Caplina).

¿Cuáles son los tipos de Pisco?

Pisco puro | Pisco Mosto Verde | Pisco Acholado

El pisco debe ser:

EN VISTA
Incoloro, claro y brillante.

EN NARIZ
De aromas limpios, elegantes, con notas frutales, florales y cítricos.

EN BOCA
Equilibrado, fresco y con imponente personalidad.

Proceso productivo del PISCO

Cosecha | Traslado de las uvas pisqueras a la bodega | Despalillado | Maceración | Prensa | Fermentación | Alambique y Destilación | Reposo | Envasado

Buenas prácticas laborales

LA IMPORTANCIA DE SER UN BUEN EMPLEADOR

La implementación de buenas prácticas en una compañía constituye una oportunidad de mejora en las relaciones laborales y se espera que sean compartidas por los trabajadores para que se sientan partícipes de las mismas y que estas, finalmente, contribuyan a fortalecer los lazos con las empresas.

Su ejecución voluntaria refleja una mejor gestión de los recursos humanos, la presencia de un clima laboral positivo y la disposición para una mayor participación de los trabajadores.

En opinión de la docente de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Lima, Rosario Sheen, hoy en día los colaboradores de una empresa buscan sentirse altamente valorados. "Quieren ser bien tratados, que los valoren como seres humanos y profesionales. También esperan que sus jefes los escuchen y tomen en cuenta sus opiniones", precisó.

Recordó que antes era común que las generaciones pasadas aguanten ambientes laborales tensos por la responsabilidad de ser el sustento de casa, sin embargo, este tipo de pensamiento ha ido desapareciendo, especialmente para los *millennials*.

"Un entorno lleno de presión y maltrato resulta altamente perjudicial para el colaborador y el empleador. El talento insatisfecho ya no aguanta mucho. Si es un excelente trabajador, la empresa pierde capacidades, conocimientos y experiencia. Si es regular, pierde mano de obra", agregó.

Explicó que la rotación laboral tiene un costo muy alto, desde la publicidad para atraer a un nuevo colaborador hasta la contratación de empresas. Además, de contratar un reemplazo, posterior a la inducción se corre el riesgo de que el trabajador no encaje y renuncie.

Sin duda, las corporaciones deben considerar alinearse a las buenas prácticas laborales, no deben verlas como un gasto sino como una inversión, ya que a nivel interno mejorará el clima laboral y por ende la productividad, y externamente mejorará su reputación frente a sus clientes y demás *stakeholders*, teniendo más posibilidad de ser elegida comercialmente.

EL BUEN EJEMPLO

Una de las empresas textiles con mayor arraigo en el país es, sin duda, Topitop. Fundada hace 36 años por Aquilino Flores; hoy considera que lo más importante es su capital humano.

Su gerente corporativo de Gestión y Desarrollo Humano, Manuel Ortiz, comentó que tienen la certificación WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production), la más importante del mundo para los sectores de la confección, calzado y productos de la costura (Ver infografía Pág. 36); la de ABE (Asociación de Buenos Empleadores) y BASC (prevención y seguridad de mercadería contra el tráfico ilícito de drogas), entre otras.

"Nuestra prioridad es el reconocimiento al trabajador. Somos conscientes que no son solo ellos, sino las 4 mil familias detrás de ellos. Procuramos que todos tengan un salario y ambiente dignos. Además, gracias a nuestro sistema de mejora continua, tenemos capacitaciones en diferentes temas y estamos en constante evaluación para saber el grado de satisfacción de nuestros colaboradores", señaló.

Entre otras actividades, Ortiz resaltó que Topitop organiza un concurso de ideas para todo el personal, en el que pueden presentar propuestas de mejora para cualquier ámbito,

Gerente corporativo de Gestión y Desarrollo Humano de Totiptop, Manuel Ortiz.

como procesos, ambientes, ventas, etc. Asimismo, están próximos a aplicar para el certificado 'Empresa Segura', otorgado por el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, que la acreditaría libre de violencia y discriminación hacia la mujer.

SATISFACCIÓN Y PRODUCTIVIDAD

Textil Del Valle es una compañía establecida en 1987 dedicada a la fabricación de prendas tejidas de alto valor agregado a base de fibras de algodón peruano (Pima y Tanguis), algodón estadounidense y mezclas con otras fibras como alpaca, poliéster, nylon y lycra.

El gerente general de la compañía, Juan José Córdova, manifestó que también cuentan con la certificación WRAP, pero que adicionalmente pasan por auditorías semestrales de Bureau Veritas, solicitadas principalmente por algunos de sus clientes (Lacoste, Ralph Laurent, Patagonia, entre otros) en temas de buenas prácticas laborales.

"Las buenas prácticas forman parte de nuestros principios y políticas las cuales cumplimos fielmente. Además, resulta una buena herramienta comercial que nos ayuda a mantener un excelente prestigio con nuestros principales clientes. Nos debemos a nuestros colaboradores y respetamos todos sus derechos. La satisfacción la vemos reflejada en la productividad", apuntó. **J.H.R.**

Gerente general de Textil del Valle, Juan José Córdova.

DOCE PRINCIPIOS PARA OBTENER **LA CERTIFICACIÓN WRAP**

(Worldwide Responsible Accredited Production)

ACREDITA Y MONITOREA DE FORMA INDEPENDIENTE EL CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES GLOBALES SOCIALMENTE RESPONSABLES PARA LA MANUFACTURA Y ASEGURA QUE LOS PRODUCTOS FABRICADOS SE PRODUZCAN BAJO CONDICIONES LEGALES, HUMANAS Y ÉTICAS.

Posición de la Asociación de Exportadores

PROMULGACIÓN DE NORMA QUE AMPLIA LEY AGRARIA NO DEBE ESPERAR

El presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Erik Fischer Llanos, solicitó la pronta promulgación de la norma legal que amplía la Ley de Promoción Agraria. "Permitirá despejar la incertidumbre que afecta la economía y en particular al sector agro", enfatizó.

En diferentes reuniones y foros, resaltó su importancia para incentivar las inversiones de mediano y largo plazo, asegurando la generación de miles de puestos de trabajo, principalmente entre las mujeres, quienes actualmente representan el 50% del total de trabajadores de las agroexportaciones, lo que demuestra su gran nivel de inclusión.

Regiones como Piura, La Libertad, Lima, Lambayeque e Ica registran alta demanda de mano de obra. Las agroexportaciones ayudaron a crear a nivel nacional 1 millón 172 mil puestos entre directos, indirectos e inducidos (2018).

Los trabajadores reciben un sueldo diario calculado en base a la Remuneración Mínima Vital, más 1/2 CTS y 1/2 gratificación por Fiestas Patrias y Navidad, siempre que laboren más de 4 horas diarias. También tienen un descanso vacacional de quince días calendario remunerado por año de servicio y acceso a la seguridad social.

El ingreso per cápita mensual del trabajador agrario informal es de S/ 598 y el del trabajador formal es de S/ 1304.

"El objetivo de los exportadores es seguir avanzando, desarrollar esa actividad en otras regiones de la Sierra y Selva, pero queda claro que queda un largo trecho para reducir la informalidad", sostuvo.

El Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, indicó que en el 2000, cuando entró en vigencia la Ley N° 27360, las agroexportaciones ayudaron a crear 143 mil 257 de empleos (directos, indirectos e inducidos). **Nota de redacción:** Hasta el cierre de edición el Ejecutivo no promulgaba la norma.

IMPACTO DE LA LEY DE PROMOCIÓN AGRARIA

Mayor inclinación por tendencias sostenibles para cosméticos y alimentos

MIGRANDO HACIA UN MUNDO ORGÁNICO

El cuidado sostenible y la preferencia por las tendencias orgánicas y ecológicas ya no son una moda, sino una filosofía de vida que se apoya en la biodiversidad de recursos e insumos naturales originarios de un país, que, al mismo tiempo, pueden fortalecer su oferta agroalimentaria, industria cosmética y otras actividades.

Esta fue una de las conclusiones a la que se llegó en la charla Tendencias del mercado de la cosmética certificada como orgánica, natural y vegana, realizada en el marco de la Expoalimentaria 2019.

En palabras del farmacéutico y product manager del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CAAE), Daniel Subirana Durán, Perú es un país rico en materias primas orgánicas, espectaculares para el cuidado personal.

"Ustedes tienen en la selva gran cantidad de plantas y frutos que ofrecen pigmentos muy demandados por la cosmética europea. El sacha inchi y la cochinilla figura en este grupo. Aprovechen toda su riqueza sin recurrir a insumos petroquímicos porque en Europa y

Product manager del CAAE, Daniel Subirana Durán

Asia buscan productos naturales. La sociedad es más consciente ante ingredientes que generan enfermedades", explicó.

En línea con ello, la fundadora y gerenta general de Candela Perú, Guadalupe Lanao Flores, consideró que se debe dar a conocer y promover su consumo en el mundo, destacando sus beneficios en el cuidado personal y nutrición humana.

Mencionó, como otro producto emblemático, a la nuez amazónica, la cual a pesar de ser conocida con el nombre de 'nuez del Brasil', es producida

Gerenta general de Candela Perú, Guadalupe Lanao.

en bosques silvestres peruanos y resalta por sus propiedades (calcio, proteínas y ácidos grasos saludables).

"El aguaymanto es otro elemento nativo del Perú. Hoy existe una gran tendencia por lo saludable reflejada en los hábitos alimenticios, vestimenta, y se da en un nivel transversal, no importa la edad ni el lugar de procedencia. Por nuestra parte, contamos con una línea de aceites dirigida a la industria alimentaria y a la de belleza", dijo.

A FLOR DE PIEL

El especialista farmacéutico y la empresaria coincidieron que el rubro agroalimentario del Perú está bien posicionado en el ámbito orgánico, como se observó en la última edición de la Expoalimentaria, sin embargo, consideraron que queda mucho por avanzar en la cosmética, en especial en el cuidado de la piel.

"A partir de los cuarenta años nos preocupamos más por nuestra salud y al tener adecuadas condiciones económicas tomamos más conciencia de ello. Asimismo, vemos una tendencia orgánica creciente de productos para bebé. Es fundamental aprovechar la demanda en ese nicho", detalló Subirana.

De acuerdo a estadísticas del CAAE, el mercado peruano de cosmética e higiene personal experimentó un crecimiento continuo en los últimos cinco años. En el 2017, el alza del sector se vio impulsada por el maquillaje, los perfumes y los geles de baño, creciendo cada grupo en 12%, 8% y 6%, respectivamente.

La Gerencia de Agroexportaciones de ADEX, informó que los principales productos naturales exportados entre enero y julio del 2019 fueron la tara, nuez amazónica, maca, chía, sacha inchi, aguaymanto, camu camu, yacón, lúcuma y uña de gato, cuyos destinos sumaron 83. Se ubicaron en el top ten EE.UU., Corea del Sur, China, Italia, Brasil, Alemania, Canadá, Reino Unido, Japón y Países Bajos. **A.A.C.**

¿QUÉ RASGOS DEFINEN AL CONSUMIDOR DE COSMÉTICA NATURAL Y PRODUCTOS ORGÁNICOS?

- Cada vez dispone de mayor información.
- Rechaza productos con parabenes (derivados del ácido para-amino-benzoico con amplio poder germicida), derivados del petróleo, siliconas y otras sustancias sospechosas.
- Es una persona que apuesta por la salud, sin renunciar a la belleza.
- Posee mayor conciencia respecto a lo que se aplican sobre la piel.

CANALES DE VENTA DE LOS PRODUCTOS DE COSMÉTICA CON INSUMOS NATURALES PERUANOS

Canal retail	Farmacia	Selectivo (mercado de lujo)	Peluquería	Venta directa	Estética profesional
47%	22%	21%	5%	4%	1%

Problemas al calcular la demanda potencial de otros países

Por: Miguel Llado Hernández
Docente especialista de ADEX en educación continua consultor.
mlladoh@adexperu.edu.pe, cel. 973 904 668

Calcular correctamente la demanda potencial de un producto en un mercado internacional no siempre es un proceso fácil. A la carencia de fuentes para determinar el número de clientes interesados en un producto específico, también se debe tomar en cuenta otros aspectos para evitar incurrir en errores que invaliden los cálculos hechos.

El proceso de segmentar un mercado implica tomar datos iniciales seleccionados y verificados para convertirlos en información, mediante un proceso deductivo conocido como método del embudo (funnel) o de arriba hacia abajo.

Esta primera etapa nos permite determinar la demanda potencial del producto estudiado en un mercado y momento determinado. Posteriormente, a esta cantidad calculada se le restará la demanda interna aparente. El resultado será la demanda insatisfecha, es decir, la cantidad sobre la cual se determinará la capacidad de la empresa para tomar una parte de esta (participación de mercado).

Con este dato se procederá a calcular los objetivos del plan de marketing. Se entiende entonces la importancia de cuantificar bien la demanda potencial, pues será el punto de partida y base del plan de marketing, del cual dependerán los planes de la empresa.

Normalmente el proceso de cálculo de la demanda potencial se inicia con el cálculo de la población del país al que buscamos exportar nuestro producto. A partir de ahí se inicia un proceso de estratificación de los datos, procurando reducir con cada uno la cantidad de personas, hasta llegar al número de clientes interesados en el producto evaluado.

La estratificación sigue una secuencia basada en variables geográficas (región y ciudad) y variables demográficas (edad, nivel socio económico y sexo). En esta parte del proceso hay que tener cuidado de utilizar las que realmente contribuyan a filtrar los datos, sin olvidar que el proceso nos debe llevar a cifras relevantes, precisas y trazables.

En ese sentido, no se debe incluir variables 'inatingentes' como el sexo, si los consumidores pueden ser hombres o mujeres o un abanico muy amplio de niveles socio económicos, olvidando que podrían tener patrones de consumo distintos.

En este punto utilizaremos variables normalmente conductuales, asociadas a los patrones de consumo identificados por categoría de producto: familia, subfamilia y el consumo de la referencia, es decir, del producto concreto.

Finalmente, debemos llegar al cálculo del número de clientes potenciales que consumen el producto específico en el mercado evaluado para multiplicarlo por el consumo promedio en un periodo determinado: encontrar ese dato será otro reto. El resultado será la demanda potencial.

Como últimas sugerencias recomendamos no omitir ninguna fuente de los datos incluidos, y ser muy rigurosos al estratificar los datos. De lo contrario, generaremos una demanda inflada, erróneamente grande y se distorsionará el cálculo de la demanda insatisfecha.

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

EL GREMIO DE LOS EXPORTADORES

BENEFICIOS PARA TU EMPRESA
- Representación y defensa gremial
- Comités sectoriales especializados
- Actualización y capacitación
- Certificado de origen
- Información comercial
- Publicaciones institucionales
- Servicios empresariales y más

CONTACTO
Claudia Tapia / 618 - 3333 ext. 5414 / ctapia@adexperu.org.pe
Leslie Cuba / 618 - 3333 ext. 5412 / lcuba@adexperu.org.pe

www.adexperu.org.pe

Embajador de Israel en Perú, Asaf Ichilevich

PERÚ E ISRAEL TIENEN ECONOMÍAS QUE SE COMPLEMENTAN

Entrevista: Jaime Flores Pérez

Los vínculos entre Perú e Israel pueden remontarse a la época de la conquista española del Imperio Incaico, cuando los sefardíes –judíos que vivieron en España– llegaron a esta parte del mundo desde la península ibérica. Actualmente, existe mucha colaboración por parte del país del Medio Oriente para la implementación de proyectos de desarrollo económico y social como lo menciona el Embajador Asaf Ichilevich, sin embargo aún está pendiente dinamizar las exportaciones con valor agregado a ese destino.

¿Por qué es importante para Israel desarrollar relaciones comerciales con Perú?

Israel y Perú son economías que se complementan. En los últimos veinte años Israel cambió mucho en su comercio exterior, actualmente más de la mitad de nuestras exportaciones corresponden a servicios (industria tecnológica).

Mi país puede ofrecer mucho a Perú con innovaciones tecnológicas que ayuden a mejorar la productividad del sector agrario, de esa forma, el sector productivo peruano puede crecer más rápido y ser un proveedor importante de bienes para el mercado israelí.

Embajador de Israel en Perú, Asaf Ichilevich.

¿Cómo se desenvuelve el comercio entre ambos países?

Los números son muy bajos, pero tenemos un potencial enorme. Israel desarrolló mucho la innovación tecnológica para la agricultura, específicamente para potenciar los sistemas de riego, y en ese aspecto podríamos proveer al Perú de nuestros servicios.

En contraparte, al potenciar su agricultura, Perú puede ser un exportador de alimentos orgánicos. Los israelíes consumen mucha quinua, lo que más compramos del Perú, por lo tanto la tendencia indica que podemos recibir productos saludables como cacao, camu camu y sacha inchi, superfoods que serían de gran consumo.

¿En qué se puede potenciar el agro peruano con tecnología israelí?

Israel desarrolló sistemas de irrigación eficaces, convertimos desiertos en campos verdes. El tema agrícola es muy importante para nosotros y podemos ser parte del desarrollo agrícola peruano, ayudando a implementar la agricultura 4.0, que promueve el uso de elementos como información digital, robótica, sensorización ambiental, inteligencia artificial y sistemas predictivos.

> Perú es el país de Machu Picchu, del cebiche, pero aún no es conocido como el país del café, el mundo aún no termina de conocer el cacao peruano, que es de los mejores, tampoco se conocen otros productos como la maca, el camu camu y el sacha inchi.
>
> Embajador de Israel en Perú, Asaf Ichilevich.

Mediante la mejora de los sistemas de riego podemos impulsar el progreso de la agricultura familiar, que trabaja básicamente en parcelas y no puede hacer grandes inversiones en campo. Trabajar en conjunto con el Gobierno Peruano para lograr mayor productividad e incluirlos en el sistema exportador sería fundamental.

¿Cómo trabajan ambas naciones en temas de cooperación?

En años recientes nuestro apoyo se enfocó en el conocimiento tecnológico. Empresas y expertos (de Israel) llegaron a Perú para participar en proyectos como la implementación de plantas hidroeléctricas o en el mejoramiento de los recursos hídricos, que además de incrementar la productividad de las industrias son sostenibles y responsables.

Asimismo, alrededor de cuatro mil peruanos viajaron a Israel para ser capacitados en temas de innovación para la agricultura. Cuando regresaron enseñaron a otros y de esa forma se logra un efecto multiplicador. También se capacitó en temas sociales, como educación y seguridad ciudadana.

Israel es un país observador de la Alianza del Pacífico (AP) ¿Por qué el interés en participar de este bloque?

Los cuatro países juntos son la octava economía del mundo, por lo tanto es importante para nosotros hacer negocios con este bloque. Tratamos de ser lo más activos posible, dando ideas, presentando proyectos de innovación e intentando ser parte de los planes de cooperación.

Hace unos meses organizamos un seminario durante una de las reuniones que realiza la AP, nuestra idea para los próximos años es hacer más de estas visitas y también recibir a delegaciones en Israel.

Actualmente, los países con los que tenemos más relaciones son México y Chile, luego viene Colombia y finalmente Perú, espero que en este último caso podamos aumentar las relaciones tanto de comercio como de cooperación.

Finalmente ¿Sería viable e importante lograr un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú e Israel?

Sería un logro en aras de mejorar los despachos entre ambas naciones. En la Alianza del Pacífico solo tenemos acuerdos con México y Colombia. Es una oportunidad muy interesante, nuestro Gobierno está a favor de esta posibilidad, esperamos que se puedan iniciar conversaciones al respecto y en un futuro se tenga un acuerdo entre ambos países.

La población de Israel supera los ocho millones. El alimento peruano que más demandan es la quinua.

En diciembre próximo

EMPRESAS DEBERÁN REALIZAR DECLARACIÓN DE BENEFICIARIO FINAL

Con el objetivo de transparentar las operaciones y evitar el lavado de activos, el Estado aprobó el DL N° 1372, mediante el cual se dispone que las personas jurídicas constituidas en Perú, deben identificar a sus beneficiarios finales. A fines de septiembre, la Sunat estableció los plazos y condiciones para la presentación de esta información, que deberá ser realizada en diciembre de este año.

En ese sentido, Raúl Odría, jefe del Área Tributaria de Casahierro Abogados, precisó que esta norma introduce en el Perú una política global destinada a transparentar las operaciones privadas, buscando identificar a la persona natural que resulta la beneficiaria final de la persona jurídica o entes jurídicos.

"No se trata de un tema nuevo en el mundo, pero recién se implementa en el país. Tiene cierto grado de complejidad para algunas empresas, por lo que se requiere implementar ciertos procesos que acrediten una mínima diligencia por parte de la persona jurídica, destinada a identificar a estas personas, y así evitar infracciones e incluso el inicio de un procedimiento de fiscalización tributaria", declaró.

> Si bien las sanciones son económicas, el contenido de la declaración del beneficiario final puede ser el inicio de cruces de información, nacional e internacional, destinadas a identificar y combatir la defraudación tributaria y el lavado de activos. La falta de presentación de esta declaración puede generar la atribución de responsabilidad solidaria del gerente general y miembros del directorio.

Jefe del Área Tributaria de Casahierro Abogados, Raúl Odría.

PARÁMETROS

Como un primer criterio, se deben declarar a las personas que tengan un mínimo de 10% de las acciones de una compañía. Si no es el caso, se tiene que informar el nombre de quienes tienen el control y toman las decisiones en la empresa. En caso no sea posible determinar ninguno de los dos criterios antes descritos, se considerará como beneficiario final al gerente general de la empresa.

J.F.P.

El dato

Las personas jurídicas que tengan la calidad de principales contribuyentes deben declarar a sus beneficiarios finales en diciembre de este año, a través de Sunat Operaciones en Línea, considerando su situación al 30 de noviembre de 2019.

Fondos concursables no reembolsables de Innóvate Perú

CRECER EN EL EXTERIOR

Empresas de todos los sectores productivos pueden acceder a estos recursos de cofinanciamiento.

Actualmente el mercado internacional pone las pautas y determina los atributos que deben tener los productos si desean posicionarse a nivel global. Si bien las grandes empresas tienen las condiciones para lograrlo, los micro, pequeños y medianos empresarios pueden acceder a herramientas como los fondos concursables no reembolsables para incursionar en el exterior.

En ese sentido, el programa Innóvate Perú, adscrito al Ministerio de la Producción (Produce), pone a disposición de las mipymes recursos de cofinanciamiento los cuales buscan innovar los procesos productivos, fomentar los emprendimientos y facilitar la absorción de tecnologías.

Sin reembolsar

Según lo indicado por el ejecutivo de la Unidad de Evaluación y Selección de Innóvate Perú, Manuel Luna Lanata, el programa posee una serie de instrumentos dirigidos a intereses específicos.

"La Asociación de Exportadores es uno de nuestros principales socios en estos temas de innovación, su apoyo es fundamental en la tarea de dar a conocer iniciativas como las que emprendemos en favor de los pequeños y medianos empresarios", señaló.

Indicó que además del incentivo monetario, el programa Innóvate Perú ofrece asesoría personalizada. "Ponemos a disposición de la empresa ganadora un ejecutivo de monitoreo quien lo acompañará en la ejecución de su proyecto", detalló.

Se le apoya en una correcta puesta en marcha de las actividades establecidas y en el adecuado uso de los fondos asignados. También hay un acompañamiento en el desarrollo de su iniciativa, pre, durante y post.

"Tuvimos el caso del café Miskyhuayo de una empresa de Moyobamba, San Martín, producido de forma convencional, sin embargo, Ucrania pedía uno de tipo aromatizado. Los productores nos presentaron una propuesta de aromatización que encajó en el paladar del ucraniano, y hoy esta empresa que antes solo vendía en su región logró contratos para colocar su oferta en ese país y otros europeos", narró.

Son numerosos los fondos concursables no reembolsables de Innóvate Perú, no obstante, tiene cuatro en particular para las mipymes: Proyectos de Innovación Menor, Proyectos de Misiones Tecnológicas, Pasantías Tecnológicas y Demanda por Servicios Tecnológicos. **A.A.C.**

El dato

Para más información de las convocatorias de Innóvate Perú, escribir al e-mail: consultas@innovateperu.gob.pe o llamar al telf. 640-4420.

Requisitos básicos para postular:

1. Tener al menos un año en actividad.
2. Debe configurarse como empresa 'habida', es decir, reportando ante la Sunat.
3. No tener ningún problema con otro tipo de fondos que el Estado le haya otorgado.
4. No poseer deuda coactiva.

INNÓVATE PERÚ SUMMIT 2019

Congregará a más de 400 actores de los ecosistemas de innovación y emprendimiento a nivel nacional e internacional. Se presentarán casos de éxito de proyectos cofinanciados con recursos no reembolsables del Programa Innóvate Perú. (Ingreso Libre)

Fechas: 21 y 22 de noviembre

Lugar: Centro de Convenciones de Lima, Av. de la Arqueología 174, San Borja

Hora: 8:30 a. m. a 6:00 p. m.

PRINCIPALES PROYECTOS DE INNOVATE PERÚ

Proyectos de Innovación Menor (microempresa): Financia iniciativas de innovación empresarial orientadas a la creación de un producto o a la mejora sustancial de otro con presencia en el mercado. Otorga hasta S/.80 mil a personas naturales con negocio, y hasta S/.150 mil a empresas jurídicas, cooperativas de productores y asociaciones cuyas ventas no superen las 150 UIT.

Misiones Tecnológicas: Apoya a tres empresas de una misma cadena productiva, (también productores, proveedores, distribuidores, etcétera) agrupadas para visitar un evento tecnológico o compañías con tecnología de alto impacto para que observen y conozcan prácticas o técnicas que contribuyan a modernizar sus procesos productivos. Se ofrece un cofinanciamiento de US$ 30 mil.

Pasantías tecnológicas: Cofinancia la estancia en el exterior de algún miembro del equipo técnico de la empresa que requiera mejorar sus competencias para actuar de la mejor manera en alguna fase de sus procedimientos o procesos productivos. Respalda hasta con un 75% del costo total, llegando a un máximo de US$ 15 mil no reembolsables.

Demanda por servicios tecnológicos: Se busca identificar el problema que afecta a la empresa concursante, ya sea en la parte de gestión productiva o del negocio, a fin de elevar su competitividad mediante la transferencia o aplicación de un tipo de tecnología. En este instrumento se entrega un máximo de S/. 30 mil.

Big Data, análisis de datos, computación en nube, inteligencia artificial, impresión 3D

TECNOLOGÍA: GRAN MOTOR DE LA AGRICULTURA

La agricultura impulsa en gran medida la economía, es la segunda generadora de divisas y gracias a su variada oferta de productos, Perú es reconocido como un proveedor mundial confiable. Por ello, se debe incidir en temas como la tecnología, cuya aplicación contribuirá con la competitividad y mayor productividad de los pequeños agricultores.

En el marco de la 11° edición de la feria Expoalimentaria se realizaron congresos enfocados en la sostenibilidad, comercio justo, tecnología e innovación, mercados y tendencias a cargo de especialistas peruanos y extranjeros.

El director ejecutivo de Valmar Group, Ricardo Valega Márquez, expuso sobre la Productividad aplicada con agricultura inteligente e industria 4.0 y urgió en la necesidad de promover una mayor innovación y tecnología de punta en la agricultura, a fin de mejorar su productividad, la formación de más asociaciones de productores y preservar los recursos naturales y otros aspectos.

Indicó que el informe de The Global Competitiveness Report 2018, muestra los niveles de competitividad de varios países, entre

Las tecnologías tienen gran protagonismo en la actual agricultura.

ellos Perú (puesto 63 del ranking). “Según esta investigación las variables que no nos favorecen son la poca capacidad de innovación y la adopción de tecnología. Sobre el último, estamos en el puesto 94”, reveló.

ASPECTOS CLAVES

En opinión del director ejecutivo de Valmar Group Ricardo Valega Márquez, los tres aspectos claves de la agricultura son: precisión, cultivos e irrigación inteligentes. El objetivo de la primera es lograr un uso más racional del riego a través de la aplicación de nuevos sensores y sistemas de transmisión que generen información para distribuirla en diferentes plataformas desde cualquier parte.

La agricultura de precisión significa tener dispositivos inteligentes como tractores que no necesitan ser manejados por personas. Otros son equipos para cosechar de manera impresionante u obtener información detallada. Los drones consiguen imágenes de determinado campo e información de la calidad de las plantas y qué sucede con ellas.

Los cultivos inteligentes funcionan gracias a los sensores que darán las características del producto con curvas específicas en relación con cada componente, leyendo de forma inalámbrica su desarrollo (potasio, fósforo, nitrógeno, nivel de temperatura, grado de humedad y demás).

“La empresa que busca desarrollarse y ser más inteligente utilizará la digitalización y la automatización. Las oportunidades tecnológicas son diversas: *Big Data*, análisis de datos, computación en nube, inteligencia artificial, impresión 3D y otras, ya son comunes en las actividades agrícolas”, expresó.

¿Internet *of things?*

El Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) es la interconexión digital de cualquier objeto cotidiano con el Internet, convirtiéndolos en objetos inteligentes con autonomía para dar soluciones que generan datos y un nivel analítico superior en tiempo real. “Las ocurrencias deben ser controladas en línea, la idea es tener información de todo lo necesario para controlar nuestro negocio”, detalló.

La consultora McKinsey & Company reportó que esta tecnología aplicada a los diferentes sectores tiene un potencial económico para generar ventas de servicios y productos tecnológicos a nivel global de hasta US$ 11 trillones al año 2025. La manufactura es un sector muy importante que a través del IoT, tiene oportunidades de mejora.

“Esta tecnología lograría ganancias de 15% o más a cualquier empresa del mundo, lo cual es ideal para mejorar su productividad pues tendría mayor visibilidad en sus operaciones, reacción rápida e inteligente, seguridad, innovación en los equipos de trabajo, nuevas experiencias de usuarios y demás, con datos objetivos y analizando qué sucede con

Director ejecutivo de Valmar Group, Ricardo Valega Márquez, participó como expositor en los congresos de la feria Expoalimentaria 2019.

las actividades productivas para tomar la mejor decisión”, agregó.

Agricultura 4.0

La agricultura está en proceso de cambios ante el ingreso de nuevas tecnologías digitales en los últimos años: uso de drones, sistemas de información geográfica, GPS, riego de precisión y más, que se conoce como agricultura 4.0 y que también permite reducir el uso de agroquímicos, por ejemplo.

Durante su exposición, el especialista refirió que una de las dudas frecuentes es si la tecnología reemplazará el trabajo de las personas. “Ya lo hace desde 1900. Hay un desplazamiento de personas de la agricultura hacia otros sectores”, enfatizó. **L.P.L.**

ANIVERSARIO

Jefe del Senasa, Miguel Quevedo Valle

"ESTE AÑO SE CONSIGUIÓ EL INGRESO DE CINCO PRODUCTOS VEGETALES"

El 27 de noviembre próximo el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) cumplirá veintisiete años de vida institucional. En la siguiente entrevista su Jefe Miguel Quevedo Valle destacó las actividades que realizan para proteger al país del ingreso de plagas, cómo afectaría su ingreso a nuestra producción agrícola y las restricciones o cierre de mercados para nuestra oferta exportable.

Gracias al trabajo de Senasa, en los últimos cinco años se obtuvo el acceso de setenta productos vegetales a otros países.

¿Podría explicarnos sobre el esfuerzo de su institución para lograr el ingreso de productos peruanos a nuevos mercados?

En los últimos cinco años se obtuvo el acceso de setenta productos vegetales. Este año se consiguió el ingreso de cinco: palta a Corea del Sur, pimiento, toronja y palta a Colombia y palta para industrialización a México.

Se logró gracias a la coordinación y evaluación entre Senasa, exportadores y las autoridades oficiales de los países importadores. Asimismo, en los últimos tres años se certificaron 356 mil 217 envíos (5 millones 872 mil 308 toneladas de productos vegetales) que ingresaron a más de noventa destinos.

¿Qué productos nuevos están negociando su ingreso a otros países?

Actualmente Senasa gestiona el ingreso de 222 productos vegetales. Los prioritarios son uva, pimiento y cítricos a Argentina; granada y nuez de Brasil a China; palta a Filipinas; cítricos y arándanos a la India; arándanos a Taiwán; granada a Japón; aguaymanto a EE.UU.; palta y arándanos a Malasia y tuna a Brasil.

En sanidad animal se tiene en proceso la apertura para carne de equino a China. En lo que va de 2019 se logró el ingreso de fibra de vicuña a Alemania; aves silvestres y ornamentales a China; lanas, conejos y liebres a Chile; guano de isla y semen de equino a EE.UU.; lana de ovino cruda y tratada a Sudáfrica; cápsulas de gelatina que incluyen productos de origen animal; pingüino a Turkia, equinos de exportación y suero fetal bovino a México; piel de cerdo, suero fetal bovino y gelatina de piel a Bolivia; cuy a Ecuador y aves de rapiña a Paraguay.

¿Cuáles son las acciones que realizan para proteger al Perú de plagas?

Para resguardar y mantener el estatus fitosanitario hemos establecido 33 puestos de control externos ubicados en todos los

"Trabajamos continuamente para logar el acceso de nuevos mercados. Articulamos actividades con instituciones nacionales como RR.EE., Sunat, Mincetur, Sierra y Selva Exportadora, exportadores, productores y asociaciones de productores".

Jefe de Senasa, Miguel Quevedo Valle, aseguró que es importante que el empresario conozca los requisitos exigidos por los países de destino y así exportar sin inconvenientes.

puntos de ingreso habilitados como pasos de frontera, en puertos, aeropuertos y pasos terrestres. Nuestros inspectores realizan el control e inspección fitosanitaria de mercancías agrícolas que se importan al Perú o que hacen tránsito internacional por nuestro país.

Farmex S.A.
Saluda a:
SENASA
PERU
Por sus 27 años de labor al servicio de nuestro país.
Feliz Aniversario.

"Se trabaja también con las instituciones fitosanitarias de los países contrapartes para realizar estudios de investigación, visitas en origen y otras acciones".

¿Qué tan importante es que el exportador conozca los requisitos fitosanitarios del país importador?
El exportador y todos los actores de la cadena agroexportadora necesitan conocer los requisitos fitosanitarios y que sus productos los cumplan. El incumplimiento de las regulaciones originarían rechazos, medidas más restrictivas y suspensiones temporales; puede incluso provocar el cierre de mercados. La reapertura resulta más compleja que la gestión de acceso a uno nuevo.

¿Cuál sería el impacto de las plagas en la producción si por alguna razón ingresaran?
El ingreso de alguna de las especies consideradas como plagas cuarentenarias a nuestro país generaría un daño económico altísimo. Afectaría nuestra producción agrícola, generaría restricciones o cierre de mercados para nuestros productos exportables. Asimismo, las acciones para su control y erradicación demandarían asignar muchos recursos económicos y humanos del Estado.

¿Podría precisarnos qué acciones realizan para prevenir y afrontar las plagas que amenazan algunas especies como el plátano y el limón?
En el caso de plátano, la amenaza más importante es la presencia de Fusarium oxysporum f. sp. cubense raza 4 tropical. Se implementaron acciones conjuntas del plan de prevención del ingreso de esta plaga. También se fortaleció las actividades de cuarentena, especialmente en las zonas de mayor riesgo, como la frontera norte del país.

En los cítricos, a fin de detectar oportunamente el ingreso de plagas como el Huanglongbing (HLB) y su insecto vector Diaphorina citri, se realizaron prospecciones fitosanitarias en campos comerciales y huertas de cítricos. **F.H.Q.**

VIGILANCIA DE PLAGAS DEL SENASA

El ingreso de una plaga cuarentenaria a nuestro país generaría un daño económico al Perú, afectaría nuestra producción agrícola, generaría restricciones o cierre de mercados internacionales a nuestros productos y su control o erradicación demandaría recursos económicos y humanos al Estado. Por ello realiza acciones de vigilancia específica:

Tecia solanivora (Polilla guatemalteca de la papa): La red oficial contiene 372 trampas que complementadas a otras acciones de vigilancia y cuarentena, evitan pérdidas anuales estimadas en S/ 1,490 millones en el cultivo de papa.

Lobesia botrana (Polilla de la uva): Tiene una red oficial de 250 trampas. Se impulsan otras acciones de vigilancia y cuarentena para evitar pérdidas anuales estimadas en S/ 354 millones en la producción nacional.

Anthonomus grandis (Picudo mexicano del algodonero): Ocasiona pérdidas en el rendimiento del algodón. Se instalaron 219 trampas oficiales en diversas regiones vulnerables del país. Así se evita S/ 61 millones de pérdidas en su producción.

Trogoderma granarium (Gorgojo khapra): Plaga considerada de importancia económica a nivel mundial en granos y semillas oleaginosas. Causa pérdidas por encima del 16% del producto almacenado y reduce la calidad del producto contaminado con microrganismos dañinos para el ser humano. Se implementó la red oficial con 306 trampas específicas que evitan una pérdida anual aproximada de S/ 900 millones.

NUEVOS DIPLOMADOS

- *Gestión de Comercio Internacional*
- *Gestión Logística Internacional*
- *Importaciones y Marketing Digital para Emprendedores*
- *Gestión Aduanera y Logística*

(*) Descuentos según categoría, válido Campaña 2019

INFORMES E INSCRIPCIONES

ADEX EDUCACIÓN CONTINUA

Síguenos ADEX Educación Continua
adex.edu.pe

Sede San Borja
Av. Javier Prado Este 2875
(511) 618-3340
Anexos: 6706-6707-6708-6710
993501665
adexinformes@adexperu.org.pe

Sede Callao
Centro Aéreo Comercial: Av. Elmer Faucett
S/N Módulo C, Sector B Of. 209
(511) 618-3370 Anexos: 7010-7011-7021
997515710
adexcallao@adexperu.org.pe

Sede Arequipa
Av. Ejército 710 edificio "El Peral"
Of. 903 - 904, Yanahuara
989206827
informesregionsur@adexperu.org.pe

Sede Chiclayo
Calle Manuel María Izaga 690, 6to Piso
(074) 605-500 Anexos: 8002-8000
986454550
cnunez@adexperu.org.pe

Más de cuarenta mil visitantes se registraron durante los tres días de la feria de alimentos más importante de Latinoamérica.

Se realizaron más de 1600 citas de negocio

FERIA EXPOALIMENTARIA FUE UN ÉXITO

Con gran éxito la Asociación de Exportadores (ADEX) realizó la 11° edición de la feria Expoalimentaria 2019, que del 25 al 27 de septiembre reunió a más de 550 empresas nacionales e internacionales que exhibieron lo mejor de su oferta de alimentos y bebidas, maquinarias, envases y embalajes y servicios al comercio exterior.

Presidente del gremio exportador, Erik Fischer, expresó cálidas palabras de bienvenida en la inauguración del gran certamen.

El corte de cinta oficial de la Expoalimentaria 2019 estuvo a cargo de la viceministra de Comercio Exterior, Sayuri Bayona; el viceministro de RR.EE., Jaime Pomareda; la exvicepresidenta de la República, Mercedes Aráoz; la exministra de Agricultura, Fabiola Muñoz, y el exviceministro de Mype e Industria, Oscar Graham.

El certamen reunió a empresarios de los cinco continentes en los pabellones internacionales. Participaron representantes de Alemania, Argentina, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Colombia, Dinamarca, Ecuador, España, Estados Unidos, Grecia, Indonesia, Italia, Portugal, Tailandia y Turquía.

La oferta que se exhibió fue principalmente de alimentos y bebidas en distintas presentaciones. También maquinarias, envases y embalajes y servicios al comercio exterior.

Las conferencias magistrales, a cargo de especialistas peruanos y extranjeros, se enfocaron en la sostenibilidad y comercio justo, tecnología e innovación, y mercados y tendencias. Uno de los expositores fue el expremier Salomón Lerner, quien habló sobre el rol del Banco de Alimentos para generar valor agregado en la agroexportación y en su responsabilidad social.

Los pabellones regionales también estuvieron presentes. Se mostró la oferta de Lima, Ucayali, La Libertad, Ayacucho, Ica, Junín, Arequipa, Apurímac, San Martín, Áncash, Tacna, Lambayeque, Huancavelica, Huánuco, Piura y Cusco.

Se inauguraron el Salón del Pisco y el Pabellón de Cacao y Café Peruano para el Mundo. También, se instalaron el Salón de Cata, el Salón Culinario y el Salón de Innovación. Este último exhibió los productos innovadores premiados en el 10° Concurso de Innovación.

RANKING DE EMPRESAS - EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

ENERO-AGOSTO DE 2019

Nº	RAZÓN SOCIAL	Valor FOB (US$)	Part. %
	TOTAL	8,781,592,357	100.0%
1	VOTORANTIM METAIS - CAJAMARQUILLA S.A.	209,840,324	2.39%
2	COMPAÑIA MINERA MISKI MAYO S.R.L.	163,306,806	1.86%
3	CAMPOSOL S.A.	147,591,521	1.68%
4	VITAPRO S.A.	134,215,834	1.53%
5	TECNOFIL S.A.	117,107,743	1.33%
6	VIRU S.A.	116,432,410	1.33%
7	DANPER TRUJILLO S.A.C.	99,233,674	1.13%
8	OPP FILM S.A.	94,318,392	1.07%
9	CORPORACION ACEROS AREQUIPA S.A.	90,612,181	1.03%
10	CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	88,935,689	1.01%
11	AVOCADO PACKING COMPANY S.A.C.	80,683,806	0.92%
12	ARIN S.A.	79,237,853	0.9%
13	CENTELSA PERU S.A.C.	72,781,307	0.83%
14	QUIMPAC S.A.	72,424,678	0.82%
15	AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	70,471,274	0.8%
16	GLORIA S.A.	67,935,814	0.77%
17	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	66,863,660	0.76%
18	SEAFROST S.A.C.	65,117,350	0.74%
19	INDUSTRIAS ELECTRO QUIMICAS S.A.	63,999,780	0.73%
20	MARINAZUL S.A.	63,192,527	0.72%
21	PROCESADORA LARAN S.A.C.	61,665,503	0.7%
22	MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	60,411,247	0.69%
23	DEVANLAY PERU S.A.C.	60,183,142	0.69%
24	GANDULES INC S.A.C.	58,915,674	0.67%
25	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	58,543,165	0.67%
26	ZINC INDUSTRIAS NACIONALES S.A.	56,551,887	0.64%
27	MONDELEZ PERU S.A.	53,029,942	0.60%
28	MICHELL Y CIA S.A.	52,190,053	0.59%
29	ALTAMAR FOODS PERU S.R.L.	51,088,853	0.58%
30	SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION SUCURSAL DE PERU	49,527,028	0.56%
31	CONFECCIONES TEXTIMAX S.A.	44,290,630	0.5%
32	CERAMICA LIMA S.A.	43,376,591	0.49%
33	PUERTOS DEL PACIFICO S.A.	43,308,333	0.49%
34	PRODUCTORA ANDINA DE CONGELADOS S.R.L.	42,144,778	0.48%
35	OXIDOS DE PASCO S.A.C.	42,134,967	0.48%
36	AGP PERU S.A.C.	41,257,985	0.47%
37	CAMET TRADING S.A.C.	40,631,020	0.46%
38	KIMBERLY-CLARK PERU S.R.L.	39,725,567	0.45%
39	TEXTILE SOURCING COMPANY S.A.C.	39,282,129	0.45%
40	NATUCULTURA S.A.	38,348,924	0.44%
41	INCA TOPS S.A.	38,087,312	0.43%
42	COSTA MIRA S.A.C.	36,843,820	0.42%
43	PERUPLAST S.A.	36,329,701	0.41%
44	COMPAÑIA GOODYEAR DEL PERU S.A.	36,182,222	0.41%
45	INTRADEVCO INDUSTRIAL S.A.	35,902,067	0.41%
46	INDUSTRIAS NETTALCO S.A.	35,722,695	0.41%
47	INVERSIONES PRISCO S.A.C.	35,019,466	0.4%
48	COMPANIA MINERA ARES S.A.C.	34,905,682	0.4%
49	AGRICOLA HOJA REDONDA S.A.	34,054,539	0.39%
50	EXPORTADORA ROMEX S.A.	33,984,371	0.39%
51	OTRAS	5,483,650,439	62%

Elaboración: ADEX DATA TRADE Fuente: Aduanas - Perú

Confirmó su director comercial, Doryan Zea

PEUSAC LANZARÁ AL MERCADO PRODUCTOS CERO AZÚCAR LIBRES DE GLUTEN

En el último trimestre del año, los productos cero azúcar y libre de gluten de la marca Universal estarán en todos los supermercados del Perú, anunció la empresa Productos Extragel y Universal (Peusac), que obtuvo recientemente la certificación de la Asociación de Celíacos del Perú (ACP) para diez productos: gelatinas cero azúcar en sus distintos sabores y presentaciones, flanes, mazamorra y pudines.

Su director comercial, Doryan Zea, indicó que el consumidor celíaco o intolerante al gluten tiene la garantía de contar con la venia de la ACP, por la rigurosidad en sus exámenes tanto de ingredientes como en contaminación cruzada. "Somos uno de los primeros en lograr la certificación de la ACP. Es un paso importante para la industria de alimentos procesados", subrayó.

Los productos cero azúcar representan el 10% del total de las ventas de Peusac.

Francia, Alemania y Bélgica

JOYAS NUNAI BUSCA LLEGAR A MÁS PAÍSES EUROPEOS

La empresa Joyas Nunai, dedicada al diseño y fabricación de joyería temática inspirada en la belleza minimalista, proyecta, en un mediano plazo, sumar más países de la Unión Europea a su número de destinos, dirigiéndose ahora a Francia, Bélgica y Alemania, precisó su gerenta general, Teresa Alva.

Luego de su provechosa participación en la tienda Crafts Council Perú de la feria Expoalimentaria 2019, Alva resaltó el interés que mostraron visitantes europeos y también de EE.UU., mercados en los que continuará fortaleciendo su presencia. "Las joyas de plata gozan de gran reputación a nivel mundial y si las elaboramos con piedras naturales, será mucho mejor", enfatizó.

Fundada en 2015, la empresa exporta sus productos a EE.UU., Chile, España y Países Bajos.

Seguros de carga internacional

SICHER CARGO ENFOCADA EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) interesadas en exportar, atraviesan múltiples riesgos como la pérdida parcial o total de su mercadería durante el traslado, lo cual podría generar que su capital se vea afectado o en el peor de los casos, que su negocio cierre. Ante ello el gerente general de Sicher Cargo Perú S.A.C., Rafael Del Campo, destacó la importancia de contar con un seguro de carga internacional.

"La misión de nuestra empresa es asegurar el capital del pequeño y mediano exportador en su proceso de exportación", precisó. Aseguró que además de dar el seguro de carga internacional, acompaña al empresario durante todo el proceso de exportación, asesorándolo en temas logísticos, aduaneros y de transporte.

En 2019 Sicher Cargo incrementó su presencia en el mercado en parte por su participación en los Juegos Panamericanos.

No se detiene

DANPER ATERRIZA EN ECUADOR

Danper, líder en el cultivo, producción y exportación de alimentos, empezó este 2019 a exportar mango fresco desde Ecuador junto a un grupo colombiano. La operación es ejecutada por Dominus, adquirida por la empresa de La Libertad, informó su CEO, Rosario Bazán, quien detalló que este año exportará veinticinco contenedores que saldrán desde el puerto de Guayaquil.

Recientemente Danper destacó en el décimo Concurso de Innovación de la Expoalimentaria 2019, al llevarse el primer lugar en la categoría Confitería y Snacks, por su Poshi, snack bajo en calorías elaborado con alcachofas marinadas en vinagre y aceite de oliva.

En la 11° edición de Expoalimentaria, sobresalió por su oferta alimentaria que exhibe los más altos estándares de calidad, eficiencia y sostenibilidad.

Es interesante por el poder adquisitivo de sus consumidores

SERRUTO E.I.R.L. PREVÉ INGRESAR A CHILE

Con más de diez años dedicados a la elaboración y comercialización de joyas en oro y plata, específicamente en tejido a crochet, la empresa Serruto E.I.R.L. a través de su marca Relise buscará un mayor posicionamiento en países de la región, por lo cual evalúa a Chile como su próximo destino.

"Ese mercado valora lo accesible y cómodo de los precios, así como el uso de piedras naturales y es interesante por el poder adquisitivo de sus consumidores, a quienes queremos llegar para que conozcan la variedad de nuestra joyería que se caracteriza por tener una identidad y porque se trabaja artesanalmente sin perder el toque detallista", manifestó su gerenta general, Rosa Serruto.

La empresa asociada de ADEX participó por primera vez en la tienda Crafts Council Perú instalada en la reciente edición de la feria Expoalimentaria.

Para este 2019

CACAO VALLEY LANZARÁ LÍNEA DE CHOCOTEJAS CON SU MARCA MARANÁ

La empresa Cacao Valley S.A.C., que produce y comercializa tabletas de chocolate de cacao peruano, lanzará este año su nueva línea de chocotejas Premium bajo su marca comercial Maraná. "Además de su alta calidad y el manjar blanco, incluiremos relleno de frutas como lúcuma, mango, aguaymanto, maracuyá y otros", refirió su cofundadora y gerenta general, Zulema León.

La vocera añadió que su portafolio es de diez chocolates con cacao de tres regiones: Cusco, Piura y San Martín (dark al 80%, dark al 70% y milk al 50%). En el caso de Cusco, cuenta con uno adicional que es dark al 100%. Cacao Valley exporta a Japón, Taiwán, Bélgica, Reino Unido, Italia, Francia, Portugal, España, Holanda, Chile y EE.UU.

El 50% de su producción se dirige al exterior. Pronto ingresará a Australia, China y países árabes.

Luego de su exitosa participación en Expoalimentaria 2019

MÉRIEUX NUTRISCIENCES REALIZARÁ NUEVAS INVERSIONES EN EL PERÚ

Con el fin de destacar como un actor importante en el desarrollo de las agroexportaciones, la multinacional Mérieux Nutrisciences invertirá alrededor de US$ 3 millones para mejorar sus servicios de laboratorio, ampliando el que funciona en Lima, tanto en extensión territorial como en personal calificado, para ofrecer mejores y mayores servicios al exportador peruano.

"Perú es una referencia mundial en alimentos, está creciendo mucho en mercados de Europa, Asia y en EE.UU., y vemos una oportunidad enorme para nuestro negocio. El potencial de la exportación de alimentos es tan grande que nos expandiremos hacia el año 2020", informó su director ejecutivo para Sudamérica, Eugenio Luporini.

La multinacional participó en Expoalimentaria 2019. Recibió a empresas comercializadoras y exportadoras de granos, frutas y verduras, entre otros.

Tiene presencia en Chile, Colombia y Ecuador

OMI ARGENT BUSCARÁ OPORTUNIDADES EN EMIRATOS ÁRABES UNIDOS Y JAPÓN

OMI Argent Peruvien S.A.C., empresa con quince años en el mercado y dedicada al diseño y fabricación de joyas de alta calidad con metales finos y piedras semipreciosas que exporta a EE.UU. e Italia, prevé aproximarse este año a potenciales clientes de Japón y Emiratos Árabes Unidos, reportó su gerenta general, Jenny Mayorca.

"En octubre participaremos en una reunión con inversionistas de Dubai (Emiratos Árabes Unidos) y Japón a quienes presentaremos no solo joyería, sino también productos a base de cuero con alpaca 100% certificada. La idea es ofrecer una amplia variedad", sostuvo en el marco de su primera participación en la tienda Crafts Council Perú de la feria Expoalimentaria.

OMI Argent tiene tiendas en Lima, Cusco y Tumbes. Próximamente llegará a Arequipa.

Maquinaria de refrigeración

TALMA MEJORA SUS SERVICIOS DE CÁMARAS DE FRÍO

En los próximos dos meses la empresa Talma Servicios Aeroportuarios S.A. reemplazará toda su maquinaria de refrigeración para proporcionar un mejor servicio (temperaturas y humedad relativa óptima) a sus clientes, informó el subgerente comercial de carga, Carlos Cruz Matsuda.

El proyecto de inversión incluye la implementación de un 'túnel de frío', que dará un golpe de frío a la mercadería que, en su traslado, fue expuesta a temperaturas relativamente altas. "La carga debe estar a cierta temperatura. Si en algún punto es expuesta al calor, necesita bajar su nivel de frío de forma inmediata y nivelarse al grado idóneo", explicó.

El 80% de la carga que maneja Talma corresponde a productos perecibles, mientras que el 20% es de carga seca.

Japón y Corea del Sur en su mira

ALBUGAT S.A.C. ESTIMA POSICIONARSE EN ASIA ORIENTAL EN MEDIANO PLAZO

La empresa Albugat S.A.C., que comercializa productos naturales, ingresará a más mercados en el mediano plazo. "Nos interesa llegar a países asiáticos, principalmente Corea del Sur y Japón. También tenemos en la mira Australia y Emiratos Árabes Unidos", informó su gerente general, Armando Bustamante Ballón.

Mencionó que su oferta actualmente posicionada en Qatar, España, República Checa y Turquía se distribuye en la cadena retail, tiendas gourmet, aeropuertos, restaurantes, hoteles y cafés del exterior. Su objetivo es expender productos orgánicos, mantener la sostenibilidad de los ecosistemas de la Amazonía, las prácticas de responsabilidad social y el comercio justo.

En su portafolio de productos está el café, cacao, maca, chía y aguaje, entre otros.

De Huancavelica para el mundo

SNACKS DE AGROPÍA CONQUISTAN EL 'VIEJO CONTINENTE'

La Cooperativa Agraria Agropía, empresa proveniente de la región Huancavelica, ya llega a Francia, Bélgica, Alemania, Austria y España con sus snacks de papa nativa. De las 250 toneladas de papas que producen al año, 230 son convertidas en snacks y el resto se vende en el país, informó su presidente, Elvis Romero.

A la fecha posee una planta de procesamiento con una capacidad para seiscientas toneladas al año. "De cada siete toneladas de papas nativas se producen 25 mil fundas de snack de 100 gramos cada una", detalló Romero. Su marca es 'Ecofrenda'.

Las papas nativas con las que trabaja Agropía son de alta calidad proteica, con antioxidantes y micronutrientes esenciales (hierro y zinc).

Su principal producto es la páprika

S&M FOODS INCREMENTARÁ SUS DESPACHOS EN 16,6%

S&M Foods, compañía procesadora de saborizantes, productos capsicum y granos andinos, exportaría 7,000 toneladas de capsicum secos, 16,6% más que lo despachado en 2018. De este total, el 70% sería páprika que se envía a EE.UU., México, España, Guatemala, Hungría y Dubái (Emiratos Árabes Unidos). Otros son ají guajillo y ancho.

La producción proviene de 1400 hectáreas: doscientas son de la empresa (en Áncash y Piura), quinientas de pequeños y medianos productores a los que S&M Foods otorga insumos y asesoramiento y las setecientas restantes son de otros agricultores a los que les compra los productos.

S&m Foods tiene alrededor de doscientos colaboradores entre directos e indirectos.

Nuevos retos a la vista

SELVA INDUSTRIAL PROYECTA SU INGRESO A ASIA Y OCEANÍA

La empresa productora de jugos, Selva Industrial, dará pasos para acercarse a Oceanía y Asia, reveló su gerente comercial, Renzo Gómez. Agregó que su representada sigue trabajando para consolidarse en algunas plazas de Europa y tomar ventaja de destinos más cercanos como Sudamérica y Estados Unidos, a donde ya exporta.

Al cierre del año, la empresa apunta a crecer 5%, sustentando su desempeño en la diversificación, pues además del maracuyá y el mango, incorporó a su portafolio de frutas tropicales la piña, naranja, camu camu y otros. "El maracuyá posee un sabor entre dulce y ácido, una combinación que permite que los productos con este fruto no tengan octógonos", añadió el empresario.

El gerente comercial de Selva Industrial, Renzo Gómez.

Al gozar de un régimen especial en materia tributaria y aduanera

AGROEXPORTADORES DEBEN APROVECHAR VENTAJAS OTORGADAS POR ZOFRATACNA

La Unión Europea (UE) ve con mucho interés el desarrollo de la Zona Franca de Tacna (Zofratacna), toda vez que se trata de un sistema que ofrece ventajas competitivas a las empresas que operan en esta zona y las ayudará a afrontar los desafíos comerciales que exige el mercado mundial, consideró el embajador de la UE en el Perú, Diego Mellado.

Como parte de su visita a Zofratacna, junto a una delegación de embajadores de la UE, el diplomático destacó el potencial de la zona franca tacneña para dinamizar el comercio de las empresas peruanas dedicadas principalmente a las agroexportaciones.

En opinión de la UE, las empresas peruanas pueden adaptarse a las exigencias de los mercados mundiales mediante las ventajas ofrecidas en Zofratacna.

Sumará más mercados

CORPORACIÓN SEALER'S FORTALECE SU EXPANSIÓN

La compañía peruana Corporación Sealer's, líder en el diseño, fabricación y comercialización de precintos de seguridad, y con veintisiete años en el mercado exportando a países de Sudamérica (Colombia, Ecuador y Bolivia) y América Central (Panamá y República Dominicana), llegará a México, adelantó su gerenta general, Silvia Arroyo.

Recientemente, la empresa participó en la conferencia Seguridad Integral en tus Exportaciones en la que dio a conocer pautas para la adquisición, registro, control, uso y verificación de los precintos de seguridad destinados a garantizar la integridad y seguridad de la carga transportada en contenedores, furgones, cisternas y demás plataformas empleadas en el sector exportador.

La gerenta general de Corporación Sealer's, Silvia Arroyo Nieva.

Fundada hace treinta años

CANDELA PERÚ CERRARÁ EL 2019 CON CRECIMIENTO DEL 20%

Candela Perú, empresa productora y comercializadora de superfoods orgánicos, aumentará su cartera de mercados internacionales para asegurar el 20% de crecimiento este año, con su próximo ingreso a nuevos países aprovechando los acuerdos comerciales suscritos por Perú con Singapur, Tailandia, Corea del Sur, Japón y China, detalló su fundadora y gerenta general, Guadalupe Lanao.

A la fecha su portafolio es de sesenta productos divididos en cinco líneas con su marca Candela: nuez amazónica, sacha inchi y aguaymanto deshidratados; derivados del cacao y chocolate; polvos (nuez amazónica, cacao, maca, lúcuma y sacha inchi) y aceites para alimentos y para la industria cosmética.

El 95% de su producción se dirige al exterior, destacando EE.UU., Canadá, Bélgica, Francia, Alemania, Italia y España. El 5% se distribuye en el mercado nacional.

CONTRANS

Logística segura, ágil y sencilla

Somos parte del GRUPO TRANSMERIDIAN, el único grupo en el Perú que cuenta con una integración horizontal en todos los SERVICIOS LOGÍSTICOS.

Nuestros Servicios

- Depósito Temporal
- Centro de Distribución
- Depósito Autorizado
- Crossdocking
- Depósito Simple
- Transporte y Distribución
- Gestión y Entrega de Contenedores Vacíos
- Servicios de Valor Agregado
- Almacenaje en tránsito de contenedores
- Consolidación, desconsolidación y trasegado de mercadería

www.contrans.com.pe (+511) 612 3500 ventas@contrans.com.pe

Callao
Av. A Nro. 204 Fnd. Ex-Fundo Oquendo (Alt. Km 8.5 Av. Néstor Gambetta Antes Av. Oquendo) Prov. Const. del Callao, Perú

Lurín DAS
Sublote 4-7, Lurín (Esquina Avenida Industrial con Av Gasoducto, altura Km 35 Panamericana Sur).

Lurín CD
Av. Industrial Lote 5B - 2, Urb. Las Praderas de Lurín, Lurín

GRUPO TRANSMERIDIAN

expoalimentaria

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Sé parte de **Expoalimentaria Digital 2019**

- Registre sus productos
- Promocione su oferta
- Mantenga contactos con compradores Internacionales
- Cree su catálogo en línea
- Venda más a través de este canal digital

Fácil, rápido y efectivo

— Beneficio para **asociados de ADEX** y expositores de **Expoalimentaria 2019** —

www.expoalimentariaperu.com | T: (51-1) 618-3333 - ext: 4204, 4208, 4403 C: expoalimentaria@adexperu.org.pe

Organizador: ADEX ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Co-Organizadores: PERÚ Ministerio de Agricultura y Riego · PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo · PERÚ Ministerio de Relaciones Exteriores · prom perú

Media Partner: Perú exporta