ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Perú exporta

N° 409 mayo-junio 2018

Perú debe avanzar hacia una visión de desarrollo

EL OTRO MUNDIAL

En términos de exportaciones se tiene que mejorar las capacidades de los 'productos estrella' y sumar otros. P. 8

Pedido de exportadores respecto al primer mensaje por Fiestas Patrias del presidente Martín Vizcarra

Cambios en el manejo de la política económica P. 10-13

Gracias a la tecnología pueden protegerse de amenazas y riesgos

Seguridad en tiempo real para las empresas P. 44-45

ADEX
INSTITUTO

CONQUISTA **EL MUNDO** A TU MANERA

EXPORTA

APROVECHA LOS DESCUENTOS

40% Dscto. en la matrícula

+

30% Dscto. en tu 1era cuota

CONOCE NUESTRAS CARRERAS

- Administración de Agronegocios
- Marketing Internacional
- Logística Internacional
- Administración
- Negocios Internacionales

Últimas Vacantes

Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado de Comercio Exterior (R.M. 1066-84-ED, 29/08/84; Revalidado R.D.043-2005-ED, 24/02/05)

INFORMES
618-3366

997-532-059
admision.instituto@adexperu.org.pe
instituto.adex.edu.pe
Av. Javier Prado Este N° 2875, San Borja

DIPLOMADOS, CURSOS Y TALLERES

HAZ NEGOCIOS CON EL MUNDO

ADEX
ESCUELA

adexescuela.edu.pe

DIPLOMADOS

- Gestión del Comercio Internacional
- Agroexportaciones
- Gestión Logística
- Gestión Aduanera

MISIONES

- Misiónes Académicas Comerciales a: Panamá, Canadá y China.
- Study Trips Empresariales

CURSOS Y TALLERES

- Intensivo de Comercio Internacional (también en versión online)
- Auxiliar de Despacho Aduanero
- Liquidador de Despacho Aduanero
- Taller de Importaciones

  Taller Importando una Muestra desde China

PROGRAMAS IN COMPANY

Capacitaciones Diseñadas a la medida de empresas

INFORMES E INSCRIPCIONES:

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

Sede San Miguel
Calle Martín de Murúa 187 ED. Maranga, 2do piso
(511) 618-3360
Anexos: 9010-9014-9016
997547458
adexsanmiguel@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
Calle Las Beatas 704, Cayma
(054) 602-900
Anexos: 8020-8021
informesregionsur@adexperu.org.pe

Sede Chiclayo
Calle Manuel María Izaga 690, 6to Piso
(074) 605-500
Anexos: 8001-8002
cnunez@adexperu.org.pe

Perú exporta

Revista de la Asociación de Exportadores

Av. Javier Prado Este 2875 - San Borja – Lima, Perú
Teléfono: (0051 -1) 6183333 Anexo: 4008 y 5102
www.adexperu.org.pe

Juan Varilias Velásquez
Presidente de la Asociación de Exportadores – ADEX

Jorge Urbina Vargas
Gerente General (e)

Consejo Editorial
Carlos González Mendoza
Javier Villanueva Nehmad
Jorge Urbina Vargas
Marianna Sousa Benites
Julio César Rivero
Maribel Espinoza Muñante
Daisuke Jiro Kitayama

Edición General
Rosa L. Chávez V.

Coordinación General
Francisca Huamaní Q.

Redactores
Anthony Apaza C.
Jaime Flores Pérez
Jean Hillpha Rueckner
Lucía Pareja La Cruz

Colaboradores
Nancy Arrelucé
Carlos Adriano
Rocío Valdiviezo

Fotografía
Archivo ADEX

Diseño y Diagramación
Gabriela Mas Rivera

Para Contactos
Contenidos:
Teléfono: (01) 6183333
Anexo: 4008
fhuamani@adexperu.org.pe

Publicidad
Canny De Los Ríos
Teléfono: (01) 6183333
Anexo: 5417
cdelosrios@adexperu.org.pe
publicidadrevista@adexperu.org.pe

PERÚ EXPORTA

Revista producida y editada por el Área de Prensa y Comunicaciones de la Asociación de Exportadores - ADEX

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
HTTP://WWW.ADEXPERU.ORG.PE

2018 - 2019

ADEX
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

Av. Javier Prado Este 2875
San Borja – Lima, Perú
Teléfono: (0051 -1) 6183333
Telefax: (0051-1) 3461879
www.adexperu.org.pe

CONSEJO EJECUTIVO 2018-2019

PRESIDENTE
Juan Varilias Velásquez

1er vicepresidente
Max Alvarado Jiménez

2do vicepresidente
Erik Fischer Llanos

Tesorero
William Urbina Rivera

Secretario
Orlando Vásquez Buenaño

Vocales
Carlos Penny Bidegaray
Javier Martínez Briceño

Expresidente
Alfonso Velásquez Tuesta

Gerente general (e):
Jorge Urbina Vargas

COMISIÓN REVISORA DE CUENTAS

Presidente:
José Antonio Chávarri Arévalo

Vocales:
Vicente Chang-Say Yon
Juan Bernardo Arriola Colmenares

COMITÉS

AGROEXPORTACIONES

Agroindustrias, alimentos y bebidas:
Max Alvarado Jiménez
Guillermo Arce Sensebé

Agropecuario:
Liz Magaly Soto
Gustavo Contreras Castro

Capsicum:
Renzo Gómez Moreno

Café y cacao:
Ricardo Huancaruna Perales
José Joaquín San Martín Tudela

Colorantes y extractos naturales:
Daniel Nakamura Kato

Flores:
Rodolfo Bachmann Keller
Piero Vittorelli Ghiglino

Frutas y hortalizas:
Eric Farah Bote
Fernando Bustamante letts

Menestras y otros granos:
Andrés Escalante Velarde
Lidia Cortez Ñaca

Productos naturales:
Luz María Janampa Mendoza
Herbert Telge Noriega.

Pisco y otras bebidas alcohólicas:
William Urbina Rivera
Paola Vidal Pinedo

MANUFACTURAS

Artesanías:
Orlando Vásquez Buenaño
Rubén Berrocal Ruiz

Confecciones:
César Tello Ramírez
Pedro Gamio Palacios

Joyería y orfebrería:
Julio Pérez Alván
Rocío Mantilla Goyzueta

Manufacturas e industrias conexas:
Arón Prado León
Jorge Shute Álvarez

Metalmecánica:
Manuel Alfaro Salmón
Martín Majluf Brahim

Químico:
Vicente Chang-Say Yon
Juan Arriola Colmenares

Textil:
Carlos Penny Bidegaray
Silvia Crosato Bruni

SERVICIOS E INDUSTRIAS EXTRACTIVAS

Comercio e importaciones:
Edgardo Carbonel Cavero
Juan Ernesto Pacheco Enciso

Envases, embalajes y productos del papel:
Carlos Kouri Cahuas
Junior Ocaña Barrera

Madera e industrias de la madera:
Mario Arbe Saldaña
Erik Luis Fischer Llanos

Minas e industrias conexas:
Ulises Solís Llapa
Pedro García Varela

Pesca y acuicultura:
Henry Quiroz López
Jaime Bertie Brignardello

Servicios al comercio exterior:
José Carlos Schroth Parra del Riego
Alex Kudzuma Nishi

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
Alfonso Velásquez Tuesta
John Stenning Orellana (†)
Luis G. Vega Monteferri
José Luis Silva Martinot
Juan Varilias Velázquez
Eduardo Amorrortu Velayos

CONTENIDO

IMPACTO ECONÓMICO:

Pedido de exportadores respecto al primer mensaje por Fiestas Patrias del presidente Martín Vizcarra.

Cambios en el manejo de la política económica

IMPACTO ECONÓMICO:

Costa Rica, República Dominicana y Colombia aplicaron políticas exitosas.
14 **Nuevo régimen de Zonas Económicas Especiales para el Perú.**
Solo así se logrará que las ZED y Zonas Francas sean las aliadas que las empresas necesitan para ser más competitivas.
16 **Se requiere el compromiso del gobierno.**

PERÚ COMPITE:

Mesas Ejecutivas Sectoriales ayudan a resolver los cuellos de botella de varios sectores económicos.
17 **¿Mesas que más trabajan?**

Expectativa de ADEX respecto a la próxima Cumbre AP a realizarse en julio en Puerto Vallarta, México.
18 **A la búsqueda de una profunda integración económica.**

LECCIONES:

20 **Importancia de los medios de pago en los planes de negocios de exportación.**

PERÚ COMPITE:

La décima edición de la feria se realizará el 26, 27 y 28 de setiembre en el Centro de Exposiciones del Jockey Club.
21 **Expoalimentaria promueve oferta de alimentos al mundo.**

Es el gran enemigo del país y hay que cerrar filas contra ella.
22 **Informalidad afecta a trabajadores.**

Dificultad para ingresar al Puerto del Callao afecta el comercio exterior.
24 **Sobrecostos logísticos restan competitividad al país.**

Propuestas para impulsar los envíos de prendas.
26 **Innovar y aprovechar el potencial milenario de textiles.**

PERÚ COMPITE:

Llegaron al Perú especialistas de la empresa Novogen.
29 **Avicultura peruana apunta a su fortalecimiento.**

CIEN-ADEX identificó 105 oportunidades en ese país.
30 **Buen panorama en Colombia.**

Asegura docente de la UNALM, Roberto Ugás
31 **Variedades registradas de ajíes crecerá conforme aumente la investigación.**

Campaña de promoción ayudaría a colocar más productos en el mercado altiplánico.
32 **Bolivia: mercado con buen augurio.**

GUÍA EXPORTADORA:

Impresión digital para envolturas flexibles.
37 **Conozca una opción de empaques para enviar muestras.**

Prioriza imágenes de gran impacto.
38 **Moda 'online'.**

Recomendaciones de Araya & Cía. Abogados.
39 **Evite riesgos al exportar frutas y hortalizas.**

40 **Mecanismos de facilitación del comercio exterior.**

GUÍA EXPORTADORA:

El programa continuará cuando se transfieran los recursos a Foncodes.
42 **'Compras a MYPErú' debe reactivarse.**

Especialista María Pía Castro da consejos.
43 **Evite errores en los pagos internacionales.**

Gracias a tecnología las empresas pueden protegerse de amenazas y riesgos
44 **Seguridad en tiempo real.**

Con el uso de dispositivos ahorradores y labor de mantenimiento.
46 **Reduzca sus gastos por consumo de agua.**

GUÍA EXPORTADORA:

47 Naturally Divine. **Orgánico, silvestre, natural y ecológico.**

48 Industria FerSal. **Exportará bebida energética a Rusia y EE.UU.**

49 Elisur Organic S.A.C. exporta jengibre y cúrcuma fresco. **Apuesta por lo orgánico.**

50 Laurentina. **Moda femenina para exportación.**

DATA:
51 **Data: Ranking de empresas.**

MUNDO ADEX:

57 **IV Foro Logístico para el comercio exterior.**

58 **Colaboradores son base del crecimiento de ADEX.**

DE EXPORTACIÓN

59 **Ceprayde produce prendas con cuero de alpaca.**

59 **San Roque ingresará a Chile y Honduras.**

59 **Drafpack trasladará su planta de producción.**

60 **Tech Trade estima crecimiento de 20% este año.**

60 **Industria La Pirca S.A.C. lanzará tres nuevos piscos.**

60 **Amfa Vitrum busca llegar a nuevos mercados.**

61 **FBG sumará más oficinas en China.**

61 **Waala industrias S.A.C. moderniza su proceso productivo.**

61 **Alianza Metalúrgica duplica sus exportaciones.**

62 **SRM Safi implementó plataforma digital para créditos financieros.**

62 **Beo S.A.C. crecerá 60% al término del 2018.**

62 **Intedya: Oportunidad de desarrollo para pymes.**

Editorial

El otro Mundial: Para ser una economía del primer mundo debemos avanzar hacia una visión de desarrollo

Juan Varilias Velásquez
PRESIDENTE

Si tuviéramos que sintetizar en una sola frase lo que le falta a Perú para avanzar hacia lo que entendemos por una economía de primer mundo, nos atreveríamos a decir que es la visión de desarrollo. Para explicar mejor esta frase es inevitable hacer una comparación con la participación del Perú en el mundial de fútbol después de 36 años.

La selección nacional reúne a los mejores jugadores del país. Ellos representan la mejor capacidad "productiva" del país y tienen una determinada competitividad que nos permitió estar en el mundial y alcanzar una posición determinada en la tabla de posiciones.

En ese contexto, el muy corto plazo está delimitado al tiempo que dura un partido y el resultado depende de los jugadores que están en la cancha y de los que están en el banco de suplentes. El corto plazo viene a ser el campeonato en su conjunto. La capacidad del equipo descansa en los 23 jugadores y la planificación estratégica que se hace sobre todos los partidos que se jugarán.

El largo plazo nos lleva a pensar en la participación del Perú en los próximos mundiales. Si queremos clasificar y tener mejores resultados en el futuro, debemos pensar en muchas cosas para mejorar nuestra competitividad: mejores equipos nacionales, divisiones inferiores, infraestructura, educación, etc.

En esos mismos términos, la oferta exportadora es la selección de los mejores productos del Perú. El muy corto plazo está circunscrito en la capacidad vendedora de nuestras empresas para convencer a los clientes a comprar los productos que ya tenemos.

El corto plazo implica asegurar la sostenibilidad de los productos en los mercados. "Ganar a la mayor cantidad de rivales (productos de otros países) en todas las canchas (mercados)".

Hasta este punto, los resultados dependen de las capacidades de los 'jugadores estrella' que ya hemos formado.

Actualmente, nuestra capacidad exportadora descansa fundamentalmente en la minería y en la industria de alimentos. Nuestras manufacturas atraviesan un momento crítico y requieren de una redefinición estratégica, pero, si miramos al largo plazo, se debe mejorar la capacidad exportadora de los sectores y trabajar otros como la acuicultura, forestal y minería no metálica, que serían nuestras divisiones inferiores con gran potencial futuro.

Es en este plano que se debe valorar la importancia de una visión de desarrollo. Por la falta de visión de largo plazo, hace casi una década dejamos de hacer reformas y nos rezagamos en el ranking de competitividad global.

Por esa misma razón, carecemos de políticas de desarrollo sectoriales que nos permitan anticipar los problemas futuros de la minería y el agro, las dificultades actuales de la agroindustria y no afrontamos las barreras estructurales que impiden aprovechar nuestras riquezas acuícolas, forestales y mineras no metálicas que son inmensas.

Por la falta de un enfoque de desarrollo, hay quienes piensan que el éxito de las agroexportaciones descansa en determinados beneficios tributarios y laborales y que, por lo tanto, el éxito de unos se debe a la explotación de otros y se empeñan en cambiar el modelo de desarrollo que podría beneficiar a miles de productores agrícolas.

Lamentablemente, no tenemos las organizaciones públicas y privadas necesarias para construir una visión de país y definir una estrategia de desarrollo. Sin embargo, volviendo al ejemplo del mundial de fútbol al que Perú volvió después de 36 años, nunca es tarde para empezar a hacer lo correcto y trabajar en la reforma institucional del país. (Columna publicada en Gestión el 02 de julio del 2018).

ADEX

IX CONVENCIÓN INTERNACIONAL DE CAPSICUM

5, 6 y 7 DE SETIEMBRE

H. COSTA DEL SOL - TRUJILLO

"Celebrando la identidad del Ají en los peruanos"

MÓDULOS

- Cultivo, Inocuidad, Sanidad y Acceso a Mercados
- Competitividad
- Tendencias y Mercados
- Innovación

EXPOSITORES

" TENDENCIAS Y MERCADOS "

A.H.M. Haneef
Managing Director at American Specialty Foods Co, Houston, USA. And Dubai, UAE.

" INNOVACIÓN "

Pedro Prieto Hontoria
Master Europeo en Nutrición y Metabolismo (E-MENU) por la Universidad de Navarra.

¡COMPRA TU ENTRADA!*

Socios	No Socios	Productores	Estudiantes
S/ 300	S/ 400	S/ 100	S/ 80

(*) Precios Incluyen IGV

www.adexperu.org.pe

Contacto: Lizbeth Mucha C: eventosadex4@adexperu.org.pe Tel: 618-3333 ext.: 5217

ORGANIZADOR: ADEX

CO-ORGANIZADORES: PERÚ Ministerio de Agricultura y Riego · PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo · Gobierno Regional La Libertad · Proyecto Especial Chavimochic · prom perú

PATROCINADORES: Farmex · syngenta · FARMAGRO · CNTA

AUSPICIADORES: Agronegocios Génesis · Seminis

MEDIA PARTNERS: Redagrícola · Perú exporta

El trabajo conjunto entre el Estado y la empresa es vital para asegurar el crecimiento sostenido de las exportaciones y su promoción en nuevos destinos.

Pedido de exportadores respecto al primer mensaje por Fiestas Patrias del presidente Martín Vizcarra

CAMBIOS EN el manejo de la POLÍTICA ECONÓMICA

- También solicitan medidas a favor de la competitividad, políticas sectoriales y sostenibilidad social y ambiental mediante el establecimiento de un régimen laboral flexible con nuevos mecanismos de seguridad para los trabajadores.

La algarabía originada por el Mundial Rusia 2018 culminó y la población peruana vuelve su mirada al análisis de la situación política, social y económica del país. Así, diversos sectores, entre ellos el empresarial, está a la expectativa de lo que el jefe de Estado, Martín Vizcarra, incluirá en su primer mensaje a la Nación, el próximo 28 de julio.

En la Asociación de Exportadores (ADEX) persiste la preocupación sobre cómo el Ejecutivo ayudará a mejorar la competitividad del sector y es que para su presidente, Juan Varilias Velásquez, después de las reformas económicas ejecutadas en los 90 y la apertura al comercio mundial, el crecimiento económico depende hoy más de las inversiones, exportaciones y consumo privado, que del gasto de gobierno.

¿Qué acciones debe poner en marcha el gobierno para sostener y acelerar el crecimiento de los envíos de los sectores

Las exportaciones peruanas son intensivas en mano de obra por lo que deben ser impulsadas por el gobierno.

"La inversión se detuvo **POR LA DESCONFIANZA DE LOS EMPRESARIOS, Y LAS EXPORTACIONES** pasaron por una crisis de cuatro años y recién, están empezando a recuperarse".

claves? Varilias resalta que el país posee una inmensa riqueza para aprovechar y un enorme conjunto de oportunidades en el mercado internacional; no obstante, falta una visión y estrategia de largo plazo. Más importante aún, espera un cambio sustancial en el manejo de la política económica.

Opina que el gobierno no debe centrarse solo en el enfoque fiscal de la economía, sino, encaminarse en tres cosas fundamentales. La primera es una mejora significativa de la competitividad para impulsar las inversiones y exportaciones, tomando la decisión firme de reducir la brecha de infraestructura, acelerar la reforma educativa, fomentar la innovación tecnológica, y modernizar las instituciones públicas.

El presidente del Comité de Manufacturas e Industrias Conexas, Arón Prado.

Un segundo punto es la implementación de políticas de desarrollo sectoriales, renovando la vigencia de la Ley de Promoción Agraria, y replicando el modelo en otros sectores productivos y exportadores. "También debe usar nuevos instrumentos como las Zonas Económicas Especiales (ZEE), y crear más mesas ejecutivas sectoriales para estructurar las políticas que cada sector necesita según su propia realidad", añade.

Señala que reenfocar las políticas para la sostenibilidad social y ambiental del país mediante el establecimiento de un régimen laboral flexible, con nuevos mecanismos de seguridad para el trabajador. "Urge la reforma del sistema de seguro social prácticamente quebrado, la lucha contra la pobreza fundamentada en el impulso del emprendimiento antes que apoyarse en un modelo de asistencialismo gubernamental", dice.

A su turno, el presidente del Comité de Manufacturas e Industrias Conexas del gremio, Arón Prado, resalta la importancia de que se den a conocer medidas específicas para agilizar la recuperación de la industria peruana. "Para las Pymes un tema importante es la creación de parques industriales privados para llegar al bicentenario como un país más industrializado", añade.

Recordó que el parque industrial de Ancón, actualmente en proyecto, entraría recién en funcionamiento en 20 años, lo cual es demasiado tiempo. Otro tema es el referido al aprovechamiento de la Alianza del Pacífico que tiene un rol preponderante para las pymes. "Se debe brindar asistencia técnica y capacitar a las pymes para que participen en las licitaciones públicas provenientes de los países de la AP y la CAN", explica.

Para el vicepresidente del Comité Agroindustrias, Alimentos y Bebidas de ADEX, Guillermo Arce, se debe convocar a una mesa técnica que atienda las sugerencias de los agroexportadores. "Confiamos que el presidente Vizcarra, quien conoce muy bien el tema agrario, deje de lado lo político y priorice lo técnico, para que la mesa se concrete en el segundo semestre del año", exhorta.

"El Estado de la mano con el sector privado deben promover la participación conjunta de las pymes de la Alianza del Pacífico (AP) en el mercado chino", sostuvo el **presidente del Comité de Manufacturas, Arón Prado.**

Sostiene que se debe seguir con la promoción de la oferta peruana en el exterior. "Por ejemplo Taiwán (Asia), y varios países árabes como Arabia Saudita, son mercados potenciales porque valoran nuestros productos naturales y orgánicos. Tenemos el cacao fino de aroma, frutas exóticas, once variedades de yuca, diferentes variedades de hortalizas, y más especies que pueden tener nichos en estos destinos que parecen lejanos", detalla.

A tomar en cuenta

Para ADEX, el mensaje presidencial debe contemplar además la mejora de las políticas públicas y acciones inmediatas para reducir la mortandad empresarial. Como se recuerda, un total de 1,501 empresas, mayormente del sector no tradicional, dejaron de exportar en el primer trimestre del 2018, lo que representó un incremento de 11.9% respecto al mismo periodo del 2017, año en que salieron 1,341, de acuerdo a lo reportado por el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX.

Hablan los economistas

Economista y Máster en Políticas de la Universidad de Maastricht,
Hernán Briceño

Debe poner énfasis en que la inversión en investigación y desarrollo es un insumo importante y básico para la innovación tecnológica que beneficiaría a las exportaciones. Mientras países como Corea del Sur invierten el 3.5% de su PBI; en Perú no llega al 0.1%.

El éxito de muchos países radica en que han permitido mayor integración entre empresa, gobierno y academia (universidades). La recuperación para lo que resta del año dependerá de nuevas políticas públicas que implemente el gobierno. Recordemos también, que reducir la incertidumbre política permitirá mayores inversiones, siempre y cuando se mantenga buen clima político y social.

Es vital diversificar nuestros destinos. Nuestros aliados fuertes son EE.UU. y la Unión Europea, pero no descuidemos Asia. Sigamos evaluando con qué otros países podemos concretar más acuerdos comerciales. Podemos ver Oceanía (Australia y Nueva Zelanda) en donde su población tiene un alto poder adquisitivo, un ingreso per cápita bastante interesante y donde existe demanda potencial de muchos de nuestros productos.

Economista y gerente general de Consultoría Económica ASFINSA,
Javier Zúñiga

Vizcarra y su entorno deben buscar la tranquilidad política para lograr la estabilidad económica ansiada. Debe contrarrestar el ruido político entre el Ejecutivo y el Legislativo, para que las empresas, que son las que generan mayor inversión, apuesten por más desarrollo.

El presidente debe garantizar tres reglas de oro: Uno, estabilidad política y económica; dos, un Poder Judicial justo, para una mejor lucha contra la corrupción; y tres, no cambiar las reglas del juego vigentes a la fecha. Esto último debe garantizarse, ya que al mantener las reglas actuales el inversionista local y extranjero se atreverá a apostar por el Perú.

Debe mantener la Ley de Promoción Agraria que sería extendida hasta el 2031 y extenderse a otros sectores, en especial el manufacturero. La apertura comercial es importante, debemos seguir apostando por llegar a más mercados, no debe descartarse China e India, que tienen 1,500 millones y 1,280 millones de habitantes, respectivamente. También se necesita más promoción y difusión.

Costa Rica, República Dominicana y Colombia aplicaron políticas exitosas

NUEVO RÉGIMEN de Zonas Económicas Especiales para el Perú

Las Zonas Económicas Especiales de Colombia constituyen una experiencia exitosa en América Latina.

■ Se debe fortalecer la institucionalidad de las ZEE, y establecer una nueva política con objetivos claros, aplicando mecanismos como encadenamientos productivos y diversificación productiva, ajustados a la realidad peruana.

Perú pertenece al grupo de países de la región que no avanzó lo suficiente en el desarrollo de sus Zonas Económicas Especiales. Tiene cuatro que aún no despegan por lo que, si realmente se quiere lograr un cambio, se hace necesario ordenar el marco legal vigente e impulsar su fortalecimiento institucional.

La investigadora en Integración Económica del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores -CIEN-ADEX-, Gabriela Padilla Espinoza, considera que en el Perú se debe establecer un nuevo régimen de ZEE que sea atractivo a la inversión extranjera directa con innovación científica y tecnológica, capaz de producir bienes y servicios con mayores niveles de valor agregado.

Indica que se necesita reformular el marco operativo considerando beneficios tributarios focalizados en función a la capacidad productiva de las empresas. Bajo este nuevo enfoque, el sector privado debe ser el promotor de la creación de nuevas ZEE competitivas.

Considera que el Estado evaluará y aprobará las iniciativas privadas, además de brindar condiciones necesarias como agua, electricidad, alcantarillado, carreteras pavimentadas, entre otros, para la implementación de las nuevas ZEE. "La generación de mano de obra calificada debe ser otro de los objetivos del nuevo régimen", afirma la especialista.

Las autoridades peruanas en esta materia tienen el gran reto de redefinir el rumbo de desarrollo de las ZEE, a fin de ponerlas a la par con las mejores experiencias de América Latina. En tal sentido, se deben desarrollar mecanismos como encadenamientos productivos y diversificación productiva, ajustados a la realidad peruana.

EXPERIENCIAS EXITOSAS EN AMÉRICA LATINA

Desde inicios del nuevo milenio la tendencia mundial de desarrollo de ZEE se orienta hacia el desarrollo de la innovación científica y tecnológica; y aunque en América Latina esta tendencia es todavía incipiente, países como Costa Rica y Panamá apuestan por brindar máximos beneficios a los sectores con innovación tecnológica bajo el régimen de ZEE.

Las experiencias más exitosas en la región son las de Costa Rica, República Dominicana y Colombia, debido a que enfocaron sus objetivos en aspectos como la diversificación productiva, atracción de inversión extranjera directa y generación de empleo.

Costa Rica, uno de los casos más exitosos de la región, no solo se caracteriza por tener una institucionalidad fortalecida en ZEE, sino que su política se basa en atraer inversión extranjera directa a través de la aplicación de encadenamientos productivos y diversificación productiva.

En ese destino la inversión en investigación científica bajo el régimen de ZEE genera potenciales efectos sobre la estructura productiva del país, a través del desarrollo de nuevos productos y procesos productivos.

En el caso de Colombia, su régimen de ZEE se fundamenta en atraer inversión extranjera directa sin discriminar el tipo de inversión, ni focalizar beneficios por sector

Desde el 2015, siguiendo los pasos de Costa Rica, República Dominicana APLICA EL MECANISMO DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS y espera obtener sus primeros resultados en los próximos años.

Investigadora del CIEN-ADEX, Gabriela Padilla.

productivo. A la fecha, Colombia, es el país en América Latina que tiene el mayor número de ZEE. En el 2017 contaba con más de 100.

Si bien Colombia muestra importantes avances en la implementación de ZEE, su régimen aún tiene como desafío principal aumentar su producción de bienes con alto valor agregado. "Si nos referimos a volúmenes de exportación, en el mismo año las ZEE colombianas solo aportaron el 6% al total de sus exportaciones, mientras que las de Costa Rica aportaron el 53%", afirma Padilla.

República Dominicana también se centra en atraer la inversión extranjera directa y generar empleos, no obstante a diferencia del caso colombiano, obtuvo mejores resultados por su mejor ubicación estratégica respecto a EE.UU. y además ofrece mejores beneficios tributarios y bajos costos laborales.

COMPORTAMIENTO DE LAS ZEE EN AMÉRICA LATINA

	Número de ZF	Empresas Instaladas	Empleos Directos
COSTA RICA	39	331	92,086
HONDURAS	39	493	146,000
COLOMBIA	109	845	65,222
REPÚBLICA DOMINICANA	65	630	161,257

Fuente: Asociación de Zonas Francas de las Américas (AZFA).

Solo así se logrará que las ZED y Zonas Francas sean las aliadas que las empresas necesitan para ser más competitivas.

Se requiere el COMPROMISO DEL GOBIERNO

La legislación actual no permite que inversionistas extranjeros operen en la Zofratacna

El compromiso del gobierno y una legislación que impulse el sistema, es lo que solicitan las Zonas Especiales de Desarrollo y las Zonas Francas a fin de convertirse en las aliadas que las empresas peruanas necesitan para ser más competitivas y aprovechar la ubicación estratégica de nuestro país.

El gerente general de la ZED Paita, Guillermo Cabieses, comenta que se requiere no solo el compromiso real del gobierno, sino los recursos económicos suficientes para instalar una infraestructura adecuada que permita brindar un servicio óptimo a las empresas que tengan la intención de operar desde esa zona.

Gerente general de la Zona Especial de Desarrollo ZED Paita, Guillermo Cabieses.

Añade que actualmente tienen una serie de limitaciones presupuestales, por lo que considera que el Estado debe declarar como prioridad nacional el desarrollo de las Zonas Económicas Especiales (ZEE). "No hemos tenido apoyo del gobierno central, regional ni local de los últimos cuatro gobiernos", detalla a la **revista Perú Exporta.**

Manifiesta que pese a las dificultades siguen trabajando para captar más inversionistas y que actualmente 38 empresas operan en la ZED Paita. En el 2017 ingresaron 9 empresas, en los últimos meses entraron 4 y esperan la incorporación de otras 4 hasta fin de año.

Por su parte, el presidente del Directorio de Zofratacna, Omar Jiménez, refiere que no tienen un apoyo real del gobierno, ni una legislación que impulse el desarrollo de este sistema, a pesar de encontrarse en una zona expectante de Sudamérica con un enorme potencial para desarrollar diversas actividades productivas. "Los otros países de la AP sí la tienen", explica.

Indica que el artículo 71 de la Constitución Política del Perú –que no permite a los extranjeros 'tener territorio' dentro de 50 kilómetros de las fronteras- limita la captación de inversionistas (para la Zofratacna). "Esperamos que el Ejecutivo, a través de un Decreto Supremo, permita a empresas del exterior operar en esta zona económica", dice.

Durante su participación en el II Foro Internacional sobre Zonas Económica Especiales "Atrayendo inversiones bajo un nuevo modelo en el Perú", realizado el año pasado, el viceministro de Comercio Exterior, Edgar Vásquez, manifestó que las Zonas Especiales de Desarrollo (ZED) de Paita, Ilo y Matarani y la Zona Franca de Tacna (Zofratacna) exportaron en el 2016 por US$ 36 millones 382 mil.

Las ZEE de otros países como Costa Rica, Nicaragua y Colombia hicieron lo propio por US$ 6 mil 948 millones, US$2 mil 557 millones y US$ 2 mil 108 millones respectivamente.

En la mesa sectorial de agroexportaciones existen proyectos que buscan innovar esa actividad y que por el momento están paralizados por los cambios en la dirección del Minagri y organismos dependientes como Senasa.

Mesas Ejecutivas Sectoriales ayudan a resolver los cuellos de botella de varios sectores económicos

¿MESAS QUE más trabajan?

Con el fin de mejorar la competitividad productiva del país, el gobierno implementó las Mesas Ejecutivas Sectoriales el año pasado, y así eliminar los problemas que impiden el despegue productivo de distintas actividades económicas en un trabajo articulado con el sector privado.

Las mesas buscan ayudar a resolver cuellos de botella específicos de cada sector económico vinculados a normativas, trámites, gestión, provisión de servicios públicos, etc., pero también abordan problemas transversales presentes en varios rubros como barreras de tipo logístico o falta de innovación.

Por ello, se reúnen periódicamente los principales responsables del Estado -de los sectores involucrados- con los líderes del sector privado, acreditados por sus respectivos gremios. A continuación, un breve repaso de lo que vienen trabajando hasta el momento:

AGROEXPORTACIONES

Esta mesa desea impulsar las agroexportaciones no tradicionales para llegar a la meta de US$ 21,000 millones en el 2021. El presidente del Comité de Agroindustria, Alimentos y Bebidas de ADEX, Max Alvarado, comenta que existen proyectos que buscan innovar el sector, pero por el momento están paralizados por los cambios en el Minagri y sus organismos dependientes como Senasa.

Sin embargo, destaca los avances de Senasa en temas de certificación de 15 productos agrícolas y 15 agropecuarios. "Se avanzó también en el protocolo del arándano para EE.UU. y en la eliminación de la fumigación del espárrago. También buscamos eliminar barreras para el ingreso del cacao a la Unión Europea basados en el códex alimentario", agrega.

"El trabajo de las mesas ejecutivas es fundamental por ser espacios que involucran al gobierno y a los privados (gremios), ahí se identifican los problema existentes, buscan soluciones y se implementan", concluye, el también vicepresidente de ADEX.

FORESTAL

El segundo vicepresidente de ADEX, Erik Fischer, sostiene que se han logrado avances interesantes en áreas que buscan la formalización y mejorar los controles. Además, comenta que se ha planteado la ampliación del presupuesto para Osinfor y Serfor.

"La idea es que se hagan inspecciones previas para que Serfor pueda establecer puestos de control estratégicos en la entrada de Lima, específicamente en Corcona, Pucusana y Ancón. Esto será muy importante dado que el 80% de lo que sale del bosque termina en Lima y un 10% va para la exportación. Tener un buen control de lo que entra será positivo para analizar los flujos de comercio de madera y tener la certeza de que son legales", explica.

Agrega que el relacionamiento con los gobiernos regionales en Ucayali y Loreto también ha mejorado, sobre todo para rediseñar la institucionalidad forestal en esas instituciones, que son además donde está el mandato y administración de los bosques.

A tomar en cuenta

- El 7 de agosto próximo se realizará el Congreso de Maracuyá en Chimbote. Se busca fortalecer sus zonas productivas.
- Está como pendiente la creación del Gabinete Binacional Perú-Colombia para dar asistencia técnica a la maracuyá, granadilla y aguaymanto.

Los TLCs eliminan barreras de frontera entre los países socios a fin de concretar el libre movimiento de bienes, servicios, capitales y personas, pero la integración cobra un tono distinto cuando se pasa al libre movimiento de factores de producción como el capital y el trabajo.

Expectativa de ADEX respecto a la próxima Cumbre de la Alianza del Pacífico a realizarse en julio en Puerto Vallarta, México

A la búsqueda de una profunda INTEGRACIÓN ECONÓMICA

Los acuerdos de libre comercio tienen como mayor objetivo eliminar barreras de frontera entre los países socios a fin de concretar el libre movimiento de bienes, servicios, capitales y personas (las llamadas 4 libertades), pero, la integración cobra un tono distinto cuando además de comercializar bienes y servicios, se pasa al libre movimiento de factores de producción como el capital y el trabajo.

En opinión del Director del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, Carlos González, desde la perspectiva de la empresa, una cosa es tener la libertad para exportar e importar bienes y servicios y otra cosa es traer capitales y personas de otros lugares del mundo.

"Lo primero supone más comercio y más competencia, lo segundo implica nuevas formas de producción y de inversión. Implica traer tecnología y 'know how' de avanzada desde cualquier lugar del mundo y también alianzas empresariales bajo nuevas estrategias de inversión", detalla.

Desde la perspectiva de la política económica –continúa- esta nueva concepción de lo que podríamos llamar industrias globales, implica una nueva tarea de identificar barreras internas que encarecen o restringen las cuatro libertades.

Detalla que la agenda de la Alianza del Pacífico (AP) permite contar con varios ejemplos que ayudan a explicar lo que significa un proceso de integración profunda. "Los TLCs y el Acuerdo de Facilitación del Comercio de la OMC buscan que las aduanas funcionen de manera eficiente. Esta es una medida de frontera que se materializa en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)", dice.

INTEGRACIÓN PROFUNDA

Sin embargo, la Alianza del Pacífico quiere ir más allá y está trabajando en la integración de las VUCEs de los 4 países para que el tránsito de mercancías se haga de manera más rápida y menos costosa.

Otro ejemplo. En los TLCs se plantean ciertos principios de transparencia y cooperación para que los requisitos técnicos que exige cada país para permitir el ingreso de bienes no sean utilizados como obstáculos al comercio.

La Alianza del Pacífico por su parte trabaja arduamente para que los requisitos técnicos para medicamentos, alimentos procesados, cosméticos y otros sean los mismos en los 4 países y que los organismos reguladores, tengan las mismas competencias y ofrezcan las mismas garantías de seguridad, lo que implica reformas institucionales.

Cita otros temas como mejorar la competitividad en los servicios logísticos, conformar un mercado financiero integrado para que los capitales fluyan con libertad, fomentar la inversión en infraestructura para integrarnos geográficamente, llevar adelante una agenda digital que nos permita aprovechar mejor la tecnología de la información y abrir el mercado de cabotaje para no depender solamente del transporte terrestre o aéreo.

Perú asumirá en julio próximo **LA PRESIDENCIA PRO TEMPORE DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO.** Actualmente la ocupa Colombia.

El presidente Martín Vizcarra viajará a Puerto Vallarta, México, en donde Perú asumirá la presidencia pro tempore de la Alianza del Pacífico.

Las barreras de frontera son **TODOS LOS FACTORES ARANCELARIOS O NO ARANCELARIOS QUE GENERAN COSTOS O RESTRICCIONES AL MOMENTO** que estos 4 elementos transponen la frontera al pasar por una aduana o una oficina de migraciones.

La AP trabaja para que los requisitos técnicos para medicamentos sean los mismos en los 4 países.

"En todos estos casos, es vital la participación de las empresas las cuales son llamadas a liderar el proceso de integración profunda y de nuestras autoridades gubernamentales que deben implementar las propuestas que nacen de la necesidad de esta integración profunda de las empresas", añade.

En ese punto, subraya la importancia de una nueva visión de integración que deben tener las empresas y el gobierno. Refiere que las empresas están haciendo su tarea desde el Consejo Empresarial de Alianza del Pacífico (CEAP), pero, el sector público no se está moviendo con la misma celeridad que propone el sector privado.

En ese sentido, refirió que ADEX confía que en la Cumbre de la Alianza del Pacífico que tendrá lugar en Puerto Vallarta, México, surja una decisión política renovada con la voluntad y fuerza necesaria para hacer las reformas institucionales que necesitamos.

Importancia de los medios de pago en los planes de negocios de exportación

Escribe: Econ. Christian Zegarra, ✉ czegarrac@adexperu.edu.pe
DOCENTE EN EL INSTITUTO ADEX.

Un paso fundamental para la internacionalización de empresas es el diseño de un plan de negocios de exportación y este requiere de una evaluación económica y financiera que se basa en dos pilares fundamentales: el acercamiento al mercado de destino y la estimación de los volúmenes de ventas proyectadas.

El factor clave de éxito en las estimaciones de las cantidades a exportar lo constituye la determinación de la demanda insatisfecha en el mercado de destino -que surge de los cálculos sobre cuánto necesitan comprar en ese destino- y que unido a la disponibilidad y capacidad exportadora de nuestra empresa nos permitirá decidir sobre cuánto podemos atender a nuestros clientes.

Para estimar los indicadores tanto económicos como financieros es imprescindible elaborar nuestro flujo de caja ('cash flow') proyectado para los años de operación, que determinará la liquidez en cada año proyectado y permitirá estimar los indicadores para conocer si el plan es viable.

Debido a que posiblemente nuestra capacidad de negociación para gestionar adelantos a cuenta o pagos contra entrega es muy reducida o nula en un contexto internacional, es importante establecer nuestra política de cobranza a los clientes pues ahí reside la importancia de los medios de pago a utilizar.

Toda empresa que busca internacionalizarse debe ensayar en su flujo de caja los diversos escenarios en los que estaría, según el tipo de medio de pago a usar -que le permitiría diferentes tipos de liquidez- y elegir la que se acomoda al tipo de producto y mercado de destino, para diseñar una estrategia de negociación y política empresarial fuerte.

Esto incrementará las probabilidades de éxito al implementar el plan, dado que su viabilidad se fundamenta en indicadores que consideran el medio de pago a utilizar y los costos financieros que implica.

Los medios de pago son instrumentos financieros que facilitan las operaciones entre el exportador e importador y generan mayor confianza, reducción de riesgos y aseguran el cumplimiento de los términos y condiciones e impactan directamente en la elaboración del flujo de caja. Con un determinado medio de pago, mi plan de negocios es viable y con otro medio elegido, no lo será.

Recordemos que los medios de pago más comunes pueden ser agrupados en tres bloques: Los aquellos denominados 'operaciones en cuenta abierta' -la transferencia y cobranza simple- con las que el exportador embarca e inicia la cobranza documentaria sin garantía de pago, pero sí puede controlar la entrega de la mercancía.

Están las operaciones con cartas de crédito -carta de crédito 'Stand By' y las demás cartas de crédito- con las que el exportador asegura el pago con garantía de un banco; y, finalmente las operaciones no convencionales como el 'factoring', que es la gestión de cobro de facturas de exportación con garantía de pago del banco y el 'forfiting' que es la compra de documentos de operaciones de comercio exterior, como cartas de crédito o letras avaladas por un banco exterior.

EXPOALIMENTARIA promueve oferta de alimentos al mundo

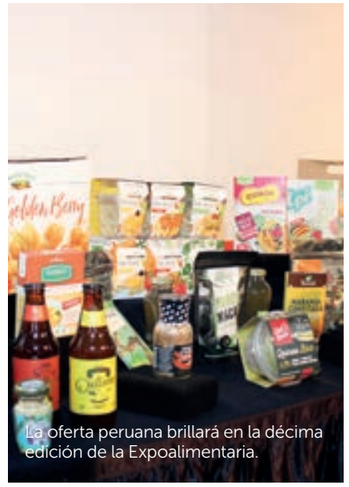
■ La décima edición de feria de alimentos más importante de Latinoamérica se realizará el 26, 27 y 28 de setiembre en el Centro de Exposiciones Jockey.

El esfuerzo compartido entre el sector privado y público permite que la Expoalimentaria, la feria de alimentos, bebidas, maquinaria, envases y embalajes más importante de Latinoamérica, se realice por décimo año consecutivo en Lima, con su consiguiente impacto en la identificación de nuevos compradores de alimentos peruanos y de otros países.

El presidente de ADEX, Juan Varilias, explica que este certamen contribuye a que Perú sea un país más atractivo para las inversiones y ayuda a posicionar nuestra oferta ante los ojos de los miles de compradores que llegan de todas las partes del mundo.

Detalla que este año se ha previsto la visita de más de 40 mil personas de los cinco continentes y la exhibición de productos de más de 500 empresas. "La feria se realizará del 26 al 28 de setiembre en el Centro de Exposiciones Jockey y llegarían más de 4,000 compradores de EE.UU., Brasil, Panamá, Canadá y otros destinos", comenta.

En opinión de Varilias, la importancia del certamen radica en el impulso que le da al sector agroexportador, que es uno de los más dinámicos del país. "Crea alrededor de 1 millón y medio de puestos de trabajo formales en toda la cadena productiva. Este progreso es también gracias a la Ley de Promoción Agraria que genera beneficios innegables al país", comenta.



La oferta peruana brillará en la décima edición de la Expoalimentaria.

Gloria, Danper, Ecosac, Virú, Andes Alimentos y otros, exhibirán sus productos con valor agregado en la décima edición de la feria. Lo mismo harán las compañías de Argentina, México, Ecuador, España, Italia, Indonesia, Brasil, China, Turquía, Malasia, Portugal y Grecia, en los pabellones internacionales.

Además, se presentarán los salones temáticos como el 'Salón del Pisco', 'Salón Culinario', 'Salón de Catas y Maridaje' y demás con la línea 'ecofriendly'. También se realizará el 'Concurso de Innovación' para lo que las empresas que tengan un producto innovador en el mercado o que esté próximo a lanzarse, pueden inscribirse hasta el 6 de julio y postular a las diferentes categorías como 'Bebidas y licores', 'Confitería y snacks', y otros.

Alrededor de 10 foros especializados con temáticas sobre innovación, tendencia, estadística, nuevos mercados, y otros aspectos, se llevarán a cabo en la Expoalimentaria.

El dato

La feria Expoalimentaria es organizada por ADEX con el apoyo del Minagri, Mincetur, Produce, RR.EE., PromPerú y gobiernos regionales.

El 82% de los stands están vendidos a la fecha.

Es el gran enemigo del país y hay que cerrar filas contra ella

INFORMALIDAD AFECTA a trabajadores

La informalidad tiene un impacto negativo en el desenvolvimiento de la economía, particularmente en la productividad y consecuentemente en el nivel de los ingresos de los trabajadores (bajas remuneraciones y nulos o escasos beneficios laborales como gratificaciones, CTS, seguro de salud, vacaciones y otros). Las empresas por su parte presentan menores niveles de productividad y competitividad.

El jefe de Desarrollo de Políticas del CIEN-ADEX, Carlos Adriano Perez, declara a la **revista Perú Exporta** que cuando las empresas son menos productivas y competitivas se tendría un impacto negativo en el crecimiento económico. "Es el gran enemigo del país y hay que cerrar filas contra ella", enfatiza.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la informalidad laboral es de 73% y el PBI informal es de 19%. "Esos porcentajes nos señalan que solo el 27% de los trabajadores produce gran parte del PBI (81%), lo que evidentemente implica que los trabajadores formales son altamente productivos en comparación de sus pares informales", detalla.

Efectivamente, a nivel nacional la productividad laboral formal es 11 veces que más la productividad laboral informal. Si se observa por sectores la diferencia es marcada. La minería e hidrocarburos por ejemplo tienen una productividad laboral formal 49 veces más que en el sector informal, le sigue la manufactura con 12 veces, construcción (11) y otros. *(Ver cuadro)*.

La informalidad tiene un impacto negativo en la economía, particularmente en la productividad y consecuentemente en el nivel de los ingresos de los trabajadores.

"Estas grandes diferencias, particularmente, en la minería e hidrocarburos, se originan porque las empresas formales de este sector cuentan con un elevado capital y mayor tecnología, lo que incide que sus trabajadores sean mucho más productivos", refiere.

MENOR PRODUCTIVIDAD = MENORES INGRESOS

Adriano detalla que la menor productividad se traduce en menores ingresos. Según datos del INEI-ENAHO, el ingreso percápita promedio mensual del empleo informal es de S/ 917, que 45% menos que el ingreso per cápita promedio del sector formal que alcanza los S/ 2,632 (la remuneración formal es 2.2 veces la RMV actual que es de S/ 930).

La elevada brecha salarial se incrementa en algunos sectores económicos como en el agropecuario, en donde el ingresos per cápita mensual producto de la actividad informal es de sólo S/. 583 y en el formal es de S/. 1,256. "Esta brecha se incrementa aún más si se considera que los trabajadores informales no perciben diversos beneficios laborales como gratificaciones, CTS, vacaciones, seguro de salud", dice.

En este sentido, considera que a mayor formalidad un mayor número de trabajadores percibirán una mayor remuneración y mejores beneficios de trabajo y con ello se dinamizaría el consumo privado traduciéndose en un mayor crecimiento económico, mejora de las condiciones de vida y contribuiría a reducir los niveles de pobreza.

MÁS INFORMALIDAD = MENOS DESARROLLO

Adriano sostiene que, al mismo tiempo, la elevada informalidad en las empresas restringe su normal desarrollo pues no acceden al sistema financiero, destinan mayores gastos a encubrir sus actividades, están desprotegidas legalmente y desaprovechan las economías de escala, lo que las conllevan a tener poca o nula capacidad de expandir su mercado interna y externamente.

"Todos estos factores negativos se traducen en una menor productividad, la que a su vez genera una pérdida de competitividad y con ello un menor crecimiento económico", comenta.

Entonces, si es tan perniciosa la informalidad ¿por qué está tan enraizada en nuestro país? La respuesta es amplia y tiene muchas aristas entre ellas: un régimen normativo opresivo (elevados costos tributarios y laborales), costosos procesos de inscripción, débil capacidad de supervisión por parte del Estado (principalmente al interior del país) y falta de concientización y capacitación por parte del Estado sobre los beneficios de la formalización.

"En general, la informalidad prevalece cuando los costos de formalizarse son mayores a los servicios ofrecidos por el Estado (protección policial, judicial, acceso al financiamiento, etc.). Todo ello se agudiza aún más por una estructura productiva primaria, dispersa y, en algunos casos, de subsistencia", puntualiza.

Entonces -continuó- podríamos empezar con incentivar a que las empresas salgan de la informalidad a través de la reducción de cargas tributarias, eliminación de sobrecostos laborales y la eliminación de barreras burocráticas.

Si a ello sumamos la implementación de mejoras tecnológicas, reformas educativas y capacitaciones continúas, tendríamos por resultado el incremento considerable del nivel de ingresos laborales y la productividad, lo que se traduciría inevitablemente en un mayor crecimiento económico y con este un mayor desarrollo económico.

Productividad Laboral Formal e Informal según Sectores Económicos, año 2017

	Productividad Total	Productividad Formal	Productividad Informal	Radio Formal/ Informal
	Miles de soles constante del 2007			
Total	**31**	**91**	**8**	**11**
Apropecuario y Pesca	7	22	6	4
Minería e Hidrocaburos	329	645	13	49
Manufactura	42	100	9	12
Construcción	31	108	10	11
Comercio	17	42	8	6
Otros Servicios*	40	86	9	9

*Comprende electricidad, gas y agua, transporte y comunicaciones, actividades de alojamiento. Actividades profesionales, científicas y técnica. Administración pública, de defensa y enseñanza. Servicios relacionados con la salud humana. Actividades financieras y de seguros, etc.

Fuente: BCRP, INEI (ENAHO)
Elaboración: Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de ADEX

En el 2017, el nivel de informalidad en el empleo fue de 73%, ES DECIR, DE LAS 16.8 MILLONES DE PERSONAS QUE LABORAN, cerca de 12.2 millones trabajan informalmente.

Jefe de Desarrollo de Políticas del CIEN-ADEX, Carlos Adriano Perez.

Dificultad para ingresar al puerto del Callao es una de las trabas que más afecta al comercio exterior peruano

SOBRECOSTOS logísticos restan competitividad al país

Tener una oferta diferenciada y atractiva requiere de inversión en investigación e innovación y un presupuesto para implementar sistemas que hagan más eficientes los procesos de las empresas. En teoría, esto permitiría llegar al comprador final con precios competitivos, no obstante, estos esfuerzos resultan insuficientes frente a los altos costos logísticos que se trasladan al precio final del producto, encareciéndolo.

Según el Índice de Desempeño Logístico 2016, elaborado por el Banco Mundial y que involucra aspectos como aduanas, infraestructura, servicios logísticos y puntualidad, Perú está en el puesto 69, por debajo de Panamá, Chile, México, Brasil, Uruguay y Argentina. Esta situación nos pone en desventaja respecto a otros países de la región con los que competimos directamente por ganar los mercados más atractivos.

EL INGRESO AL PUERTO

La lista de trabas logísticas que debe superar el exportador e importador peruano es extensa, pero una de las principales es la dificultad que tienen los transportistas de carga de ingresar y retirar la mercadería del puerto del Callao, el más importante del país y por donde se despacha al exterior más del 80% de la producción nacional.

El desorden en las vías de acceso al Puerto del Callao, donde conviven autos particulares, buses de transporte público y camiones de carga, no permiten un tráfico fluido al terminal portuario más importante del país.

El desorden en las vías de acceso es una de las razones fundamentales de esta problemática. Hace algunos años un transportista podía dejar su carga hasta siete veces por día, actualmente y con mucha suerte, ingresa al terminal portuario en dos ocasiones, debido al tráfico. Incluso se han dado casos que, al no ingresar a tiempo, la mercadería no puede embarcarse, afectando no solo el negocio del exportador peruano sino la imagen del sector.

El Director General de Facilitación de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Francisco Ruiz, en declaraciones a la **revista Perú Exporta** indica que las prioridades de los gobiernos locales no concuerdan con las demandas que requiere el sector comercio exterior.

Presidente del directorio de la Autoridad Portuaria Nacional (APN), Edgar Patiño participó en Foro Logístico para el Comercio Exterior.

"Es un tema de visiones, las necesidades del puerto del Callao a veces no son compatibles con el ordenamiento vial que tienen la municipalidad en la jurisdicción donde está el terminal portuario", comenta.

En efecto, el hecho de que muchos actores intervengan en zonas de tránsito aledañas no permite que se realicen acciones concretas en favor del desarrollo del sector comercio exterior.

El gerente general de Sicher Cargo Perú S.A.C., Rafael del Campo, considera primordial que las autoridades locales (gobiernos regionales y municipalidades) participen de las iniciativas que el gobierno central considere necesarias para superar este inconveniente. "En las vías de acceso al terminal portuario más importante del país intervienen estas instituciones otorgando permisos de circulación para transporte público", dice.

'SISTEMA DE CITAS'

En el último Foro Logístico para el Comercio Exterior organizado por ADEX, el presidente de la Autoridad Portuaria Nacional (APN), Edgar Patiño, anunció que en agosto próximo se pondrá a prueba el 'Sistema de citas' en el puerto del Callao.

La implementación de este sistema permitiría establecer horarios de atención y que las empresas exportadoras e importadoras puedan agendar la entrega o retiro de su carga sin tener que pagar costos adicionales como penalidad por no recoger su carga a tiempo, falsos fletes, pagos extras a operarios, entre otros.

"La mayor parte de transportistas quiere entregar su carga en horario de oficina, lo cual genera congestión, mientras que la madrugada está libre", comenta el representante del área de Defensoría del Exportador de ADEX, Juan Carlos León.

Agregó que, complementario a este 'Sistema de citas', sería fundamental que se implemente un parqueadero de camiones cerca al puerto del Callao, así en lugar de generar tráfico esperando en vías cercanas al terminal portuario, los transportistas pueden esperar su turno en ese lugar.

De izquierda a derecha, el presidente del Comité de Confecciones de ADEX, César Tello; la gerente de Manufacturas, Ysabel Segura; el viceministro de Mype e Industria del Produce, Javier Dávila, y el director de Exportaciones de PromPerú, Luis Torres Paz.

Propuestas para impulsar los envíos de prendas

Innovar y aprovechar el potencial MILENARIO DE TEXTILES

■ La Asociación de Exportadores (ADEX) organizó el XIV Foro Textil Exportador en la Universidad de Lima con el apoyo del Mincetur y Produce.

"Una óptima promoción, fortalecer la tecnología y aprovechar la tradición milenaria, llevará al éxito a los textiles y a las prendas de vestir peruanas", dijo el presidente del Comité de Confecciones de la Asociación de Exportadores (ADEX), César Tello, durante la inauguración del XIV Foro Textil Exportador.

Manifestó que se vuelve fundamental identificar los factores internos y externos que agilizarán la competitividad de las empresas peruanas frente a países de Asia y Centroamérica, que tienen una mejor infraestructura, uso intensivo de zonas francas y costos de producción mucho más bajos.

Tello aseguró que se debe transmitir a las autoridades el mensaje que la cadena textil-confecciones invierte permanentemente en tecnología y es una fuente privilegiada de generación de puestos de trabajo que el país requiere.

A su turno, el viceministro de Mype e Industria del Produce, Javier Dávila, afirmó que la propuesta del Ejecutivo es generar espacios innovadores que permitan identificar nichos en mercados en los que la oferta de prendas peruanas sea nuevamente un referente. "Se está trabajando para concretar esa propuesta en el corto plazo", expresó.

"Las economías asiáticas tienen un diferencial importante y un análisis prospectivo, siempre están por delante, mirando lo que sucederá en los mercados de aquí a 20 años y a partir de eso comienzan a trabajar para liderarlos en ese tiempo", explica.

Dávila exhorta a las empresas a vincularse más con las universidades, centros tecnológicos e institutos con el objetivo de crear no solo espacios de formación, sino también concretar trabajos conjuntos en los que se elaboren nuevos productos y diseños esenciales para conquistar mercados con oferta de calidad.

Opinó que es crucial articular medidas y dialogar con el sector privado para identificar acciones concretas con planes muy aterrizados que permitan conseguir determinados objetivos.

Entre enero y abril último, **LAS PRINCIPALES PARTIDAS EXPORTADAS EN CONFECCIONES** fueron los t-shirts de algodón, camisas de punto, camisetas interiores, camisas de fibras sintéticas y prendas para bebés.

Inspiración creativa y manufactura 4.0

En el XIV Foro Textil Exportador, la experta en moda de WGSN Latam-Colombia, María Alejandra Pascua, comentó que en Latinoamérica, Colombia y Perú aplican tendencias globales relacionadas a la protesta, lo contestatario y también al tema artesanal, además de dar relevancia a lo local. "En Perú se le da mayor importancia al tema creativo. Recomiendo explotar su cultura junto al tema de la alpaca y el algodón pima", dijo.

La manufactura 4.0 simboliza una oportunidad para repotenciar la competitividad de las empresas peruanas a través del uso de la digitalización, robótica e incluso, la inteligencia artificial.

A su turno, el gerente general de la empresa Tandem Textil, Juan Manuel Arias, manifiestó que es urgente reconocer la importancia de la innovación en las telas. "El mundo digital es la nueva tendencia, el nuevo boom. El tema es tener claro que la tecnología es la que marcará el paso. Por ahora, la manufactura 4.0 podría tardar un poco en llegar acá porque el potencial del sector confecciones está en su mano de obra", puntualizó.

NECESIDAD DE TECNOLOGÍA

El director de Exportaciones de PromPerú, Luis Torres, acotó que en la actualidad, el comercio electrónico cambia los patrones de consumo al influenciar en nuevos modelos de negocio. Se observa que esta cuarta revolución genera espacios donde la robótica y automatización permiten que la industria de la moda y vestimenta inserten cambios que faciliten la vida de sus consumidores.

Torres señaló que se puede aprovechar en este mundo de redes sociales la historia del algodón que se remonta a

Modelo muestra diseño que revalora la tradición milenaria que posee el Perú respecto a sus insumos textiles.

las culturas precolombinas y prehispánicas, dándole un valor y convirtiéndolo en un activo.

El trabajo del Ejecutivo está enfocado en que las empresas, sobre todo las pymes, puedan introducir en sus modelos de negocio el 'e-commerce'. Solo en China, de 1,400 millones de habitantes, unos 800 millones ya compran por medios electrónicos.

"Debemos traer esas corrientes para renovar nuestro modelo de negocio y darle esa frescura y diversificación, de tal manera que podamos seguir siendo sustentables en el tiempo", sostuvo.

La especialista en tendencias de WGSN Latam-Colombia, María Alejandra Pascua, habló en exclusiva con la **revista Perú Exporta.**

PANORAMA RECIENTE

En el primer cuatrimestre del año, los envíos de la cadena textil-confecciones sumaron US$ 433 millones 871 mil, 11.7% más respecto a similar periodo del 2017. Los textiles ascendieron a US$ 138 millones 400 mil (16.5% de crecimiento) y las prendas de vestir US$ 295 millones 470 mil (9.6%), según cifras de la gerencia de Manufacturas de ADEX.

Las prendas se dirigen mayormente a EE.UU. y a Brasil, concentrando ambos el 72.8% del total. Les siguen Alemania, Argentina y Canadá. El ranking de destinos de los textiles es liderado por China, EE.UU., Colombia, Ecuador, Chile, Italia, Bolivia, Noruega, Brasil y México.

Pese a que desde el 2017 las exportaciones de textiles tienen una ligera alza, tanto para el sector público como para los representantes del ámbito privado, quedan pendientes diversas acciones para alcanzar los niveles de años atrás.

EXTENDER BENEFICIOS DE LA 27360

En la cadena textil-confecciones aún persisten enormes dificultades y barreras que entorpecen su crecimiento ágil. Los especialistas recomiendan al Ejecutivo trabajar a favor de las empresas.

En ese sentido, César Tello solicita al Ejecutivo extender los beneficios de la Ley 27360 al sector de prendas de vestir, a fin de fortalecer su recuperación y generar más puestos de trabajo.

"Se necesita mantener los dos únicos mecanismos que sirven de soporte a los exportadores de confecciones: el drawback (con su tasa actual) y la Ley N° 22342 (Ley de Promoción de. Exportaciones No Tradicionales) que genera empleo digno", resaltó.

El dato

El IV Foro Logístico para el Comercio Exterior fue organizado por ADEX y tuvo como auspiciadores a Estanterías Metálicas JRM, APM Terminals Callao S.A., Fargoline, Forbis Logistics S.A., Talma, Ransa y BCP.

A la cita asistieron representantes de la cadena textil-confecciones.

Llegaron al Perú especialistas de la empresa Novogen

AVICULTURA PERUANA apunta a su fortalecimiento

En Europa se están cambiando los sistemas de producción para el sector avícola por unos más modernos, principalmente en la producción de huevos, por ello, es imprescindible considerar los avances tecnológicos -selección genética con genómica- pues permite a los especialistas entender mejor las funciones de los genes y seleccionar con mayor precisión los animales más resistentes a enfermedades.

Así lo señalan los especialistas de Novogen, el genetista Thierry Burlot y el nutricionista Antoine Le Calvé, quienes llegaron a Perú invitados por Gramogen –su representante exclusivo en el país- para visitar granjas y actualizar a más de 100 productores avícolas de Trujillo y Chincha en genética, sistemas de selección, tipos de selección para el futuro, picaje en aves y manejo, calcio y efecto en la calidad de la cáscara de huevo, y demás.

Novogen es una empresa genética especializada en la selección de huevos y ofrece seminarios técnicos a los empresarios y productores como parte de su servicio. Esta compañía global es considerada como una de las más importantes en genética a nivel mundial, con presencia en más de 100 países.

"Gramogen es nuestro representante en Perú y estamos aquí para ayudarlos a desarrollar el negocio de estos productos. A lo largo de los años damos consejos de nutrición y manejo del potencial genético de nuestra línea a distintos mercados", dice Thierry Burlot.

Los especialistas de Novogen: el genetista, Thierry Burlot, y el nutricionista, Antoine Le Calvé.

Gramogen, empresa asociada a ADEX, se especializa en genética aviar y en desarrollar y ofrecer el mejor potencial genético de sus productos. Comercializa en el Perú y exporta a la Comunidad Andina, principalmente aves bebé de las líneas Hubbard (pollo de engorde), Novogen (gallinas de postura) y Hybrid (pavos de engorde).

A su turno, Antoine Le Calvé asegura que no es sencillo introducir tecnología a nuestro país -hay muchos productores que aún alimentan a los animales de manera manual- por lo que recomienda priorizar la automatización de la producción para facilitar el trabajo y ganar eficiencia a favor del sector avícola.

"El uso de sistemas de producción más sofisticados ayudará a ese objetivo. Europa ya lo está haciendo, y Perú debe tomarlo como un gran referente. Hoy, importar y exportar huevos es difícil, por eso, invertir en su adecuada producción se vuelve fundamental para incrementar el consumo y cubrir las necesidades del mercado", indica.

PERÚ 'HUB' DE GENÉTICA AVIAR

En opinión de la presidenta del Comité Agropecuario de ADEX y directora de Gramogen, Liz Soto, estas visitas promueven el fortalecimiento del sector avícola de nuestro país. "Queremos que la línea Novogen esté presente en la mayoría de países en donde el Perú tiene acceso comercial. Sus sistemas de producción y aves de alto rendimiento, requieren de un alto nivel de soporte como el que contamos", explica.

Agrega que Gramogen apunta a ser un 'hub' importante de genética aviar para la región, garantizando la seguridad alimentaria de nuestro país y de otros destinos a través de la provisión de una línea genética como Novogen. "Al 2028, pretendemos tener el liderazgo de la región en genética aviar y una posición expectante en los mercados que se irán abriendo para el Perú en el futuro", concluye.

El director del CIEN-ADEX, Carlos González, considera que la agenda de integración de la AP, bloque al que pertenecen Perú y Colombia, se mantendrá más firme con sus actuales representantes.

CIEN-ADEX identificó 105 oportunidades en ese país

Buen panorama EN COLOMBIA

El Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX identificó 105 oportunidades no aprovechadas en Colombia, en su mayoría de los sectores químico, agropecuario-agroindustrial, siderurgia, y textil-confecciones, por un comercio potencial de más de US$ 430 millones. Las probabilidades de mejorar este panorama aumentan tras la elección de Iván Duque.

Con Duque como el nuevo huésped de la 'Casa de Nariño' (sede del Gobierno colombiano), la incertidumbre que acechaba a los países de la región pasó al olvido, ya que dentro de sus planes, se contempla mantener el modelo económico y seguir adelante con la apertura comercial.

Para el director del CIEN-ADEX, Carlos González, la balanza comercial entre ambos países no tendría que verse afectada, al margen de que Duque hubiera resultado o no vencedor en la contienda electoral de su país.

"Hubo una preocupación de carácter regional por las políticas de comercio exterior que podían ejecutarse. Pero la relación entre Perú y Colombia está enmarcada en la Comunidad Andina, por lo que su intercambio (comercial) no peligra. Respecto a otros acuerdos, creemos que con la nueva gestión habrá un manejo más firme en la agenda de integración de la Alianza del Pacífico (AP), en donde somos miembros", explica.

Por su parte, el economista Hernán Briceño sostuvo que en los últimos años la economía colombiana mantuvo cierta disciplina y pese a los problemas políticos y sociales internos, es un destino prometedor para la oferta exportable peruana, sobre todo para la de valor agregado.

"Ellos tienen una industria automotriz sólida, y debemos evaluar con qué insumos o productos podríamos atender su demanda. Ver con qué maquinarias podríamos abastecer su mercado, y también elevar aún más los despachos de productos del rubro metalmecánica. Hay que aprovechar además las ventajas arancelarias", señala a la **revista Perú Exporta.**

El CIEN-ADEX identificó a la fecha 32 oportunidades para productos de agroindustria, 20 para químicos, 10 en siderúrgico-metalúrgico, 10 para la cadena textil-confecciones, 7 en metalmecánica, 6 en pesca, otros 6 en minería no metálica, 3 para rubro maderero, 2 en agro tradicional, y 9 en varios (joyería, artesanía, entre otros).

NÚMEROS RECIENTES

Entre enero y abril de este año, los envíos al 'país cafetalero' sumaron US$ 241 millones 228 mil. La oferta no tradicional (US$ 213 millones 595 mil) tuvo una participación del 88.5% del total y cerró al alza (6.4%). Sus partidas más importantes fueron el alambre de cobre refinado, cinc sin alear, láminas de polímero de propileno, alcohol etílico y galletas dulces.

La oferta primaria alcanzó los US$ 27 millones 633 mil, arrojando un descenso de -1.3%, por una menor demanda de productos pesqueros, petróleo y gas natural. Sus productos más despachados fueron azúcar de caña, café, carburadores tipo queroseno, plomo en bruto refinado y estaño sin alear.

Asegura docente de la UNALM, Roberto Ugás

Variedades registradas DE AJÍES CRECERÁ CONFORME aumente la investigación

El registro es un problema central de los ajíes peruanos que son cultivados y conservados en zonas alejadas.

Aunque en el Perú existen alrededor de 300 variedades de ajíes identificadas, ninguna está registrada, sin lo cual es imposible tener un número exacto. Por ese motivo, es fundamental invertir en investigación, opina el docente e investigador de la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM), Roberto Ugás.

"El registro es un problema central de los ajíes peruanos que son cultivados y conservados en zonas alejadas, pero que deben ser identificados y mantenidos a través de su consumo. Nosotros los peruanos somos los principales responsables de que la biodiversidad de ajíes se mantenga y debemos ser los primeros en consumirlos", indica.

Comenta que para impulsar la presencia de los ajíes peruanos en el mercado nacional e internacional se debe invertir en investigación que revele sus propiedades, ¿para qué sirven?, ¿cuáles son sus principales características? ¿tienen algún potencial medicinal?

"Esto debe ir de la mano con la investigación agronómica para conocer los ajíes más productivos y cuáles interesan más a los mercados y cocineros del mundo", señala luego de referir que otro aspecto a considerar es el fortalecimiento del sector agroindustrial.

El objetivo es darle mayor valor agregado, pues es su procesamiento lo que sostendrá su demanda. Algunas de las presentaciones en que pueden comercializarse son en salsas, cremas, jaleas, mermeladas, deshidratados, y combinaciones con sal o hierbas aromáticas.

Los ajíes se cultivan en todo el Perú pero son las regiones de La Libertad, Tumbes, San Martín y Ucayali, donde se encuentran la mayor cantidad de sembríos y en donde aún se ven a pequeños agricultores cultivándolos y comercializándolos en mercados locales. En esas zonas existe una gran diversidad de los ajíes más pequeños y picantes que rara vez llegan a los mercados porque están en huertos o chacras alejadas.

Ugás dice que se debe tomar el ejemplo de las papas nativas. Ahora los consumidores limeños conocen más de sus variedades gracias al trabajo del sector público-privado. "Necesitamos que los consumidores sepan que los ajíes vienen de las zonas donde nacieron ellos, sus padres o sus abuelos. Así empezará la demanda que motivará la siembra", agrega el especialista.

Datos

- La UNALM y el INIA harán un catálogo de ajíes con el financiamiento del PNIA.
- Más detalles del trabajo de la UNALM en www.facebook.com/proyectocapsicum.

Convención de Capsicum

Con el objetivo de contribuir con el crecimiento de los ajíes y pimientos, ADEX organizará la IX Convención Internacional de Capsicum del 5 al 7 de setiembre en el hotel Costa del Sol en Trujillo. Participarán especialistas peruanos y extranjeros quienes detallarán los módulos de cultivo, inocuidad, competitividad, innovación, y otros aspectos.

Informes: Renzo Ramos, Telf. 618-3333, Anexo 4202, mail rramos@adexperu.org.pe.

Inscripciones: Lizbeth Mucha, Telf. 618-3333, Anexo 5217, mail eventosadex4@adexperu.org.pe.

Bolivia ocupa el puesto 17 como destino de las exportaciones peruanas. Fuente: Streets Of The World

Campaña de promoción ayudaría a colocar más productos en el mercado altiplánico

BOLIVIA: mercado con buen augurio

Hace 10 años Bolivia se encontraba fuera de la lista de los primeros veinte mercados de las exportaciones peruanas, pero el año pasado presentó una mejora y se ubicó en el puesto 17, triplicando el valor de sus pedidos gracias a las mejoras macroeconómicas experimentadas en los últimos años.

Bolivia se distanció de Argentina, Ecuador y Venezuela que optaron por aplicar políticas proteccionistas (licencias de importación, salvaguardias, sobretasas, entre otros). En el caso de Venezuela, pasó de ser uno de los primeros destinos de nuestras prendas de vestir a prácticamente desaparecer de nuestro radar debido a la grave crisis económica, política y humanitaria que padece.

La analista senior del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, Nancy Arrelucé, explica que la economía boliviana exhibe uno de los mejores desempeños. "Esto se sustenta en el repunte económico mundial así como por la orientación expansiva de su política monetaria, aunque en menor magnitud a gestiones anteriores", explica.

Las cifras del PBI del 2017 están dentro de lo proyectado por el Banco Central de Bolivia (BCB), que fluctúa entre 4% y 4.5%, uno de los crecimientos más altos de la región basado en la fortaleza de la demanda interna. "De seguir así, las perspectivas para el PBI de Bolivia seguirán favorables en el 2018, esperándose alcanzar una tasa de 4.7%", comenta.

La analista senior afirma que una campaña de promoción de la oferta exportable ayudaría a colocar más productos en el mercado altiplánico, aprovechando las oportunidades que ese país ofrece, sobre todo porque en el marco de la Comunidad Andina, es de libre intercambio y no hay aranceles.

Según cifras del Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, las exportaciones al mercado boliviano ascendieron a US$ 641 millones 769 mil, a Argentina US$ 157 millones 721 mil y a Venezuela US$ 48 millones 587.

Ecuador (US$ 813 millones 274 mil) aún se encuentra por encima de Bolivia, pero dada la última tasa aduanera vigente desde noviembre del 2017, es probable que haya un retroceso en las exportaciones no tradicionales a Ecuador, en especial de los productos agropecuarios, que son los que más concentrarán el pago de la tasa.

EXPORTACIONES PERUANAS A BOLIVIA

Los envíos al mercado boliviano entre enero y abril de este año alcanzaron los US$ 196 millones 407 mil, contrayéndose en -2.3% respecto al mismo periodo del 2017, básicamente por un retroceso en los envíos químicos y siderometalúrgicos.

Los despachos primarios sumaron US$ 26 millones 604 mil, registrando un crecimiento de 4.8% gracias a una mayor demanda de petróleo en crudo, que concentra el 74% del total tradicional. Otros productos fueron betún de petróleo, carburadores, prendas de alpaca o llama, aceites lubricantes, grasas lubricantes, entre otros.

Por el contrario, las no tradicionales (US$ 169 millones 802 mil) cerraron ligeramente a la baja (-3.6%), por el retroceso en los subsectores químico (-6.5%) y siderometalúrgico (-3.6%), que

La analista senior del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, Nancy Arrelucé.

juntos concentran el 48% de los despachos totales. Las partidas más importantes fueron barras de acero o hierro sin alear, pañales para bebé, cemento portland, entre otros.

OPORTUNIDADES NO APROVECHADAS

El Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX identificó un total de 65 oportunidades no aprovechadas en ese mercado en el 2017, principalmente de los sectores agropecuario-agroindustrial, metal-mecánico y químico.

Los productos que Perú exporta a otros mercados y no a Bolivia son por aproximadamente US$ 207 millones 658 mil. Del sector agropecuario-agroindustrial son 20 oportunidades, metal-mecánico 9, químico 8, textil-confecciones 6, varios 6, siderúrgico-metalúrgico 5, entre otros.

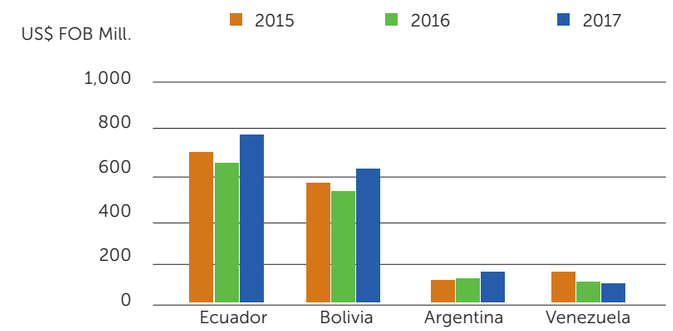
Algunos del sector agropecuario-agroindustrial son el azúcar de caña, productos de panadería o pastelería, confituras y mermeladas, agua mineral, aceite de oliva, cebollas, levaduras, entre otros.

En el sector metal-mecánico están las partes de máquinas, grúas móviles o carretillas grúa, manufacturas de hierro o acero, grupos electrógenos con motor de émbolo, entre otros.

El dato

Los despachos a la Comunidad Andina (Colombia, Ecuador y Bolivia) sumaron US$ 706 millones 91 mil entre enero y abril del 2018.

Exportaciones peruanas a países vecinos



Fuente: Aduanas-ADEX Data Trade
Elaboración: ADEX

Representa más de la mitad de los bosques del Perú, afirma gobernador regional Fernando Meléndez

"LORETO es forestal"

La región Loreto tiene un potencial enorme no solo en el rubro maderero, sino acuícola y agroindustrial.

Loreto ocupa el 28% del territorio peruano, tiene una superficie de 368 mil km2 y es la región más grande del país. Su potencial forestal es enorme porque su territorio está formado mayormente por bosques tropicales. En la siguiente entrevista su gobernador, Fernando Meléndez, nos habla de los recursos naturales como los humedales y sus cinco mil millones de toneladas de carbono, el aguaje y el paiche que podrían convertir a Loreto en una zona económica importante para el país.

¿Cuál es potencial económico de Loreto?

Es la región más estratégica del Perú en cuanto a recursos naturales. Es forestal y representa más de la mitad de los bosques del Perú. Por eso urge poner en valor estos bosques y generar divisas importantes para el país y recaudar fondos para luchar con los malos indicadores que tenemos en la Amazonía.

Sin embargo, no solo se trata de árboles. El patrimonio que tenemos es de una riqueza biológica única en Sudamérica: Nuestros grandes humedales representan más de seis millones de hectáreas. Loreto tiene alrededor de cinco mil millones de toneladas de carbono. Son grandes almacenes de carbono que debemos aprovechar y con los cuales queremos crear una nueva ´Economía Verde´.

Pero, ¿cómo poner en valor los bosques peruanos?

La informalidad no permite su desarrollo. El Estado debe potenciar el sector forestal y transferir los recursos necesarios que pongan en valor este recurso. Es increíble que el presupuesto que nos otorgan represente solo veinte centavos de sol por hectárea.

Las concesiones forestales son fundamentales para desarrollar la industria maderera en el Perú ¿Cómo desarrollan estos procesos actualmente?

Estamos convencidos que las concesiones forestales deben ser manejadas de manera responsable. En los últimos doce años hubo procesos que fracasaron y rescatamos concesiones que no se trabajaron de manera adecuada. Tenemos aproximadamente un millón de hectáreas de bosques que necesitamos formalizar. Las empresas privadas que las manejen deben hacerlo según las demandas del mundo.

Hace unos meses iniciamos nuevos procesos de concesión con el acompañamiento del Serfor y Osinfor. Esperamos trabajar de forma sostenible y vencer la informalidad y la corrupción.

"Esperamos trabajar de forma sostenible y vencer la informalidad y la corrupción", señala el gobernador de Loreto Fernando Meléndez.

"El Estado debe potenciar el SECTOR FORESTAL Y TRANSFERIR LOS RECURSOS NECESARIOS que pongan en valor este recurso. Es increíble que el presupuesto que nos otorgan represente SOLO VEINTE CENTAVOS DE SOL POR HECTÁREA".

La selva tiene una cantidad importante de productos agrícolas, ¿cuál se presenta como una alternativa importante para la exportación?

El aguaje es un fruto que puede convertirse en un producto de exportación interesante. De los cinco mil pueblos de Loreto tres mil tienen acceso a las palmeras, debemos desarrollar un modelo de economía comunitaria que lleve a estos pobladores a mejorar su calidad de vida. El aceite del aguaje es bastante demandado por empresas cosméticas y nos urge iniciar la industrialización de este recurso.

El paiche es una especie con gran potencial para convertirse en la nueva gran estrella acuícola del país ¿Cómo se está trabajando para desarrollar esta actividad?

Loreto tiene las condiciones para lograr su desarrollo. Es la gran oportunidad económica de la Amazonía para los próximos cinco años porque es una especie que genera gran rentabilidad. Se ejecuta un proyecto de inversión pública para desarrollar la paichecultura. Se trabaja en 500 estanques acuícolas con el objetivo de estandarizar la producción y realizar esta actividad de manera sostenible. Capacitamos a las comunidades en la implementación de modelos de asociatividad y lograr un producto estandarizado atractivo para los mercados internacionales.

¿Qué acciones está tomando su gestión para impulsar el turismo en la región?

Se logró la integración Cusco-Iquitos que inició la primera semana de junio. Es un trabajo conjunto entre el gobierno regional, el Mincetur y la empresa privada en la cual ofrecemos al turista la oportunidad de conocer dos maravillas: Machu Picchu y el río Amazonas. Esto nos dará mayor afluencia de turistas.

Loreto tiene todas las condiciones para desarrollar un turismo de naturaleza y vivencial. Tenemos una de las reservas más ricas como en Pacaya Samiria, nos falta potenciar e integrar, en eso estamos trabajando. Estamos en coordinaciones con el gobierno central para tener un vuelo internacional, que le abra al mundo esa Amazonía rica en flora y fauna.

Loreto tiene todas las condiciones para desarrollar un turismo de naturaleza y vivencial.

Impresión digital para envolturas flexibles

CONOZCA UNA OPCIÓN de empaques para enviar muestras

Muchas veces las empresas se ven obligadas a disponer la elaboración de una cantidad de empaques mayor a la que realmente requiere, pese a que solo exportará una pequeña cantidad o enviará muestras. Esta situación se agrava cuando el comprador pide modificaciones y debe quedarse con un lote grande que no utilizará.

La solución a este inconveniente surgió hace algunos años cuando se empezó a utilizar impresiones digitales para envolturas flexibles, que da la opción de imprimir cantidades a partir de un millar, evitando un tiraje grande y ahorrando miles de dólares.

Anteriormente los emprendedores que necesitaban enviar su producto a los mercados internacionales en cantidades no tan significativas, se veían en la necesidad de comprar bolsas sin impresión y pegarles ´stickers´. Sin ser esto lo óptimo, era su única opción.

"Esta nueva tecnología rompe con el esquema tradicional, además permite incorporar al negocio a un nicho de mercado que no era atendido y que es la masa principal de la que está compuesta la industria nacional, como son los micro y pequeños empresarios", señala el representante de Envases y Envolturas S.A. Diego Oliart.

Esto permite también estar a la vanguardia en cuanto a la tendencia mundial de diseño, que cada vez segmenta más al consumidor y busca llegar a grupos de una forma diferenciada. En un mercado donde el ciclo de vida de los productos es menor, diseñar en lotes para todo un año es inviable.

La impresión digital permite a las pequeñas y medianas empresas elaborar empaques para llegar a mercados internacionales

"La impresión digital tiene como PRINCIPAL PROPUESTA DE VALOR UN MAYOR DINAMISMO EN LA IMPRESIÓN. No tienes que imprimir mucho de un solo diseño", Diego Oliart.

"La impresión digital te da versatilidad, puedes hacer empaques con una comunicación especial para cada público específico. Si tengo una feria puedo ir con un modelo diseñado para ese evento, así llego de manera más eficiente", comenta.

EL FUTURO

La tendencia mundial de utilizar productos que no generen daño al planeta también llega a los envases, es por eso que en un futuro las empresas usarán los llamados empaques compostables.

Se trata de envolturas que se desintegran y se acoplan al medio ambiente, formando parte de él. Países como EE.UU. y algunos de Europa ya los utilizan y en algunos años su uso se masificará, por lo que las empresas peruanas que se dedican a este rubro deben tomar en cuenta esta posibilidad.

El 'e-commerce' es una tendencia que llegó para quedarse. Los empresarios pueden aprovechar sus beneficios

Prioriza imágenes de gran impacto

MODA 'ONLINE'

■ Las empresas, grandes, medianas y hasta pequeñas agilizan la comercialización de sus productos mediante la plataforma 'e-commerce'.

No cabe duda de que el comercio electrónico es tendencia en el ámbito de los negocios y que los emprendedores de ahora son conscientes de que estar en internet es imprescindible para aprovechar las múltiples oportunidades que se presentan.

El fundador del portal 'online' Mitienda.pe, Carlos Vidal, asegura que la herramienta 'e-commerce' brinda ventajas y oportunidades en el sector confecciones que aún no es del todo aprovechada porque algunos emprendedores se sienten intimidados por la tecnología y no saben por dónde empezar. "El ser virtual te permite exhibir un producto más allá del radio de alcance de una tienda física", dice.

Gerente general de Modipsa SAC, Luis Díaz. Empezó hace 30 años como un proyecto familiar y ahora, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir.

Aconseja aprovechar que en la actualidad el comprador adepto a las nuevas tecnologías es 100% visual y que la nueva generación está adquiriendo nuevas costumbres. "Muchos jóvenes están dejando de ir a las tiendas por el tiempo y la congestión vehicular. Algunos otros van a las tiendas solo para probarse la ropa, y después la compran por internet porque resulta más barato", puntualiza el fundador de Mitienda.pe.

Una tienda física tiene un área de influencia que puede ser de unos cuantos kilómetros, pero con una virtual se atiende las 24 horas y a nivel mundial. "Te abre una ventana hacia todas partes y además permite exhibir tus productos en varios idiomas. Ese mismo producto que has producido para el mercado peruano, lo puedes exhibir en alemán o sueco o en cualquier idioma", detalla.

Otra ventaja es la inmediatez y es más económico tanto en tiempo como en dinero, pues no se requiere un local físico y se economiza en el alquiler, licencias municipales, pagos de arbitrios, u otros servicios como agua o electricidad y se necesita menos personal.

EXPLORANDO

El gerente general de la empresa Modipsa (Modas Diversas del Perú), Luis Díaz, precisa que aprovechar la tecnología actual es un reto para quienes están en la cadena textil-confecciones. "Hemos tenido buena acogida. Hace cinco meses lanzamos un par de marcas al mercado en una plataforma virtual y hemos logrado una respuesta interesante", dice.

Recomendaciones de Araya & Cía. Abogados

Evite riesgos al exportar FRUTAS Y HORTALIZAS

■ Recomendaciones fueron dadas en el seminario "Herramientas legales para el agroexportador peruano".

Un agroexportador se enfrenta a una diversidad de riesgos o imprevistos, desde que el producto sale del almacén, hasta que llega a su destino final, más aún si se trata de productos perecibles que podrían deteriorarse, manifestó a la **revista Perú Exporta**, el socio fundador de Araya & Cía. Abogados, Matías Araya.

El fundador de la firma de abogados especializada en derecho agrícola Araya & Cía, Matías Araya, junto al country manager de Araya & Cía Abogados de Perú, Tomás Pacheco.

En ese sentido, exhorta a los agroexportadores tomar medidas que mitiguen y disminuyan eventuales inconvenientes, como realizar un análisis estratégico del riesgo según el rubro al que pertenezca. "En la industria del café, por ejemplo, se necesita analizar los riesgos de pago, de mercado, de transporte. En base a eso utilizar los mecanismos necesarios", señala.

En relación a las frutas, sugiere emplear el seguro de crédito, de transporte y el de responsabilidad civil para casos de posible contaminación. "Este último es importante, porque los supermercados aumentan la exigencia en cuanto a las pólizas y montos cubiertos", refiere.

Sostiene que en Europa hay organizaciones que miden el nivel de los residuos que existen en los productos que reciben. Araya señala que hay problemas de intolerancia a los residuos en los arándanos, por ejemplo, por no cumplir con la norma. "Eso ocasiona el retiro del producto y la necesidad que exportador peruano deba responder a la autoridad o al importador por problemas que fácilmente pudieron evitarse", explica.

PROBLEMAS DE PAGOS

El director de la Asociación de Exportadores, Rafael del Campo, explica que la demora en la llegada de un producto perecible puede generar que se pierda incluso un negocio. "Imagina que vendes uvas para el Año Nuevo en China y lleguen después de quince días. Esa mercadería ya no será recibida o simplemente te la compran al 20% de su valor. Para estos casos tener un seguro te libra de perder tu capital", enfatiza.

Según Araya, los problemas de condiciones de pago surgen con la oferta del mercado. "A mayor oferta, mayores problemas de condición y más reclamos. Es el modo que tienen algunos importadores de eximirse de responsabilidades. Esta situación se da de manera similar en toda Sudamérica", detalla.

En ese sentido, menciona que un contrato es una herramienta que el agroexportador no debe descuidar, porque en este se colocan los derechos y obligaciones de las partes, se fija un sistema de solución de controversias y otras cláusulas vitales para la seguridad del negocio. Así se evita situaciones de no pago por parte del importador.

Mecanismos de facilitación del COMERCIO EXTERIOR

Director gerente de Adualink, Alberto García Riega, ofreció una charla sobre "Mecanismos de facilitación del comercio exterior y sus ventajas generadas en los costos de importación" en ADEX.

En febrero del 2017 la Organización Mundial del Comercio (OMC) puso en vigencia el acuerdo sobre Facilitación del Comercio, que impulsa reformas en procedimientos aduaneros con la finalidad de agilizar y simplificar los trámites relacionados al despacho aduanero y reducir las barreras al comercio.

Desde 1991 y de la mano con el Acuerdo de Facilitación del Comercio de la OMC, la Aduana peruana puso a disposición de las empresas exportadoras e importadoras diferentes herramientas para que sus transacciones comerciales se agilicen y se eliminen las trabas al libre flujo de mercancías, de tal manera que puedan reducir tiempos y costos.

En la charla "Mecanismos de facilitación del comercio exterior y sus ventajas generadas en los costos de importación" organizada por ADEX, el director gerente de Adualink, Alberto García Riega, destaca justamente estos cambios que se están implementando en los últimos meses.

"Los empresarios cuentan ya con diversas herramientas otorgadas por la Sunat para simplificar los procesos de comercio exterior, como el despacho anticipado, drawback electrónico, notificaciones electrónicas, el Operador Económico Autorizado (OEA) y el mandato electrónico (desde octubre del 2017)", enumeró.

A ello, continuó- se suman los cambios en los procedimientos de exportaciones para agilizar los reconocimientos físicos en los locales de los exportadores o reconocimientos físicos en el SINI para mercancías perecibles.

APLICACIÓN DEL ACUERDO

García Riega sostiene que la administración aduanera intenta que los diferentes operadores logísticos y principalmente los importadores y exportadores apliquen correctamente las herramientas que la aduana ha puesto a su disposición, incentivándolos de manera particular para que sean OEA.

Si bien es cierto que el proceso de facilitación de comercio exterior lo inició la aduana desde 1991, no todos los usuarios u operadores de comercio exterior gozan de los beneficios de los cambios y mejoras de los procedimientos aduaneros o la eliminación de reprocesos.

"En esa línea se seguirá impulsando el despacho anticipado, el uso de la tecnología o medios electrónicos o la eliminación del papel. Cuando un operador se convierta en OEA recibirá mayores beneficios por convertirse en un operador confiable para la Sunat. Ese es el espíritu de la facilitación", resalta.

BENEFICIOS EXTRAS

A fin de aplicar las diversas herramientas impulsadas por la aduana, no se necesita realizar ningún trámite previo, salvo la certificación OEA, pero el director gerente de Adualink reitera que si el operador se convierte en un Operador Económico Autorizado, tendrá mayores facilidades.

"El ser un OEA brinda diversos beneficios como la garantía nominal para importadores, la reducción de garantías para agentes de aduanas, embarque directo, asignación de un sectorista de aduanas, etc.; pero deben recordar que para convertirse en uno, deben cumplir con las exigencias que la Ley General de Aduanas establece", comenta.

Asimismo, destaca que gracias a los cambios en los procedimientos aduaneros y al acuerdo de facilitación de comercio exterior, los empresarios comenzaron a utilizar el despacho anticipado con mayor frecuencia, y ahora ven con mayor cercanía la posibilidad de convertirse en OEA, ya que con una certificación pueden simplificar diversos procesos en la aduana, dándole prestancia a nivel nacional e internacional.

RECOMENDACIONES A LOS OPERADORES

García Riega señala que los empresarios deben estar al tanto de las normas legales que regulan el ingreso y salida de mercancías. "Deben respetar la normatividad vigente en el proceso de comercio exterior ante la administración de aduanas, para que así las mercancía entre y salga sin ningún obstáculo", precisa.

Otra sugerencia es sobre las funciones que cumplen cada operador logístico, ya que es muy importante conocer a los que participan en cada proceso y conocer los costos. "Deben identificar al operador, en la medida que el empresario conozca más, podrá administrar mejor su cadena logística, y como consecuencia, su costo logístico", explica.

Finalmente, para contratar un operador logístico, García Riega aconseja conocer su trayectoria, revisar el ranking de operadores (en la web de la Sunat), visitarlos para conocer su infraestructura, si tienen oficinas adecuadas o almacenes, investigar su estado financiero, su registro en Infocorp, etc. "Debemos averiguar todos los frentes para saber si tienen el conocimiento suficiente para realizar las actividades propias de un operador", concluye.

Para contratar un operador logístico se debe conocer la trayectoria, el puesto en el ranking de operadores, conocer su infraestructura, entre otras consideraciones.

"Mecanismos de facilitación del comercio exterior y sus ventajas generadas en los costos de importación" organizada por ADEX, EL DIRECTOR GERENTE DE ADUALINK, ALBERTO GARCÍA RIEGA, destaca justamente estos cambios que se están implementando en los últimos meses.

El dato

De acuerdo a estimaciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC), este tipo de acuerdos reduce los costos en alrededor de 14%.

El programa continuará cuando se transfieran los recursos a Foncodes

‘COMPRAS A MYPERÚ’ DEBE reactivarse

El presidente del Consejo de Ministros, César Villanueva Arévalo, anunció que institucionalizará el programa ‘Compras a MYPErú’ y que el objetivo era que cinco ministerios se sumen a esta iniciativa y realicen compras a las micros, pequeñas y medianas empresas por un valor aproximado de S/. 400 millones en el 2018. De esa forma se reactivaría la economía y se generaría más empleo.

No obstante, según el jefe de la Unidad de Gestión de Proyectos Especiales del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (Foncodes), Augusto Inmenso Gonzáles, desde hace casi dos años efectúan coordinaciones para captar nuevos recursos, pero lamentablemente, debido a los cambios de gestiones públicas, no se concretan.

“En ‘Compras a MYPErú’ no se registraron desembolsos para adquisiciones luego del 2014. El programa solo se reactivará cuando haya recursos transferidos a Foncodes”, detalla a la **revista Perú Exporta.**

En opinión del expresidente de PYMEADEX, Arón Prado, ‘Compras a MYPErú’ es un buen programa porque formalizó a miles de empresas, sin embargo, sus beneficios no son totalmente aprovechados hoy en día. “No hay políticas de Estado que la impulsen. Los ministerios deberían apoyar a las Mypes destinando un porcentaje de su presupuesto a la compra de los productos de estas empresas. Es la única forma”, expresa.

El programa ‘Compras a MYPErú’ es impulsado por Produce y Foncodes.

PASOS PARA SER PROVEEDORES DEL ESTADO

‘Compras a MYPErú’ es un programa impulsado por el Ministerio de la Producción y Foncodes, que busca promover la sostenibilidad de la producción y del empleo de las Mypes, registrándolas como proveedoras de bienes como uniformes, calzados, chompas, buzos para escolares, ropa hospitalaria, carpetas para instituciones educativas, sábanas, colchonetas, entre otros.

Inmenso Gonzáles indica que las empresas que quieran postular a las convocatorias, deben ingresar a la web de Foncodes (www.foncodes.gob.pe) y Produce (www.produce.gob.pe). “Las Mypes deben estar formalizadas, asistir a las capacitaciones para la inscripción adecuada. Luego de ello, deben pasar por una evaluación administrativa y técnica para su calificación”, precisa el vocero.

Desde el 2011 el Estado invirtió en la compra de productos de las Mypes por S/. 814 millones, que luego son canalizados por el Mininter, Minedu, Midis, Minem y Minsa. Este monto, según Inmenso, sería superior si se impulsa un dispositivo que institucionalice la modalidad de adquisición.

Lo que se debe saber

S/

La última gran transferencia de recursos para las adquisiciones se hizo a fines del 2014.

Según cifras del Produce hasta la fecha alrededor de 14 mil Mypes participaron en los procesos de adquisición.

En enero de 2018 se realizó la última producción entregada por el programa ‘Compras a MYPErú’. Fue de camisas y casacas para la Policía Nacional del Perú.

Según la gerente de Comercio Exterior de Scotiabank, María Pía Castro, los errores se generan por la falta de información, asesoría y desconocimiento de los medios de pago de comercio exterior.

Especialista María Pía Castro da consejos

EVITE ERRORES en los pagos internacionales

Las empresas atraviesan las fronteras y hacen negocios, lamentablemente, pueden tener algunos problemas por desconocimiento, pero en todo proceso de exportación e importación, existen diversos métodos de pago que aseguran que el intercambio dinero-mercadería sea exitoso.

Para la gerente de Comercio Exterior de Scotiabank, María Pía Castro, los errores se generan por la falta de información, asesoría y desconocimiento de los medios de pago de comercio exterior.

“Algunas empresas, sobre todo las pymes, optan por trabajar con una transferencia internacional por considerarlo el medio de pago más rápido y económico, pero sin medir los riesgos asociados a esta transacción. En otros casos, las partes no negocian los términos de pago, lo cual los lleva a incurrir en un error”, explica.

Antes de elegir un método de pago, Castro sugiere al exportador confirmar la información con la contraparte y documentarla en un correo o proforma. También consultar los detalles del proceso de un pago internacional, y considerar que cada transacción es única por lo que se debe tomar en cuenta qué información aplica a cada caso.

“La información sobre los medios de pago de comercio exterior puede ser consultada en cualquier banco que cuente con un experto dispuesto a brindarle la información sobre una carta de crédito, cobranza documentaria y transferencia”, agrega.

CONFIANZA Y SEGURIDAD

La entrevistada sostiene que la confianza es primordial en todo proceso, por lo que la regla general siempre debe ser ‘conoce a tu cliente o proveedor’, y no solo utilizando internet para saber si existe, sino también recurriendo a embajadas o plataformas de ayuda para averiguar sobre la empresa que esté fuera de territorio peruano. “Recuerden que esto no es un gasto, sino una inversión para que no caer en un fraude”, recomienda.

Por ello, la especialista de Scotiabank define un orden para los medios de pago de menos riesgo a más riesgo. El menos riesgoso sería la Carta de Crédito, siguiéndole los Documentos en Cobranza y luego las Transferencias al Exterior.

“Sin duda, la carta de crédito es el medio de pago más seguro de comercio exterior ya que son los bancos quienes intermedian la operación y realizan la revisión documentaria asociada a la operación, asegurando que todo lo establecido en la misma sea cumplido por ambas partes, es decir, comprador y vendedor”, finaliza.

Gracias a la tecnología las empresas pueden protegerse de amenazas y riesgos

SEGURIDAD en tiempo real

Asumir una cultura de prevención como norma de vida en todos los ámbitos es imprescindible en estos tiempos en que la delincuencia atenta contra los bienes de una compañía y la vida de las personas. Por eso, los empresarios deben recurrir a empresas especializadas para analizar los riesgos y determinar las vulnerabilidades y amenazas existentes.

En ese contexto, la incorporación de tecnología es fundamental. Los equipos de seguridad electrónica son similares para los distintos tipos de empresas, desde las pequeñas hasta las grandes. Mientras más sofisticado sean los aparatos de seguridad, mejor será la detección porque los videos mostrarán qué está haciendo realmente el intruso.

> Si no se realizan de forma CORRECTA LAS ESTRATEGIAS, COMO COLOCAR APARATOS DE SEGURIDAD, mantenerlas en buenas condiciones y sin control, aparecerá el fenómeno de la 'falsa seguridad'.

Las alarmas son sistemas importantes que no deben faltar; incluso, éstas con los años se transformaron en sistemas de videoalarma, que son ideales en la detección de una posible intrusión gracias a sensores que verifican lo que realmente está pasando.

En la actualidad las compañías de seguridad ofrecen los aparatos y el servicio de control de lo que sucede en tiempo real. Comprar una alarma, quizás sea de ayuda, pero no se convierte en la solución ideal. Si los delincuentes ingresan y llegan a desconectar una alarma y no se genera ningún tipo de señal de emergencia hacia una empresa especializada, entonces la instalación de aparatos no servirá de nada.

En opinión del presidente y fundador de la Asociación Pro Seguridad Ciudadana del Perú (Aprosec), César Ortiz Anderson, el mayor problema del ciudadano es que se 'automedica en seguridad'. "Muchos de los empresarios creen que ellos mismos pueden evaluar y analizar los riesgos de su negocio", sostiene a la **revista Perú Exporta.**

TENGA EN CUENTA ESTOS TIPS

Manifiesta que es indispensable contratar a una empresa de servicio de seguridad registrada en la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil (Sucamec). Si no se realizan de forma correcta las estrategias, como colocar aparatos de seguridad, mantenerlas en buenas condiciones y sin control, aparecerá el fenómeno que él denomina 'falsa seguridad'.

Añade que en estos tiempos tumultuosos, es imprescindible tener un registro de cada colaborador, en especial cuando se sospecha que un empleado está involucrado en un hecho delictivo. "En Aprosec realizamos pruebas poligráficas", afirma.

El experto explica que la seguridad tiene tres tiempos marcados: antes, durante y después. El antes es la prevención para evitar robos, el durante está vinculado al cómo actuar en caso de riesgo, y finalmente, el después es un tema netamente de investigación policial. Explica que lamentablemente, en esta última fase, no se suele conocer a los responsables de un acto delictivo.

Los cercos eléctricos, cámaras internas y externas, alarmas, sensores, son algunos de los aparatos que deben revisarse por lo menos dos veces al año. "Otro aspecto a considerar son la ubicación de la empresa y los elementos con los que cuenta como puertas, ventanas, iluminación, lunas, que deben estar en buen estado y tener una revisión constante", precisa Ortiz.

> Se debe hacer un ANÁLISIS DE RIESGOS sobre las vulnerabilidades de las instalaciones de la empresa cada cierto tiempo y reconocer las necesidades existentes, VER CÓMO ESTÁ CAMBIANDO EL PANORAMA EN LOS ALREDEDORES (NUEVAS CONSTRUCCIONES) y empezar a tomar otras precauciones.

EMPRESAS SEGURAS CON TECNOLOGÍA

El gerente de Innovación y Tecnología de Securitas Perú, Jorge García Torres, afirma que ahora los costos para invertir en seguridad electrónica son muy accesibles. Agrega que las pequeñas empresas pueden invertir en sistemas sofisticados. "Pueden usar cercos eléctricos con sensores monitoreados por una central que reciba señales de alerta. De esa forma, los especialistas reaccionarán rápida y correctamente", asevera.

Asimismo, comenta que es fundamental invertir en servicios de seguridad física, pues se complementarán con la electrónica. Una solución de seguridad, es por ejemplo, instalar sistemas electrónicos que puedan ser monitoreados en tiempo real por una central de alarmas, y tener un personal capacitado en seguridad, que cuente con la debida experiencia y que esté continuamente actualizándose.

Precisa que el tener puertas eléctricas o lunas polarizadas, ayuda y complementa las medidas de seguridad, pero si éstas no generan alertas, no podrán cumplir a cabalidad su objetivo de proteger la propiedad y a los individuos.

García recomienda hacer un análisis de riesgos sobre las vulnerabilidades de las instalaciones de una empresa cada cierto tiempo y reconocer las necesidades existentes. Asimismo, es importante estar alertas siempre, hacer mantenimiento de sistemas, de las cámaras, ver cómo está cambiando el panorama en los alrededores (nuevas construcciones) y empezar a tomar otras precauciones.

Con el uso de dispositivos ahorradores y labor de mantenimiento

REDUZCA SUS GASTOS por consumo de agua

Es el recurso natural más importante en el mundo por lo que es fundamental conservarlo a través de su uso adecuado en los hogares y empresas. El gerente comercial de la empresa Enterprise, José Juárez, indica que al día, solo las empresas y hogares desperdician agua dos veces lo que mide el Estadio Nacional de Lima por lo que es imprescindible desarrollar planes para su ahorro.

"Esta labor la deben hacer las instituciones del gobierno y se debe empezar ya", comenta al tiempo de recordar que su escasez afecta al 40% de la población mundial y en el caso del Perú, la cultura del ahorro es mínima.

Estima que la mayor parte de las empresas usa realmente el 50% del agua facturada en sus recibos y el otro 50% es de lo que se desperdicia por no usar un producto ahorrador el cual a la larga generará un ahorro permanente, no solo del recurso, sino a nivel monetario.

El especialista afirma que está demostrado que usar dispositivos ahorradores reduce el consumo de agua. Otras acciones son su uso correcto y la labor de mantenimiento de las griferías, duchas, tanques de agua e inodoros. "Se puede evitar fugas que equivalen a un tercio del consumo innecesario de agua", añade.

De acuerdo a la Dirección General de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente (Minam), el país presenta una variada oferta de dispositivos ahorradores de agua, incluso existen proveedores que brindan 'catálogos verdes' a sus clientes. Al momento de elegir un producto se debe tener en cuenta el caudal requerido por el usuario y el que brinda el dispositivo, así como la presión necesaria para el correcto funcionamiento del aparato.

Se debe promover el uso responsable del agua en los hogares y empresas.

También indica que se debe hacer un uso más eficiente del agua, consumir cada vez menos, realizar campañas de sensibilización entre el personal de las empresas para el uso correcto de los dispositivos, establecer una ruta de comunicación que permita prevenir y corregir situaciones no deseadas y realizar mantenimiento.

Las empresas que implementan medidas de uso eficiente del agua entre sus trabajadores aportan al objetivo de lograr una 'ciudadanía ambiental', pues la sensibilización es trasladada a sus familias y a la comunidad. El uso eficiente de los recursos debe ser un compromiso de todos los peruanos.

A tomar en cuenta

- Actualmente muere una persona cada dos minutos en el mundo por falta de agua potable.
- Mayores detalles de Enterprise en www.grifoahorrador.com.

Dispositivos ahorradores destinados a empresarios

'Agua sólida': Ahorra el 90% de agua en el riego de parques, jardines y áreas de cultivo, almacena el agua hasta 500 veces su peso, es biodegradable y dura 10 años.

'Grifo ahorrador': Ahorra el 90% de agua, no necesita mantenimiento ni repuestos y su garantía es de un año.

'Sistema dual de inodoro': Ahorra el 50% de agua y no se necesita cambiar el inodoro con su instalación.

'Ducha ahorradora': Ahorra el 70% de agua.

El gerente general de Naturally Divine Perú S.A.C., el holandés Pim Van Den Hoven, es un convencido de las bondades de la biodiversidad de nuestro país. Al llegar a la selva peruana observó que se desaprovechaban las propiedades nutritivas, curativas y cosméticas del coco por lo que decidió cambiar esa situación.

Cuando inició su empresa en el 2014 se planteó el objetivo de ofrecer productos de calidad 'premium'. "La materia prima en el Perú es muy buena, me enamoré del coco porque tiene muchos beneficios para la salud, cura el alzheimer, ayuda a bajar de peso y es mucho más saludable para usar en frituras", refiere.

Relata que cuando empezó, los beneficios del coco no eran muy conocidos, pero su empresa impulsó su difusión. Después que la maca y el coco, sus primeros emprendimientos, se posicionaron, decidió introducir nuevos productos. Ahora tiene casi 30 en el mercado.

En el mundo el número de personas que cuida su salud y belleza aumenta cada día y esto impulsa más las ventas del aceite de coco que representa el 50% de sus ventas, además tiene una línea de aceites amazónicos, andinos; y, otros similares que importa.

"El coco es fácil de vender por sus múltiples beneficios. Actualmente trabajamos con pequeños proveedores rurales de provincias. Todos nuestros insumos pasan por un proceso de calidad y siempre pagamos precios justos", añade.

También ofrece miel, la cual compra a diferentes apicultores de Huancayo, Ayacucho y Tacna. "Tratamos de conseguir mieles especiales. Cuando llegué a Perú vi que casi todas procedían de Oxapampa, pero en todo el país hay muy buenas mieles", dice tras agregar que también trabajan con la sal de Maras de Cusco.

El gerente general de Naturally Divine, Pim Van Den Hoven, afirma que todos sus insumos son de calidad 'premium'.

Naturally Divine

ORGÁNICO, silvestre, natural y ecológico

PROYECCIONES

La empresa trabaja en el objetivo de aumentar su capacidad de cultivo y producción para empezar a exportar a Europa y EE.UU. "Invertimos en producción y suministros, y desde hace un año poseemos nuestras propias plantaciones en Tarapoto", agrega.

Actualmente, exporta a Bolivia; y en Tacna los compradores chilenos prefieren sus productos por la calidad ofrecida. Su empresa fue seleccionada en el proyecto Al- Invest 5.0, financiado por la Unión Europea. "Gracias al apoyo perfeccionamos nuestro proceso de producción, mejoramos el desarrollo de nuestra marca e incrementamos la línea de productos. Asimismo, participamos en varias ruedas de negocios", afirma.

Una de las características que lo enorgullece es que empezó el negocio armando su propia red de distribución. Ahora tiene 130 distribuidores que atienden 70 puntos de ventas a nivel nacional en más de 30 ciudades, entre ellas Lima. "Tenemos bastante presencia en las eco tiendas y casas naturistas de Lima y provincias. Además trabajamos mucho con chefs vegetarianos", concluye.

Nehemías Fernández Gomero y Pilar Salomé, se asociaron para crear Industria FerSal y aseguran que ADEX les brinda una gran oportunidad de crecimiento.

Industria FerSal

Exportará bebida energética a RUSIA Y EE.UU

Desde pequeños consumimos y CRECIMOS RODEADOS DE MACA. ¿Por qué no incentivar su consumo sano y natural?, se pregunta Nehemías Fernández Gomero.

Desde adolescente tuvo la convicción que de adulto no trabajaría por los sueños de otros, sino por los suyos. El apoyo que brindó al negocio de su familia y sus estudios de marketing y negocios internacionales, fueron la base que le permitió crear su propia empresa que produce bebidas con maca.

Luego de dos intentos de negocio de los que salió fortalecido y junto a su socia y pareja, Pilar Salomé, Nehemías Fernández Gomero creó Maca Fruits, una deliciosa bebida energizante que pronto exportarán a Rusia y EE.UU. "Es una bebida energética natural y nutritiva con pulpa de maca, manzana, maracuyá, azúcar, miel de abeja", dice el ahora gerente general de Industria FerSal.

Salomé, quien es gerente comercial de la empresa, detalla que ese producto fue el resultado de un plan de negocio que presentaron como trabajo final en la universidad. Ensayaron varias mezclas de frutas con maca que ayuda a reducir el colesterol, pero sobre todo es un energizante natural.

"Ofrecemos una bebida energética natural y nutritiva desarrollada con pulpa de maca, manzana, maracuyá, azúcar, miel de abeja. Aprovechamos la tendencia mundial de consumir productos naturales y saludables", menciona Fernández.

Refiere su canal de comercialización está integrado por tiendas naturistas, la red de tiendecitas de Sierra y Selva Exportadora del Minagri, y distribuidores del interior del país. Pronto ingresarán a Cuzco, Chiclayo y Junín. "Nuestro trabajo apunta a duplicar las ventas este año", acota.

La maca la adquieren en Junín, la manzana en el norte y la miel de Chanchamayo. Dentro de sus planes está lanzar al mercado otros sabores para llegar a nuevos clientes en provincias y Lima. Su actual capacidad productiva es de 60 mil botellas al mes con el servicio de maquila en una planta en Lurín.

El dato

Desde que se asociaron a ADEX se les abrieron muchas puertas. Asistieron a ruedas de negocio y exhibiciones, la última fue la 'Casa Perú' en Rusia.

Elisur Organic S.A.C. exporta jengibre y cúrcuma fresco

APUESTA por lo orgánico

El gerente general de Elisur Organic S.A.C., Caleb Alcalá Mercado, asegura que el jengibre fresco orgánico es su producto estrella

El jengibre y la cúrcuma orgánicos conquistan a consumidores europeos y americanos porque en sus cultivos no usan químicos, lo cual es importante pues son materia prima en la industria de la medicina, gastronomía y repostería, sostuvo el gerente general de la empresa Elisur Organic S.A.C., Caleb Alcalá Mercado, cuya representada exporta ambos productos.

Manifiesta que Elisur Organic S.A.C. tiene socios estratégicos con áreas de cultivo ubicados en los alrededores de la ciudad de Pichanaqui, Junín, donde también tiene su planta de proceso y 'packing'.

La empresa nació hace dos años por la necesidad de los agricultores de buscar nuevos mercados para sus productos, lo que les permitió mejorar su calidad de vida. "El impacto en el ingreso de los agricultores con quienes trabajamos es positivo", dice.

Hasta el momento logró un crecimiento exponencial. Exportaron 22 contenedores en el 2017 y en el primer trimestre del 2018 ya enviaron seis contenedores. Holanda y EE.UU. son sus principales compradores, pero también realizan envíos a Canadá, Reino Unido y Alemania.

"Trabajamos en equipo para que el 2018 sea el año del crecimiento y consolidación de nuestra participación en el mercado. Este año debemos ingresar a Italia y tendremos mayor participación en EE. UU y Holanda", explica Alcalá Mercado.

POR EL FORTALECIMIENTO.

Con la finalidad de tener una mayor oferta exportable, la empresa está invirtiendo en la ampliación e implementación de su planta. Además el área de innovación trabaja en el desarrollo de los productos derivados del jengibre y la cúrcuma, como deshidratados y harina de jengibre y cúrcuma.

Precisa que esperan crecer 33% respecto a las ventas del año pasado sumando nuevos destinos y aumentando el volumen comercializado con sus actuales clientes.

La capacidad productiva de su empresa en el 2017 fue de 8 contenedores mensuales. "Este año ampliamos operaciones a 12 contenedores mensuales. Es decir tenemos la capacidad de fabricar 17,280 cajas, todas para el mercado exterior. Exportamos directamente el 50% de nuestra producción y el 50% lo enviamos mediante intermediarios", puntualiza.

En el 2019 esperan consolidar la diversificación de sus productos ofertados y agregar granadilla, plátano, piña Golden, palta Hass y fuerte a su oferta exportable.

"Nuestra empresa está comprometida con los trabajadores quienes participan de la cadena de producción. Les brindamos mayores beneficios y la formalidad conforme a ley. Nuestros trabajadores se benefician con acceso a un seguro de Salud integral en Essalud, gracias a que como empresa accedemos a la Ley 27360, que se ajusta a la temporabilidad de nuestros productos", finaliza.

A tomar en cuenta

El precio del jengibre en los mercados extranjeros varía conforme la temporada.

La siembra se realiza en los meses de septiembre-noviembre, y se puede cosechar de julio a diciembre del siguiente año.

Aprovecharon la tecnología para ofrecer sus diseños mediante un fanpage, lo cual les permitió contactar con clientes internacionales para empezar su sueño exportador.

Laurentina:

MODA FEMENINA para exportación

Laurentina es una empresa familiar que inició en el 2016 cuando Eric Soto, su gerente general, aún estudiaba comercio exterior en el Instituto ADEX. "Nuestra participación en Feriadex fue fundamental para nuestro despegue", refiere.

Los diseños de Laurentina tienen su fuente de inspiración también en la familia. Su modelo ´Ofelia´ surge en honor a la abuela de Eric Soto y está basada en los años 50, pero lo primero que diseñaron fueron carteras. Luego empezaron a fabricar zapatos, monederos, billeteras. "Todos en esa onda", explica.

Gracias a tecnología realizan citas con potenciales compradores, pero sus primeros clientes fueron la familia y amigos. "Decidimos aprovechar la tecnología y ofrecimos nuestros diseños mediante un fanpage en Facebook, lo cual nos permitió recibir pedidos personales", afirma.

Cuenta que una empresa argentina los contactó por dicho medio y les realizó un pedido importante de su línea de carteras ´Ofelia´, con lo cual esperan lograr su primera exportación. "Además coordinamos con ellos para que sean nuestros representantes y socios estratégicos", explica.

Soto es un convencido de que su marca no es solo un sueño sino ya una realidad. Asegura que su participación en ferias especializadas en moda es fundamental para estar al tanto de las nuevas tendencias y mantenerse vigentes.

Enfatiza que las marcas independientes están moviendo la moda en el país. "Nuestra meta es tener una participación dentro de esas principales marcas que generan la moda peruana, que se nos reconozca como diseñadores", indica Eric Soto.

Cuenta que hasta hace unas semanas sus creaciones estuvieron en la cadena de tiendas Vernácula. "Estamos trabajando nuevas creaciones que las ofreceremos en tiendas boutique. Aún no fabricamos a escala, solo en pequeños lotes", expresa.

CALZADOS PERSONALIZADOS.

El calzado fue el rubro fuerte con el cual Laurentina empezó en el mundo de los negocios. Ahora, con diseños propios ya cuentan con personal en la fabricación de los zapatos que entienden los esfuerzos que hace la empresa por presentar un producto de calidad.

Sin embargo las carteras de la línea ´Ofelia´ y los accesorios empezaron a tomar fuerza gracias a una ´blogger´ especialista en moda que vio la cartera y decidió hacer un canje con Laurentina. Esta ´influencer´ publicó fotografías suyas luciendo este accesorio y los pedidos empezaron a multiplicarse.

La empresa trabaja sus modelos en cuero, pero alista una nueva línea que priorizará la utilización del lino para elaborar balerinas.

RANKING DE EMPRESAS-EXPORTACIONES NO TRADICIONALES ENERO-ABRIL DEL 2018

Nº	Razón Social	Valor FOB (US$)	Part.% 2018
	TOTAL	**4,167,821,015**	**100.0%**
1	VOTORANTIM METAIS - CAJAMARQUILLA S.A.	151,249,406	3.63%
2	COMPAÑIA MINERA MISKI MAYO S.R.L.	75,945,721	1.82%
3	VITAPRO S.A.	61,935,671	1.49%
4	TECNOFIL S.A.	61,479,075	1.48%
5	CORPORACION ACEROS AREQUIPA S.A.	55,570,703	1.33%
6	QUIMPAC S.A.	49,280,020	1.18%
7	EL PEDREGAL S.A.	48,325,023	1.16%
8	VIRU S.A.	47,367,448	1.14%
9	INDUSTRIAS ELECTRO QUIMICAS S.A.	46,826,328	1.12%
10	OPP FILM S.A.	46,345,398	1.11%
11	DANPER TRUJILLO S.A.C.	43,484,824	1.04%
12	CAMPOSOL S.A.	42,762,563	1.03%
13	CENTELSA PERU S.A.C.	42,400,382	1.02%
14	MICHELL Y CIA S.A.	35,790,056	0.86%
15	GANDULES INC S.A.C.	34,654,042	0.83%
16	ZINC INDUSTRIAS NACIONALES S.A.	34,156,952	0.82%
17	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	33,216,457	0.8%
18	AGP PERU S.A.C.	29,785,769	0.71%
19	GLORIA S.A.	29,544,753	0.71%
20	SEAFROST S.A.C.	26,886,336	0.65%
21	MARINAZUL S.A.	24,989,637	0.6%
22	CORPORACION AGROLATINA S.A.C.	24,959,966	0.6%
23	MONDELEZ PERU S.A.	24,678,218	0.59%
24	PRODUCTORA ANDINA DE CONGELADOS S.R.L.	22,653,411	0.54%
25	ARIN S.A.	22,497,891	0.54%
26	MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	22,386,986	0.54%
27	OXIDOS DE PASCO S.A.C.	21,821,602	0.52%
28	KIMBERLY-CLARK PERU S.R.L.	21,525,432	0.52%
29	EXPORTADORA SAFCO PERU S.A.	20,932,030	0.5%
30	CERAMICA LIMA S.A.	20,889,985	0.5%
31	ALTAMAR FOODS PERU S.R.L.	20,762,534	0.5%
32	INVERSIONES PRISCO S.A.C.	20,489,132	0.49%
33	DEVANLAY PERU S.A.C.	20,315,198	0.49%
34	AGRIBRANDS PURINA PERU S.A.	19,908,623	0.48%
35	CONFECCIONES TEXTIMAX S.A.	19,854,562	0.48%
36	PERUPLAST S.A.	18,217,705	0.44%
37	TOPY TOP S.A.	17,894,136	0.43%
38	AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	17,502,750	0.42%
39	SUNSHINE EXPORT S.A.C.	17,217,194	0.41%
40	NATUCULTURA S.A.	17,166,395	0.41%
41	INCA TOPS S.A.	17,000,729	0.41%
42	SOUTHERN TEXTILE NETWORK S.A.C.	16,871,144	0.4%
43	TEXTILES CAMONES S.A.	16,566,785	0.4%
44	PRODUCTOS NATURALES DE EXPORTACION S.A. - PRONEX S.A.	16,423,283	0.39%
45	ALICORP S.A.A.	16,157,764	0.39%
46	INDECO S.A.	16,086,876	0.39%
47	PROCESADORA LARAN S.A.C.	16,082,983	0.39%
48	TAL S.A.	15,718,843	0.38%
49	TEXTILE SOURCING COMPANY S.A.C.	15,640,696	0.38%
50	COMPAÑIA GOODYEAR DEL PERU S.A.	15,596,827	0.37%
51	**Otras**	**2,592,004,768**	**62.2%**

Elaboración: ADEX DATA TRADE Fuente: Aduanas - Perú

La ceremonia de inauguración contó con la presencia del presidente del Comité de Confecciones de ADEX, César Tello, el presidente del Comité Textil de ADEX, Carlos Penny, y el vicerrector de Universidad de Lima, de Jaime León.

Ganadores en el XIV FORO TEXTIL EXPORTADOR

La empresa Tandem Textil fue reconocida en la categoría "Mejor empresa innovadora del sector textil y confecciones 2017", debido a su apuesta por la innovación en productos, diseño y procesos de internacionalización. Recibió el premio su gerente general, Juan Manuel Arias, de parte del viceministro de Mype e Industria, Javier Dávila.

La innovación, el diseño e iniciativas en el proceso de internacionalización, fueron reconocidos por la Asociación de Exportadores (ADEX), en el marco del XIV Foro Textil Exportador "Innovando para competir", en el que se analizaron propuestas y estrategias de diferenciación que contribuyen a la competitividad de los actores de la cadena textil-confecciones.

El certamen se llevó a cabo en la Universidad de Lima, y contó con la coorganización de PromPerú, Mincetur y Produce. Además, contó con el apoyo del programa Innovadex, Al Invest 5.0, y la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz-Bolivia (CAINCO), y el auspicio de la empresa textil La Colonial Fábrica de Hilos S.A.

El XIV Foro Textil Exportador "Innovando para competir" contó con el auspicio de la empresa textil La Colonial Fábrica de Hilos S.A.

Integrantes de toda la cadena se hicieron presentes en el Foro Textil.

Colección de Meche Correa presente en certamen

Conferencia de prensa en PromPerú en donde se presentaron los productos que se enviaron a Rusia.

Oferta peruana en CASA PERÚ en Rusia

Un trabajo público-privado hizo posible que la ´Casa Perú´ en Rusia abra sus puertas durante el Mundial 2018. ADEX, Mincetur y PromPerú unieron fuerzas y llevaron productos representativos de nuestra agroindustria, textiles y artesanía. ADEX tuvo la responsabilidad de convocar a las empresas. El palacio Manège recibió la visita de miles de turistas de todo el mundo que pudieron conocer nuestra oferta.

La ´Casa Perú´ abrió sus puerta del 18 al 28 de junio en el palacio Manège, ubicado a pocas cuadras de la Plaza Roja.

Inauguraron la 'Casa Perú', el primer vicepresidente de ADEX, Max Alvarado, junto a la Directora de Comunicaciones e Imagen País en PromPeru, Isabella Falco, el embajador de Perú en Rusia, Luis Benjamín Arteaga, y el presidente del Comité de Pisco de ADEX, William Urbina.

No faltaron las danzas típicas en la Casa Perú en Rusia.

Parte de la oferta de productos que las empresas mandaron a Rusia.

La artesanía se hizo presente.

Los limones peruanos se usaron en la preparación de varios platillos, entre ellos el cebiche.

Mágica combinación. Productos agroindustriales y preciosos llaveros artesanales.

El pisco infaltable en la ´Casa Perú´ en Rusia.

El presidente de ADEX, Juan Varilias, inauguró el evento. Señaló que la optimización de los procesos logísticos es un desafío para todos los actores involucrados, tanto de las empresas privadas como de las autoridades relacionadas con el sector.

IV FORO LOGÍSTICO PARA EL COMERCIO EXTERIOR

Los altos costos logísticos que deben afrontar los exportadores les restan competitividad frente a sus pares de otros países. Para buscar alternativas a estos inconvenientes la Asociación de Exportadores (ADEX) organizó el IV Foro Logístico para el Comercio Exterior, que tuvo como auspiciadores a JRM Soluciones Integrales de Almacenamiento, APM Terminals, Forbis Logistic, y Fargoline, además de Talma, Ransa y BCP.

En el panel "Seguridad en la cadena logística de Comercio Exterior", participaron el director general de facilitación de comercio exterior de Mincetur, Francisco Ruiz; el gerente general de Sicher Cargo Perú S.A.C., Rafael del Campo; el gerente central de Comercio Exterior en Ransa Comercial S.A., César Ballón el gerente central de Administración y Gestión del Capital Humano de Danper Trujillo S.A.C., Roger Carruitero.

El presidente de ADEX, Juan Varilias; el presidente del directorio de la Autoridad Portuaria Nacional (APN) Edgar Patiño; los representantes del Comité de Servicios al Comercio Exterior del gremio exportador, José Carlos Schroth y Alex Kudzuma; el presidente de los Centros Académicos de ADEX, Luis Vega Monteferri; el gerente de Sicher Cargo, Rafael del Campo y el representante de Argencrops, Raul Villafane.

ADEX pone en marcha programas de bienestar y activaciones que generan espacios de integración y confraternidad, para promover la camaradería y compromiso entre sus colaboradores.

Asegura Aldo Ormaeche, subgerente de Recursos Humanos del gremio

Colaboradores son base del crecimiento de ADEX

Entre el 2015 y el 2017 el índice de satisfacción de los colaboradores de ADEX pasó de 58% al 73%, gracias a una serie de estrategias impulsadas durante la gestión de su presidente, Juan Varilias Velásquez.

El subgerente de Recursos Humanos de ADEX, Aldo Ormaeche, resalta que el gremio está al tanto de los cambios, necesidades y requerimientos de sus colaboradores ya que son la base del crecimiento. "Implementamos estrategias que elevan el nivel de satisfacción para atraer, retener y desarrollar al talento humano de la institución", explica.

Precisa que es importante tener presente que en la actualidad los 'millennials' son mayoría en las instituciones y ADEX no es la excepción. Más del 63% pertenece a esa generación, por lo que uno de los desafíos es ofrecer un ambiente de trabajo agradable.

También destaca la 'reducción-promedio' de rotación del personal que bajó de 4.6% en el 2016 a 2.6% en el 2017. Ormaeche asegura que esos indicadores son el resultado de trabajar con la premisa de mantener un ambiente agradable, indispensable para retener al talento, sobre todo a los 'millennials'.

"Ellos responden a la innovación y a las nuevas tecnologías pues les permite generar un mayor impacto, asimismo, esperan que se respete el balance de vida laboral-familiar y que la institución tenga un sentido de responsabilidad social", dice.

En ese sentido, explica que ADEX tiene el programa de beneficios 'Vive ADEX', cuyos principales atractivos son días libres al año para que los colaboradores puedan destinar parte de su tiempo a actividades personales y otros beneficios paralelos.

Menciona que el programa "Crece con Nosotros", ofrece a los colaboradores postular directamente a cualquier posición que ofrece la institución. "La idea es generar una línea de carrera interna", añade.

Este año ADEX realizará un diagnóstico de todos los procesos de RR.HH. para desarrollar un plan de trabajo integral con énfasis en la organización interna, liderazgo de los mandos medios, identificación con ADEX, integración, infraestructura y beneficios.

La elaboración de sus prendas la realiza la asociación "El Renacer del Cuero", un grupo de madres expertas en tejido y bordado.

Mediante el arte del tejido

CEPRAYDE PRODUCE PRENDAS CON CUERO DE ALPACA

A fin de aprovechar todos los recursos del Valle del Colca, Arequipa, el Consorcio Exportador de Productos de Alpaca y Derivados S.A.C. "Ceprayde", elabora prendas de vestir hechas con cuero de alpaca mediante el arte del tejido, informó su gerente general, Josef Mugglin.

"Se trata de un material suave, blando y cómodo a la piel. Es más resistente que el cuero de otras especies como el borrego, chivo, toro o vaca. Buscamos innovar en el mercado con un producto distinto y ofrecer una alternativa de trabajo a familias de la zona", detalló el empresario, luego de referir que Ceprayde empezó elaborando productos convencionales como casacas, chalecos, gorros, guantes, y otros, con cuero de alpaca.

Para crecer 13% este año

SAN ROQUE INGRESARÁ A CHILE Y HONDURAS

Con el objetivo de expandirse a nivel internacional, la empresa San Roque proyecta ingresar a Chile y Honduras y cerrar este año con un crecimiento de 13% en su facturación total, informó su gerente comercial, Ana Lucía Mendoza. "Con Chile ya empezamos las negociaciones y en el caso de Honduras estamos a puertas de enviar nuestro primer embarque", dijo.

De esta manera se abrirá una ventana al mercado centroamericano. "Asimismo, fortaleceremos nuestro posicionamiento en tres estados de EE.UU.: Connecticut, Nueva York y Utah",comentó.

El 'King Kong' de San Roque es el producto más importante de su cartera.

Su habilitación concluirá en dos años

DRAFPACK TRASLADARÁ SU PLANTA DE PRODUCCIÓN

Las exportaciones de la compañía se dirigen mayormente a Bolivia. Otros destinos son Ecuador, Colombia y Paraguay.

Drafpack E.I.R.L., empresa que fabrica y comercializa máquinas industriales de envasado y empaque para el sector alimentos, químico y cosméticos, trasladará su planta de producción a Carabayllo, que terminará de habilitarse en los próximos dos años, informó su gerente general, Raúl Álvarez.

"Como parte de nuestras acciones estratégicas para seguir creciendo, mantendremos solo la parte comercial en nuestra actual sede del Cercado de Lima, y lo demás lo llevaremos al segundo local de 3 mil metros cuadrados, que tiene una inversión de S/. 500 mil", dijo.

■ Espera fortalecer su presencia en México y llegar a Panamá

TECH TRADE ESTIMA CRECIMIENTO DE 20% ESTE AÑO

El gerente comercial de Tech Trade, Jordi de Almenara, fue uno de los beneficiados con el Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI).

Luego de señalar que el 2017 fue favorable para su representada gracias al crecimiento de sus ventas en 17%, el gerente comercial de Tech Trade S.A.C., Jordi de Almenara de la Riva Agüero, prevé un crecimiento de 20% para este año gracias a su ingreso a México, Panamá y Trinidad y Tobago.

Sus despachos al exterior superarían las ventas locales, si se considera que el año pasado, el 55% se destinó al mercado interno y el 45% restante al exterior. "Para este año esperamos un balance, 50% para cada uno", apuntó.

■ Busca convertirse en un referente en la facilitación de negocios

FBG SUMARÁ MÁS OFICINAS EN CHINA

FBG organiza viajes de negocios, misiones comerciales, tecnológicas y académicas. Tiene clientes en EE.UU., México, Panamá, El Salvador, Colombia, Ecuador y otros.

Full Business Global FBG implementará más oficinas en China, con el objetivo de incrementar sus servicios a exportadores e importadores que necesiten realizar gestiones comerciales en ese país, informó su gerente general, César Guevara.

"Un importador que quiere comprar una máquina de China puede ver el producto por la página web, hablar con el proveedor por Skype, pero al momento de hacer la transferencia puede tener dudas. Nosotros nos encargamos de ir personalmente a la fábrica a constatar que la empresa cumpla con los estándares de calidad necesarios y que el pedido tenga las características ofrecidas", comentó.

■ Diversificación de su oferta

INDUSTRIA LA PIRCA S.A.C. LANZARÁ TRES NUEVOS PISCOS

Con el objetivo de crecer un 40% al cierre de este año, Industria La Pirca S.A.C. comercializará tres nuevos productos. "Sumaremos a nuestra cartera los piscos de cepa mollar, torontel y albilla", detalló su director, Roberto Quispe Pereda.

Agregó que otras acciones para lograr una variación positiva serán incrementar sus canales de distribución en Lima, tener representantes comerciales en distintas regiones del país y capacitar a sus colaboradores sobre las bondades del pisco. Asimismo, obtendrá las certificaciones de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y el Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés).

El director de Industria La Pirca S.A.C., Roberto Quispe, señaló que actualmente cuentan con la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

■ Adquirió dos máquinas

WAALA INDUSTRIAS S.A.C. MODERNIZA SU PROCESO PRODUCTIVO

Waala Industrias Nutricional y Cosmética S.A.C. accedió a un financiamiento del Programa Innóvate Perú del Ministerio de la Producción (Produce), con el que modernizará su proceso productivo mediante la adquisición de dos máquinas que le permitirá mejorar y agilizar sus procedimientos y reducir costos.

"Hemos comprado una encapsuladora de cacao y una envolvedora de barras de chocolate. La primera logra 360 cápsulas por minuto y la segunda 230 bolsas en el mismo tiempo", detalló su gerente general, Aquilina Palomino. Agregó que esa inversión le permitirá ser más competitiva pues reducirá costos y tiempo de producción.

La gerente general de Waala Industrias Nutricional y Cosmética S.A.C., Aquilina Palomino, asegura que este año planean lanzar productos cosméticos que retrasen el envejecimiento.

■ Con su línea para la industria farmacéutica

AMFA VITRUM BUSCA LLEGAR A NUEVOS MERCADOS

La gerente general de Amfa Vitrum, Lucía Trujillo, llevó estudios de comercio exterior en los Centros Académicos de ADEX.

Amfa Vitrum S.A., empresa que produce y comercializa ampollas, frascos y viales para la industria farmacéutica, espera en un mediano plazo que la mitad de su producción sea distribuida en el exterior, para ello inició un agresivo plan con el objetivo de ganar nuevos mercados y clientes, informó su gerente general, Lucía Trujillo.

"Actualmente el 65% de nuestros productos se comercializan en el medio local y solo el 35% está dirigido a la exportación, nuestra meta es que al menos el 50% de nuestra producción sea enviada al extranjero en los próximos dos años. Para lograrlo hemos mapeado potenciales nuevos clientes en países donde ya vendemos y en otros donde aún no hemos llegado", declaró al boletín semanal **Perú Exporta.**

■ Empresa apunta al sector automotriz de México

ALIANZA METALÚRGICA DUPLICÓ SUS EXPORTACIONES

El director gerente, Patrick Spittler, comentó que su representada registró un crecimiento de 18% en el 2017.

La empresa Alianza Metalúrgica, con 33 años dedicados a la fundición de piezas de aluminio para diversos sectores, pretende llevar este año su oferta de productos a México, donde identificaron una fuerte demanda para abastecer al sector automotriz, señaló su director gerente, Patrick Spittler.

Ante ello, dijo confiar que autoridades del Mincetur, PromPerú y Produce continúen sumando esfuerzos para impulsar la aproximación de la industria peruana al sector automotriz del país azteca. Actualmente exportan a EE.UU., Chile, Ecuador y Colombia. Para este 2018, su estrategia de crecimiento en el exterior será reforzar su presencia en Latinoamérica, a los que sumará México.

■ Simplifica sus procedimientos a favor de sus clientes

SRM SAFI IMPLEMENTÓ PLATAFORMA DIGITAL PARA CRÉDITOS FINANCIEROS

SRM SAFI es una multinacional de origen brasileño. Tiene oficinas en ese país, Perú y Chile

La multinacional Sociedad Administradora de Fondos de Inversión S.A. (SRM SAFI) implementó una plataforma que permite a sus clientes acceder a un crédito financiero en unas horas, gracias a la digitalización de documentos y al uso de firmas electrónicas, anunció el CEO de la compañía, Rui Matsuda.

"La gran ventaja de este sistema es la rapidez. Si un cliente necesita pagar impuestos o su planilla puede ingresar su operación en la mañana y antes del mediodía ya puede tener el crédito en su cuenta bancaria. Los empresarios de hoy están enfocados en temas operativos, negociaciones con proveedores y clientes. Ahorrar tiempo es un gran beneficio", precisó.

■ Con su ingreso a Centroamérica y Sudamérica

BEO S.A.C. CRECERÁ 60% AL TÉRMINO DEL 2018

Beo S.A.C. tiene una alianza estratégica con productores de las distintas regiones del país.

La empresa Beo S.A.C., que comercializa cultivos orgánicos, crecerá alrededor del 60% este año ingresando a países de Centroamérica y Sudamérica. "Superaremos el crecimiento del 2017 (30%) explorando esos continentes que crecen de manera importante y sus consumidores se interesan más por la inocuidad de los productos", informó su gerente general, Giuseppe Accetta.

Entre los nuevos destinos estarían Argentina y Chile, a los que enviarían palta (su producto estrella), mango, kión (otro abanderado) y cúrcuma, aprovechando que el país tiene grandes oportunidades en la exportación de alimentos orgánicos que son valorados en el exterior.

■ Intedya ofrece financiamiento a emprendimientos

OPORTUNIDAD DE DESARROLLO PARA PYMES

Intedya es una compañía internacional presente en 16 países de 3 continentes. Ofrece consultorías en tres modalidades: Consulting, Training y Outsourcing.

Con el objetivo de promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (pymes), la consultora internacional Intedya (International Dynamic Advisors), impulsa su programa internacional de subsidios directos a pymes, que otorga un incentivo económico anual a los emprendimientos que implementen modelos de gestión, informó la directora de una de las oficinas de Intedya en Lima, Katherine Medina.

El subsidio puede cubrir hasta el 40% del costo total del proyecto a realizar. La consultora realiza un análisis de la empresa y determina el tipo de normas que necesita implementar según su rubro y sus objetivos. Luego proponer la ejecución de un proyecto de gestión.

I CONGRESO Fortalecimiento de la cadena del Maracuyá

ADEX

07 agosto
Universidad Nacional del Santa
Chimbote

MÓDULOS

- GENÉTICA Y PROPAGACIÓN
- MANEJO DE CULTIVO
- ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN COMERCIAL

EXPOSITORES

" IMPORTANCIA Y ROL DE LA POLINIZACIÓN "

DR. FABIO FALEIRO - EMBRAPA
Master y Doctor en Genética y Mejoramiento por la Universidad Federal de Viçosa.

" MANEJO DE CULTIVO DE MARACUYÁ EN COLOMBIA "

M. SC. ADALBERTO RODRIGUEZ - CEPASS
Ingeniero Agrónomo en investigación técnica y transferencia de tecnología en especies frutícolas.

¡COMPRA TU ENTRADA!*

Productores	Estudiantes	Público en general
S/. 50	S/. 60	S/. 90

(*) Precio de venta incluido IGV
Descuentos por grupo

CONTACTO: **Maricarmen Huapaya** **T:** 618-3333 **anexo:** 4201 **C:** rhuapaya@adexperu.org.pe
Harumi Shiomura **T:** 618-3333 **anexo:** 4252 **C:** hshiomura@adexperu.org.pe

ORGANIZA: ADEX | UNS Universidad Nacional del Santa

APOYO INSTITUCIONAL: COOP-APAES | Embrapa | CEPASS

AUSPICIADORES: Selva Industrial S.A. | ARCACONTINENTAL Lindley | Quicornac | laib agroindustrias | agromar Industrial

MEDIA PARTNERS: Perú exporta | Agro Networks | Redagrícola

FACTORING LOCAL E INTERNACIONAL
ÁGIL, SEGURO, 100% DIGITAL

ASÍ DE SIMPLE

Para ser rápidos y sencillos para usted invertimos todos los días en tecnología, seguridad e innovación, ofreciéndole diversas soluciones de financiamiento para su empresa, de forma ágil y sin papeleos.

IMPORTACIÓN

Transformar tus compras en crédito, ahora es posible. Incrementa tu capital con nuestra ayuda

EXPORTACIÓN

Miles de créditos ya aprobados para tus clientes importadores en todo el mundo

FACTORING LOCAL

Liquidez inmediata para que tu negocio crezca, cede tus facturas de forma ágil e innovadora

Conozca nuestros productos:

Factoring Internacional
Factoring Local

FONDO COMEX

FIF EXODUS

SOMOS SRM SAFI

13 AÑOS DE EXPERIENCIA - 2,500 CLIENTES - 250 COLABORADORES
MÁS DE 3 MIL MILLONES DE DÓLARES EN VOLUMEN ANUAL DE OPERACIONES
22 OFICINAS ENTRE PERÚ, BRASIL Y CHILE

Comuníquese ahora con uno de nuestros expertos:
fastfactoring@srmsafi.com

OFICINA LIMA
Teléfono: +51 1 705-9839

OFICINA TRUJILLO
Teléfono: +51 (044) 616847

OFICINA AREQUIPA
Teléfono: +51 (054) 325583

OFICINA CHILE
Teléfono: +56 2 2582-2351

OFICINA BRASIL
Teléfono: +55 11 3334-2100

SRM
Tu capital en movimiento
www.srmasset.com

LEN.COM.BR