



BICENTENARIO

REVISTA
ESPECIAL
2021



- Perú: Fortalezas y desafíos como destino de las inversiones extranjeras
- Sector porcino de capa blanca español: Referentes en sostenibilidad y bienestar animal
- “Somos conscientes que no existen empresas exitosas en países con sociedades que no son prósperas”



GRUP CEREALS
MONTPOMAR

CLASIFICACIÓN DE CEREALES
Y VENTA DE SEMILLA CERTIFICADA R-1 y R-2

editorial

Estamos celebrando el Bicentenario del Perú como República, en un contexto marcado por una pandemia global, cuyo fin aún es incierto, y en un escenario de inestabilidad política; pero, sobre todo, con enormes desafíos para reactivar el país luego de largos meses de estancamiento. En ese marco se elabora esta Edición Especial de nuestra revista para invitar a reflexionar al lector sobre nuestro pasado, presente y futuro dentro de una perspectiva positiva y optimista; teniendo como insumo las entrevistas y artículos de análisis de especialistas y representantes de gremios e instituciones de Perú y España: Se cuenta con las opiniones de los presidentes de las patronales de ambos países (CEOE y CONFIEP), de los Ministros de Relaciones Exteriores y Comercio Exterior del Perú, entrevistas a exministros, empresarios y autoridades de ambos países, análisis de especialistas de diversos sectores, que muestran visiones y retos de un Perú con futuro.

Sin duda el Perú sigue siendo para todos el de las materias primas, las que concentran el 60% de las exportaciones, el 25% de las inversiones directas, y el 15% de los ingresos fiscales del país. Un repaso objetivo de la historia económica reciente del Perú evidencia que en las últimas tres décadas, logró una de las historias de éxito más sorprendentes de América latina, el llamado milagro peruano: Crecimiento sostenido y de alto vuelo, estabilidad política inédita, gastronomía deslumbrante. Este éxito se debió a que desde la década del noventa se implementaron reglas de juego claras y medidas para atraer la inversión que, si bien pueden contener imperfecciones, los resultados alcanzados permitieron un crecimiento y desarrollo económico sostenido y por ende el reconocimiento internacional. Evidentemente este crecimiento y mejora de la calidad de vida en la población pudo ser mayor de no ser por los controversiales destapes de actos de corrupción, los enfrentamientos entre los poderes del Estado y la débil institucionalidad que arrastramos por años.

Estamos hablando del único modelo que le permitió liderar el crecimiento económico a nivel regional y mundial. Lo sustantivo de este es lo que hay que preservar: Libre mercado, conexión global e inversión intensa. El resto es lo que hay que cambiar: Un Estado ineficiente, corrupción, políticos con agendas propias, empresarios irresponsables, informalidad asfixiante, empleo barato, infraestructura insuficiente, burocracia excesiva y castrante, etc.

La nueva administración del estado debe fomentar el desarrollo emprendedor y aprovechar las oportunidades que se generan por el libre comercio, para ello se requieren políticas de desarrollo productivo que mejoren la competitividad. Es necesario un enfoque técnico en los motores productivos que impulsarían la reactivación económica: La minería y la agroexportación, sectores ya

consolidados y con un efecto dinamizador de actividades conexas muy relevantes. Sin dejar de lado el turismo y la gastronomía, importantes en la generación de empleo descentralizado, pero aún por debajo de su potencial. El Perú cuenta con sectores nacientes que tienen que ver con la innovación tecnológica, por ejemplo las fintech, que puede convertir al Perú en un first player en los próximos años. La inversión en infraestructura, la cooperación pública privada, un Estado articulado y la inversión en innovación y tecnología son condiciones sine qua non para conseguir que el ansiado desarrollo llegue a todos los niveles de la población.

Actualmente la coyuntura es muy favorable para el Perú: Reactivación de la demanda internacional, los elevados precios de minerales como el cobre y contar con una efectiva política de integración comercial con el mundo. El nuevo Gobierno debe aprovechar este contexto para impulsar la reactivación económica del país, debe facilitar la inversión nacional y extranjera, respetar el marco legal vigente y conseguir la formalización y el crecimiento de las pymes. Así como impulsar una real y potente transformación digital del aparato público, para beneficio de la ciudadanía. Uno con servidores (no funcionarios) públicos comprometidos con el país. Esto es lo que se requiere: Un país integrado en busca de prosperidad para todos.

El Perú tiene que superar esos apasionantes retos descritos líneas arriba, y todos ellos pasan por garantizar a sus ciudadanos, empresas e inversionistas: Seguridad, libertad económica e institucionalidad democrática, continuar la construcción de un país con libertades, tal como se decretó hace 200 años. Es decir que su principal desafío será lograr convertirse en un país integrado que genere oportunidades de desarrollo para todos.

Como decíamos al inicio, este mes de julio el Perú celebra sus fiestas patrias y, este año, el Bicentenario de su independencia, en ese contexto y, en virtud de esos lazos históricos comunes, es menester destacar que nuestra entidad, desde su creación, ha tenido como esencia inalterable el de promover las relaciones entre España y Perú, en todas sus vertientes, con especial hincapié en lo económico e institucional, sin dejar de lado el fomento al espíritu emprendedor, trabajando conjuntamente con organizaciones públicas y privadas de ambos países. Para conseguir estos objetivos, sus acciones seguirán incrementándose, siempre al lado de las empresas, emprendedores e instituciones.

La Junta Directiva

CONTENIDO

STAFF

Edita
Cámara de Comercio de Perú en España
www.ccpe.es

Editora Ejecutiva
Aurelia Ramírez Quiroz

Dirección Edición
Sugey López Alcalde

Realización
Watana Comunicaciones

Diseño
Martín Hernández

Contacto
comunicacion@ccpe.es

Impresión
Cevagraf, SCCL

Depósito legal
B-32683-2010

Fotografías
Archivo CCPE
Archivo Marca Perú
Watana Comunicaciones

La Cámara de Comercio del Perú en España no se hace responsable de las opiniones vertidas por los colaboradores en sus artículos. Reservados todos los derechos. Prohibida su reproducción edición o transmisión total o parcial por cualquier medio y en cualquier soporte sin la autorización escrita de la Cámara de Comercio de Perú en España



La Edición Especial de la revista de la CCPE conmemora los 200 años de la independencia del Perú y constituye una oportunidad única para realizar un balance y análisis sobre las relaciones Perú – España.

.08 “El reto del Perú será contribuir a reactivar las agendas de los foros regionales”

Allan Wagner
Ministro de RREE de Perú
ENTREVISTA

.11 Perú: Fortalezas y desafíos como destino de las inversiones extranjeras

Carlos Lasarte - Socio
Augusto Hostia - Asociado
Cuatrecasas
ARTÍCULO

.14 Convenio con la Cámara de Comercio y Producción de Piura

CONVENIO

.15 “Si las MIPYMEs se ven afectadas tiene un efecto colateral en las personas y sus familias”

Ana María Choquehuanca
Presidenta de PYME PERU
ENTREVISTA

.18 “Perú, sin duda, sigue siendo un destino atractivo para las empresas españolas”

Antonio Garamendi
Presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales - CEOE
ENTREVISTA

.21 CEIB, herramienta de unidad, cohesión e integración regional

Narciso Casado
Secretario Permanente del Consejo
de Empresarios Iberoamericanos
CEIB

ANÁLISIS

.23 Madrid hoy en día es su condición de puente entre las economías europeas y latinoamericanas

José Luis Martínez-Almeida
Alcalde del Ayuntamiento de Madrid

ENTREVISTA

.25 Sector porcino de capa blanca español: Referentes en sostenibilidad y bienestar animal

Daniel de Miguel
Director Internacional
INTERPORC

ARTÍCULO

.27 Convenio con la asociación de gremios de la pequeña empresa del Perú

CONVENIO

.28 Erasmus+ ofrece oportunidades únicas para todas las personas en todos los sectores educativos

Alfonso Gentil Álvarez-Ossorio
Director del Servicio Español para la
Internacionalización de la Educación
SEPIE

ENTREVISTA

.32 “E-Adults”: Un intercambio de buenas prácticas para promover la educación virtual entre personas adultas

Rosella Vásquez
Project Manager CCPE

ESPECIAL

.34 Abuso de poder, abuso de autoridad y corrupción política

Pablo Biderbost
Guillermo Boscán
Nalia Rochin

ANÁLISIS

.38 “Se vienen implementando acciones que nos permitan fortalecer el sector en el corto y mediano plazo”

Diego Llosa Velásquez, Viceministro
de Comercio Exterior – MINCETUR

ENTREVISTA



.40 La red de Acuerdos Comerciales del Perú: Una política de largo plazo

José Luis Castillo Mezarina
Director General de Negociaciones
Comerciales Internacionales -
Ministerio de Comercio Exterior
y Turismo del Perú

ARTÍCULO

.42 “Somos conscientes que no existen empresas exitosas en países con sociedades que no son prósperas”

Óscar Caipo, Presidente de la
Confederación Nacional
de Instituciones Empresariales
CONFIEP

ENTREVISTA

.45 Perú, 200 años después

Juan Carlos Mathews
VP Business Development HEP-Perú

ARTÍCULO

.48 ACCIÓN acompaña a empresas en el proceso de incorporación de tecnología, innovación y proyección internacional

Joan Romero, Consejero delegado
de ACCIÓN

ENTREVISTA

.50 Financiación: La clave para la internacionalización empresarial

Nancy Álvarez Cuba
Directora CCPE
Servicios Financieros Internacionales

ESPECIAL

.53 “Sostenibilidad”: La clave de los futuros negocios y del planeta

Dora Peñaloza Yabur
Consultora Internacional

ANÁLISIS

.55 Madrid Platform en el marco del bicentenario del Perú

Carlos Morales Sánchez
Presidente - Madrid Platform

ARTÍCULO

- .58** **Mérica Foods, el fruto de un empresario peruano que piensa en grande**
Jhony Guevara
CEO Mérica Foods
ARTÍCULO
- .60** **Madrid, capital del Sur de Europa y plataforma LAC**
José Luis Moreno
Director General de Economía del Ayuntamiento de Madrid
ARTÍCULO
- .62** **AGROIBERIA Aranjuez 2021**
ESPECIAL
- .65** **Movilidad urbana sostenible para las ciudades del Perú**
Jessica Tantalean Noriega
Especialista del Observatorio de Movilidad de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.
ARTÍCULO
- .68** **“Como gremio, impulsamos fuertemente la industrialización en el Perú”**
Ricardo Márquez Flores
Presidente de la Sociedad Nacional de Industrias
ENTREVISTA
- .71** **El sector pesquero y acuícola requiere políticas públicas eficientes**
Cayetana Aljovín
Presidenta de la Sociedad Nacional de Pesquería
ARTÍCULO
- .73** **España: La puerta de entrada a Europa de las agroexportaciones peruanas**
Gabriel Amaro
Director Ejecutivo AGAP
ARTÍCULO
- .75** **La transformación digital de los procesos de comercio exterior en el Perú**
Cristian L. Calderón Rodríguez
Director de la Comunidad Portuaria del Callao
ANÁLISIS
- .78** **“Una gran oportunidad de mejora está en el uso más eficiente del Canon Minero”**
Eva Arias Sologuren
Presidenta ejecutiva del Directorio de Compañía Minera Poderosa
ENTREVISTA
- .80** **Política de innovación en el Perú: Evolución y desafíos pendientes**
Sergio Rodríguez Soria
Director Ejecutivo del Instituto Tecnológico de la Producción (ITP)
ARTÍCULO
- .82** **Perú y España, una historia comercial exitosa que se proyecta al futuro**
Edgar Vásquez Vela
Director del Centro de Investigación en Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores del Perú (CIEN-ADEX)
ARTÍCULO
- .84** **La oportunidad de la revolución fintech en el Perú**
Maria Laura Cuya
CEO de Innova Funding
ANÁLISIS
- .88** **Bicentenario: 200 años en busca de la independencia productiva y el desarrollo manufacturero de las MIPYME en el Perú**
Herbert Figueroa
Coordinador Proyectos CCPE
ARTÍCULO
- .90** **Honrar las memorias de los orígenes y procesos históricos de nuestra cocina**
Isabel Álvarez Novoa
Investigadora de cocina peruana
ESPECIAL
- .93** **“Llegamos al Bicentenario con un país que se sigue descubriendo y que aún le falta descubrirse”**
Santiago Roncagliolo
Escritor peruano
ENTREVISTA
- .95** **PERÚ: Un destino con las puertas abiertas para el mundo**
María del Sol Velásquez
Directora de Promoción del Turismo de PROMPERÚ
ESPECIAL
- .97** **Pensando en el Tercer Siglo del Perú**
Hernando de Orellana-Pizarro
Presidente de la Fundación Obra Pía de los Pizarro
ARTÍCULO



CUATRECASAS



Cuatrecasas Perú

Los mejores recursos locales con un enfoque global
y una trayectoria de más de cien años

www.cuatrecasas.com





ALLAN WAGNER

Ministro de Relaciones Exteriores de Perú

Diplomático de Carrera y Licenciado en Relaciones Internacionales por la Academia Diplomática del Perú. También es Conciliador Extrajudicial. Ha recibido la distinción de Doctor Honoris Causa de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, de la Universidad San Ignacio de Loyola y de la Universidad Nacional de Trujillo. Fue condecorado por el Perú con las grandes cruces de la Orden El Sol del Perú, la Orden al Mérito por Servicios Distinguidos, la Medalla de Honor del Congreso de la República y la Orden de la Justicia.

ENTREVISTA

a Allan Wagner Tizón, Ministro de Relaciones Exteriores de Perú

‘EL RETO DEL PERÚ SERÁ CONTRIBUIR A REACTIVAR LAS AGENDAS DE LOS FOROS REGIONALES’

“Los esfuerzos del Perú, durante las últimas décadas, buscan contribuir a esa dinámica con mecanismos que fortalezcan el desarrollo de la vida familiar y laboral”

¿Cuáles han sido las prioridades del Ministerio de RREE durante su gestión?

En el contexto del acotado período del Gobierno de transición y emergencia, nos planteamos tres ámbitos prioritarios de acción: Coadyuvar en la adquisición de vacunas contra la COVID-19, organizar de manera eficiente las Elecciones Generales en el exterior e impulsar el fortalecimiento institucional de la Cancillería.

¿Cuál es su balance de las relaciones comerciales entre Perú y España?

El balance es, sin duda, positivo. España es nuestro segundo socio comercial dentro de la eurozona y el décimo a nivel mundial. La relación comercial bilateral se ha venido consolidando y diversificando, en especial desde 2013, con el Acuerdo Comercial Multipartes. Inevitablemente, la relación comercial ha sufrido los efectos de la pandemia, que la llevó a reducirse en 16% en 2020 con relación al año previo y rondar los US\$ 1.732 millones; sin embargo, las cifras más recientes son positivas y muestran una tendencia creciente.

¿Cuáles son los beneficios para el Perú del TLC entre Perú y la Unión Europea?

El Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y Perú, Colombia y Ecuador, ha permitido a los agentes económicos peruanos y europeos aprovechar la creciente complementariedad entre las economías de ambas partes, estableciendo una serie de condiciones comerciales que buscan eliminar y reducir aranceles, así como cooperar en el ámbito sanitario y fitosanitario.

Según nuestras cifras oficiales, durante los ocho años de vigencia del Acuerdo nuestras exportaciones no tradicionales se incrementaron en 5%, lo que representa un 43,5% del total de nuestras exportaciones acumuladas en ese periodo, con preeminencia de los sectores agropecuario y pesquero.

En el mismo lapso, se registraron más de mil nuevos productos exportados al mercado comunitario y más de cuatro mil nuevas empresas exportadoras al bloque europeo.

¿Cuáles son los sectores productivos peruanos más atractivos para la inversión española?

España posee considerables inversiones en nuestro país, que representan el 17% del total de la Inversión Extranjera Directa. Al 2020, las empresas españolas contaban con alrededor de US\$ 4.637.7 millones invertidos en el Perú, ocupando el segundo lugar en el ranking mundial peruano, según ProInversión.

Pese a la pandemia, el Perú permanece como un destino sólido para las inversiones en Sudamérica, como lo demuestran las proyecciones del FMI y los reportes de JP Morgan que nos ubican entre los países con menor riesgo-país de la región. Ello confirma la fortaleza macroeconómica del Perú sustentada en la solvencia fiscal, en nuestras importantes reservas internacionales, en un eficiente manejo económico y regulatorio, y en la excelente dinámica del país en el mercado internacional.

¿Considera que la Alianza del Pacífico viene favoreciendo al Perú en una mejor posición estratégica comercial y de inversiones en Latinoamérica?

Desde su creación, la Alianza del Pacífico nos ha permitido ampliar y consolidar la incursión de nuestras exportaciones no tradicionales en mercados estratégicos, organizar foros y eventos de promoción comercial y de negocios, especialmente, de las pequeñas y medianas empresas. Según datos del FMI-WEO, la Alianza del Pacífico, en su conjunto, se constituye en la séptima potencia económica.

Solo en América Latina y el Caribe, el bloque representa el 41% del PBI, concentra una población de 232 millones de personas, cuenta con un PBI per cápita promedio de US\$ 17,100 (PPA) y son destinos atractivos para los flujos de inversión extranjera. Según datos de UNCTAD, el bloque captó el 40% de la inversión extranjera directa en el 2019.

¿Existe interés por parte de las grandes empresas y corporaciones peruanas por implantarse en España?

Por supuesto, para el Perú es muy importante apostar por la internacionalización de las empresas peruanas, facilitándoles su ingreso a mercados como España, donde contamos con óptimos marcos legales en el ámbito económico, con instrumentos como el Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones vigente desde 1996. En ese sentido, la Cancillería, con el importante rol de nuestras Misiones en España, viene brindando información

relevante a las empresas peruanas sobre las oportunidades de inversión en ese país.

Desde el 2005, se vienen registrando anualmente flujos de inversión en España provenientes de empresas peruanas, destacando el año 2019 en que se reportó alrededor de 23 millones de dólares, según datos del Registro del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España.

¿El Ministerio de RREE tiene algún soporte para el fomento de las iniciativas emprendedoras de los peruanos residentes en España?

Nuestra Cancillería, junto con nuestras Embajadas y Consulados en el exterior, no sólo está en permanente coordinación con la comunidad peruana residente en España y otros países, sino también con las cámaras y gremios empresariales nacionales y extranjeros para identificar oportunidades de negocios y apoyar cualquier emprendimiento empresarial de exportación o importación que deseen realizar nuestros connacionales que residen en el exterior.

En el caso de España, nuestra Embajada en Madrid y Consulados en Barcelona, Sevilla, Bilbao y Valencia apoyan a la Oficina de Comercio Exterior de Promperú (OCEX) en Madrid en la obtención de información comercial solicitada por nuestros empresarios, así como en la organización de actividades de promoción de la oferta exportable peruana, como ferias, exhibiciones y ruedas de negocios, donde se invita a empresarios peruanos residentes que desean contribuir con esa promoción como un gestor de negocios o en la venta de productos peruanos como representante comercial, aprovechando su conocimiento y experiencia en hacer negocios en el mercado español.

“Es necesario reflexionar y aprender de los retos que hemos tenido que enfrentar como región”

Desde nuestra Revista ¿qué mensaje enviaría a los peruanos residentes en España?

Les diría que, gracias a ellos, se han desarrollado los importantes vínculos humanos que hoy nos unen con España, con aportes muy positivos en diversos ámbitos como la cultura, las expresiones artísticas, la educación y la economía, lo que enriquece tanto a las comunidades migrantes como a las sociedades de acogida.

Los esfuerzos del Perú, durante las últimas décadas, buscan contribuir a esa dinámica con mecanismos que fortalezcan el desarrollo de la vida familiar y laboral como, por ejemplo, el intercambio estudiantil, la supresión de visa de turistas, los convenios para el reconocimiento de beneficios en materia de seguridad social, el reconocimiento y convalidación de estudios en educación y en el canje y reconocimiento recíproco de licencias de conducir.

¿Qué opinión le merece la labor que realiza la Cámara de Comercio del Perú en España? Tanto a nivel de fomentar el emprendimiento entre los peruanos residentes en España como en el fomento de las relaciones entre Perú y España.

Gracias a nuestra Embajada en España sabemos que esta institución viene realizando una interesante labor dirigida a fomentar el comercio bilateral entre nuestros países, a través de la realización de eventos comerciales, donde se difunden las perspectivas económicas y oportunidades comerciales de nuestro país para futuros importadores de productos peruanos o socios españoles interesados en invertir en el Perú. En ese sentido, consideramos a la Cámara de Comercio del Perú en España como

un aliado estratégico para intensificar las relaciones económicas entre ambos países, aprovechando las facilidades que brinda para ello el Acuerdo Multipartes.

¿Qué significa para el Ministerio de Relaciones Exteriores la celebración del Bicentenario del Perú?

Para la Cancillería se trata de una conmemoración de enorme trascendencia, pues, como institución, cumplirá 200 años de existencia el próximo 3 de agosto. Por esa razón, hemos llevado a cabo un programa intenso de actividades que ha incluido la publicación de siete libros, una exposición central en el Centro Cultural Inca Garcilaso, documentales y videos, la serie de entrevistas extensas de Torre Tagle hace Memoria, una moneda y sello postal conmemorativos, y la serie de Foros “Diplomacia peruana: miradas de futuro”, entre otros eventos.

¿Qué nuevos retos y metas se plantean a partir de esta una nueva etapa para nuestro país?

Sin duda, la etapa que se abrirá luego del 28 de julio planteará numerosos retos para el Estado y la sociedad en su conjunto. En el caso de la Cancillería, uno de los principales desafíos será continuar apoyando al Ministerio de Salud en la adquisición de vacunas y cooperación sanitaria para poner bajo control la pandemia. Al mismo tiempo, se plantea la urgencia de la reapertura de las fronteras, la reactivación de los mecanismos bilaterales y la promoción del desarrollo en nuestras zonas de frontera. Un gran reto será contribuir a reactivar las agendas de los principales foros regionales, como la Alianza del Pacífico, la Comunidad Andina y Prosur. De otro lado, en la región se mantendrá el complejo desafío de enfrentar la crisis política, humanitaria y migratoria venezolana, y de continuar promoviendo la democracia en el continente.

Otra meta será relanzar la imagen-país, estimo que el Perú deberá fortalecer drásticamente sus acciones de proyección económica, con énfasis en la Cuenca del Pacífico y promoción cultural, para poner de relieve las memorias ancestrales tanto como la creatividad contemporánea de nuestra sociedad. Asimismo, la Cancillería debe contribuir a ubicar al Perú en el nuevo orden global post-pandemia, en un previsible escenario de rivalidad entre las grandes potencias, la profundización del proteccionismo y de los nacionalismos, los cambios en los patrones del comercio global y un debilitamiento del multilateralismo y de los esfuerzos regionales de integración.

Es importante, también, que la Cancillería sea capaz de ayudar a enfrentar los desafíos que genera la Cuarta Revolución Industrial y sus efectos en el desarrollo de los países, particularmente en el consumo, producción y canales de distribución, y el consecuente surgimiento de una sociedad y de una diplomacia digitales. Para ello, deben desarrollarse y fortalecerse nuestras capacidades para afrontar nuevas vulnerabilidades como la ciberseguridad, las amenazas híbridas, entre otras.

Por último, de manera muy relevante, la Cancillería tendrá el reto de continuar mejorando la calidad de nuestros servicios a las comunidades peruanas en el extranjero y de brindar cada vez mayor asistencia a los ciudadanos en situaciones de mayor dificultad.

ARTÍCULO

por Augusto Tomas Hostia Cardeña y Carlos Lasarte de Launet, asociado y socio respectivamente de la oficina de Cuatrecasas en Lima

PERÚ: FORTALEZAS Y DESAFÍOS COMO DESTINO DE LAS INVERSIONES EXTRANJERAS

En las últimas dos décadas, el Perú se ha consolidado como un destino atractivo para las inversiones extranjeras. En el año 2019, la inversión extranjera directa (IED) en el país alcanzó los 8,892 millones de dólares, lo cual supuso un incremento del 37.1% respecto del año previo [1]. Asimismo, el Informe de Competitividad Global (2019) ubicó al Perú en el puesto 65 a nivel mundial y el sexto de América Latina, superando a países como Brasil y Argentina [2].

En el año siguiente, al igual que mucho otros países a nivel mundial, la pandemia de la COVID-19 tuvo un impacto significativo en el ingreso de IED en el Perú. Sin embargo, es importante resaltar que la fortaleza del sistema financiero y las medidas implementadas por las autoridades peruanas, permitieron mitigar los riesgos macroeconómicos ocasionados por la crisis sanitaria. En esa línea, a fin de evitar el rompimiento de la cadena de pagos, el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) redujo la tasa política monetaria a su nivel mínimo histórico [3].

Hoy en día, el Perú afronta nuevos retos ante el escenario político resultante del proceso de elecciones presidenciales del 2021. No obstante, es sustancial rescatar las diversas fortalezas institucionales que permiten presumir que el Perú se mantendrá como un escenario atractivo para las inversiones extranjeras.

Precisamente, dentro de esas fortalezas, el BCRP tiene un rol importante al ser la entidad a cargo del aseguramiento de la estabilidad monetaria del Perú. Dicha institución es la encargada de regular la moneda y el crédito del sistema financiero, así como de administrar las reservas internacionales del país. Esta tarea ha podido ser ejercida de manera impecable en las últimas décadas, debido al reconocimiento y respeto, a nivel constitucional, de su autonomía de otros poderes del Estado [4]. Así, el BCRP es un organismo constitucionalmente autónomo y distinto del Poder Ejecutivo, lo cual permite generar confianza en los actores del mercado.

Como es evidente, para atraer a las inversiones extranjeras, es necesario un marco normativo que otorgue garantías mínimas. De esta manera, el Perú reconoce un tratamiento igualitario a las inversiones nacionales como extranjeras, siendo esta una garantía establecida en su propia Constitución [5]. Asimismo, a nivel legal, se ha desarrollado dicha garantía constitucional en el Decreto Legislativo N° 757 – Ley Marco para el crecimiento de la inversión privada:

“Artículo 12.- El Estado no establece tratamientos discriminatorios ni diferenciados en materia cambiaria, precios, tarifas o derechos no arancelarios, entre los inversionistas y las empresas en que éstos participen ni



basándose en sectores o tipo de actividad económica o en la ubicación geográfica de las empresas. Tampoco podrá establecernos entre las personas naturales nacionales o extranjeras [...]” (El subrayado es añadido).

Adicionalmente, el Decreto Legislativo N° 662 reconoce a los inversionistas extranjeros la garantía de poder transferir libremente al exterior y sin ninguna autorización gubernamental, previo pago de los impuestos, el íntegro de sus capitales, así como los dividendos o las utilidades netas provenientes de su inversión en el país (6).

De manera adicional a las disposiciones del ordenamiento interno, el Estado peruano ha ratificado acuerdos internacionales con la finalidad de dar mayor seguridad a las inversiones extranjeras. Sin duda alguna, el más importantes de estos acuerdos, es el Convenio de Washington y la sujeción del Estado peruano al Centro Internacional de Arreglo de Controversias Relativas a Inversiones (CIADI).

De forma complementaria, el Perú ha suscrito diversos tratados bilaterales de inversión (BIT, por sus siglas en inglés), tanto con países de su región (Argentina, Chile, Colombia, entre otros) como de otros continentes (Alemania, Francia, Reino Unido, China, entre otros). En esa línea, es importante hacer mención del BIT suscrito por Perú y España en 1994, el cual establece que las partes garantizarán en su territorio un tratamiento justo y equitativo a las inversiones de la otra parte contratante.

Asimismo, dichos instrumentos internacionales complementan las garantías internas que puede otorgar el Estado peruano mediante la suscripción de convenios de estabilidad jurídica con los inversionistas. De esta forma, la Ley N° 27342 – Ley que regula los Convenios de Estabilidad Jurídica al amparo de los Decretos

Legislativos N° 662 y 757, establece la posibilidad de otorgarse un régimen de estabilidad jurídica sujeto al cumplimiento de ciertos requisitos de inversión (7). Estas garantías pueden incluir la estabilidad del régimen tributario referido al impuesto a la renta. Es decir, permite que el inversionista mantenga un régimen tributario que le sea favorable, aunque leyes posteriores lo modifiquen o deroguen para las demás empresas en general.

Ciertamente, existen otros aspectos en los cuales el Perú aún debe mejorar. Uno de ellos, es el aún escaso número de convenios para evitar la doble imposición (CID) suscritos por el Perú con otros estados. Sobre el particular, es importante mencionar que el Perú y España aún se encuentran en negociaciones para suscribir un CID, luego de que el acuerdo alcanzado en el año 2006 no fue ratificado por el Congreso peruano. Siendo importante porque España es uno de los países con mayor inversión en el Perú (8). En consecuencia, alcanzar un acuerdo definitivo sobre la materia se vuelve un punto importante en la agenda de ambos países.

Por otro lado, es de suma importancia la modernización y el fortalecimiento del sistema peruano de administración de justicia, el cual afronta problemas importantes como la sobrecarga procesal. No obstante, de forma paralela y como contrapunto, se ha logrado un desarrollo muy relevante de la institución arbitral como mecanismo alternativo de solución de controversias, con instituciones en administración de arbitrajes de reconocido prestigio internacional, tales como, la Cámara de Comercio de Lima y la Cámara de Comercio Americana del Perú. El desarrollo de la práctica arbitral se ha logrado, en parte, a un marco normativo adecuado que convierte al arbitraje (9) en un mecanismo eficiente que permite superar las falencias de la justicia estatal. De esta forma, la Constitución peruana reconoce expresamente la naturaleza jurisdiccional del arbitraje.

Adicionalmente, el Decreto Legislativo N° 1071, norma que



regula el arbitraje, establece que el laudo arbitral es “definitivo, inapelable y de obligatorio cumplimiento desde su notificación a las partes” (numeral 1 del artículo 59). En esta línea, el arbitraje se ha convertido en una herramienta que genera confianza en los particulares, quienes buscan una solución rápida y transparente a sus controversias.

En razón de lo antes expuesto, es importante tener presente que, pese a los desafíos y los aspectos de mejora pendientes, el Perú posee fortalezas institucionales que garantizan un trato equitativo y seguro a los inversionistas y que le ubica en una posición de privilegio entre los países de su entorno. Perú es sin duda uno de los países más atractivos en cuanto a la estructuración adecuada de oportunidades de inversión en sectores estratégicos para inversores extranjeros, en mercados tales como la minería, infraestructura, energía o agroindustria, y las fortalezas que aquí hemos descrito nos hacen colegir que el Perú podrá afrontar los retos actuales que le presenta el nuevo escenario de incertidumbre política, así como la crisis sanitaria causada por la COVID-19.



1. Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2020. La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe, 2020. Santiago, Chile; p. 67.
2. World Economic Forum (2019). The Global Competitiveness Report 2019; p. xiii. Revisado de: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
3. Banco Central de Reserva del Perú (2020). Reporte de Estabilidad Financiera. Noviembre 2020. Lima, Perú; p. 12.
4. “Artículo 84.- El Banco Central es persona jurídica de derecho público. Tiene autonomía dentro del marco de su Ley Orgánica. La finalidad del Banco Central es preservar la estabilidad monetaria. Sus funciones son: regular la moneda y el crédito del sistema financiero, administrar las reservas internacionales a su cargo, y las demás funciones que señala su ley orgánica. [...]”.
5. “Artículo 63.- La inversión nacional y la extranjera se sujetan a las mismas condiciones. La producción de bienes y servicios y el comercio exterior son libres. Si otro país o países adoptan medidas proteccionistas o discriminatorias que perjudiquen el interés nacional, el Estado puede, en defensa de éste, adoptar medidas análogas [...]”.
6. “Artículo 7.- Se garantiza el derecho de los inversionistas extranjeros a transferir al exterior, en divisas libremente convertibles, sin autorización previa de ninguna autoridad del Gobierno Central u organismos públicos descentralizados, Gobiernos Regionales o Gobiernos Municipales, previo pago de los impuestos de ley, lo siguiente: a) El íntegro de sus capitales provenientes de las inversiones contempladas en el Artículo 1 del presente Decreto Legislativo y registradas ante el Organismo Nacional Competente, incluyendo la venta de acciones, participaciones o derechos, reducción de capital o liquidación parcial o total de empresas; y, b) El íntegro de los dividendos o las utilidades netas comprobadas provenientes de su inversión así como las contraprestaciones por el uso o disfrute de bienes ubicados físicamente en el país, registrada ante el Organismo Nacional Competente y de las regalías y contraprestaciones por el uso y transferencia de tecnología, incluido cualquier otro elemento constitutivo de propiedad industrial que autorice el Organismo Nacional Competente”.
7. “Artículo 2.- Requisitos de inversión 2.1 A efectos de acceder al régimen de estabilidad jurídica que se suscriban al amparo de lo establecido en los Decretos Legislativos Núms. 662 y 757, los inversionistas deberán comprometerse a efectuar, como mínimo, aportes dinerarios, canalizados a través del Sistema Financiero Nacional, al capital de una empresa establecida o por establecerse o realizar inversiones de riesgo que formalice con terceros, por un monto que no sea inferior a US\$ 10 000 000,00 (Diez millones y 00/100 dólares de los Estados Unidos de América) para los sectores de minería e hidrocarburos, y no menor a US\$ 5 000 000,00 (Cinco millones y 00/100 dólares de los Estados Unidos de América) para los demás sectores [...]”.
8. Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN (2021). “Saldo de Inversión Extranjera Directa por País de Domicilio 1980 - a diciembre 2020 (Millones de US\$)”. Recuperado el 15 de junio de 2021 en: <https://www.proyectosapp.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?ARE=0&PFL=2&JER=7097&JERR=5973>
9. “Artículo 139.- Son principios y derechos de la función jurisdiccional: 1. La unidad y exclusividad de la función jurisdiccional. No existe ni puede establecerse jurisdicción alguna independiente, con excepción de la militar y la arbitral”.



CONVENIO

por Prensa CCPE

CONVENIO CON LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE PIURA

Su finalidad es la promoción de inversiones y la oferta exportable, cooperación empresarial y transferencia tecnológica

La Cámara de Comercio de Perú en España tiene como uno de sus objetivos institucionales fomentar las relaciones económicas y empresariales entre ambos países, y actuar como centro de cooperación, asesoría, gestión y coordinación para el fortalecimiento empresarial de sus asociados. Precisamente, para resaltar y consolidar el entramado empresarial de sus miembros, la Cámara suscribe convenios de cooperación empresarial e institucional con organizaciones empresariales representativas de España y Perú.

En este marco de actuación institucional y para consolidar sus relaciones, la CCPE y la Cámara de Comercio y Producción de Piura – Perú, firmaron un Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional para implementar acciones destinadas a la promoción del Perú y de la región Piura como destino para negocios, turismo, promoción de inversiones y cooperación empresarial

El convenio fue suscrito por Carlos Guimet Haemmerle, presidente de la Cámara de Comercio de Perú en España y Javier Bereche Álvarez presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura. En el contexto actual, la alianza estratégica entre los dos gremios empresariales contribuirá a impulsar la reactivación económica de Piura y el país.

Ambas instituciones unificarán gestiones referentes a las actividades de promoción del Perú en la Unión Europea en general y en España en particular, a través de la implementación de acciones sistematizadas que se realizarán conjuntamente. Asimismo orientarán sus esfuerzos a estimular y desarrollar la oferta exportable peruana, turismo, promoción de inversiones y cooperación empresarial, transferencia e innovación tecnológica estableciendo los canales de comunicación correspondientes, para la identificación y realización de acciones en ambos países.

El Presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura hizo hincapié en que se realizará una labor de promoción conjunta de su región como destino atractivo para los negocios, turismo, promoción de inversiones, de su oferta exportable y cooperación empresarial. Por otro lado indicó que, en el primer trimestre del presente año, las exportaciones peruanas a España ascendieron a US\$ 219.8 millones, de los cuales US\$ 28.1 millones salieron de Piura, mostrando un crecimiento de 20.1%. Agregó que los productos que destacan a nivel nacional son cobre, aguacates, uvas frescas, jibias y mangos; y los cinco principales productos regionales fueron jibias, mangos, vieras y langostinos, pimienta piquillo y uvas frescas.

El convenio consigna el mantener de forma constante y fluida la comunicación interinstitucional, sobre todo respecto a las acciones y programas desarrollados en forma conjunta así como el de desarrollar programas conjuntos de promoción, capacitación, cooperación y asistencia técnica al sector de la pequeña y mediana empresa, orientados a elevar los niveles de gestión, calidad y competitividad de las empresas. Además, ambas instituciones mantendrán mecanismos de intercambio de información.



Javier Bereche Álvarez
Presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura



Ana María Choquehuanca
 Presidenta - PYME PERÚ
 Lideresa nacional de las Pequeñas y Micro Empresas.
 Como emprendedora ha ostentado diversas
 representaciones en la macro región sur de nuestro
 país y en América Latina.

ENTREVISTA

a Ana María Choquehuanca, Presidenta de PYME PERU

‘SI LAS MIPYMES SE VEN AFECTADAS TIENE UN EFECTO COLATERAL EN LAS PERSONAS Y SUS FAMILIAS’

¿Cuál es la participación de la PYME peruana dentro del tejido empresarial peruano?

Las micro, pequeñas y medianas empresas [MIPYME] juegan un papel muy importante en la cohesión social, fundamentalmente, porque poseen una gran capacidad de generación de empleo e ingresos, que contribuye a la disminución de la pobreza y con el incremento de la prosperidad económica en los hogares. En el Perú, el sector de las MIPYME representa al 99.6% de todo el sector empresarial, concentrándose principalmente en las actividades de Comercio (46%) y Servicios (41%). Esta proporción es una realidad que se replica en casi todo el mundo, sobre todo en Latinoamérica.

En el panorama actual de la economía peruana ¿cuáles son los principales problemas u obstáculos que enfrenta la pyme peruana?

Así como tenemos grandes oportunidades, el sector presenta retos importantes; una gran limitante es la baja productividad de las MYPES, lo que se traduce en procesos poco eficientes, y las brechas en calidad en diversos productos y servicios. Si bien es cierto, tenemos algunos productos “Made in Perú” que han conquistado los mercados internacionales más exigentes, aún tenemos desafíos que debemos abordar para lograr un mayor número de MYPES exportadoras. A ello, hay que agregarle los efectos de la pandemia, lo cual ha generado que miles de micro y pequeñas empresas se encuentren en tránsito hacia la informalidad o hacia la quiebra.

Asimismo, otro de los retos es la inmersión en el mundo digital o tecnológico. Sin duda, la crisis actual producto de la pandemia del Covid-19 marca un antes y un después, donde se destaca la urgencia de enfrentar una nueva conformación de los mercados.

Finalmente, otro de los retos importantes en el sector es combatir la informalidad. En el Perú, la formalización implica costos demasiado elevados, frente a los servicios que ofrece el Estado. Es clave entender este aspecto para combatir la informalidad. Los menores ingresos y potenciales cierres de las empresas del sector formal desencadenarían una transición de sus trabajadores hacia empleos informales, a falta de una mejor alternativa. Al respecto, los datos del INEI para el año móvil julio 2019-junio 2020 alcanzaban ya el 74.3%, por encima del 72.6% registrado durante el mismo periodo del año previo.

¿En qué sectores económicos cree usted que el Perú debería especializarse?

Como mencionaba, el sector de la micro, pequeña y gran empresa se concentra principalmente en los sectores de comercio y servicios. Sin embargo, es necesario potenciar otros sectores, como el sector manufacturero, que permite a la MIPYME innovar en la cadena de valor, incrementando el valor agregado de

sus productos, y tener un efecto directo en los precios y en la rentabilidad.

El sector manufacturero demanda una productividad mayor por parte de las MIPYMEs, en ese sentido, es crucial que el gobierno trabaje de la mano con el sector para potenciar esa productividad. El sector requiere de capacitación especializada, acceso a nuevas tecnologías, financiamiento y por supuesto, más mercados, nacionales e internacionales, que le permitan vender sus productos a los mejores precios.

El Perú es un país de emprendedores ¿qué herramientas se necesitan para su fomento?

La productividad y competitividad de las MIPYMEs se encuentran estrechamente ligada a la formación y a la capacidad de dirección de quienes las dirigen. El aprendizaje de nuevos procesos, idiomas, la adecuación a las nuevas tecnologías o el manejo de nuevos conceptos resultan, imprescindibles para el éxito sostenido de una empresa. Si bien esta necesidad formativa siempre ha estado presente, hoy en la actual crisis que vivimos, esa necesidad se convierte en decisiva en muchos casos, no solo para el buen funcionamiento de la organización, sino también para garantizar su adaptación a nuevos contextos de cambio.

En específico, la formación en gestión empresarial es fundamental para lograr un liderazgo empresarial que lleve al éxito. Por ello, es necesario impulsar la formación en temáticas que permitan fortalecer la gestión empresarial de las PYMEs, ampliar su productividad y agregar valor a sus procesos y asuntos estratégicos para el funcionamiento exitoso de la empresa.

¿Qué rol deben asumir el estado y el sector privado para el fomento del emprendimiento e innovación en la economía peruana?

En primer lugar, es rol del Estado promover mecanismos para el fomento del emprendimiento formal, en ese sentido, es necesario potenciar los programas estatales que tienen este objetivo. Un aspecto importantísimo es la promoción de la innovación y productividad en el sector, que permitirá a las empresas MIPYME incrementar sus ganancias y fomentar la industrialización nacional, con acceso a nuevas tecnologías y mayor financiamiento de ideas de negocio sostenibles.

“Es necesario recordar que la reactivación de la MYPES es la reactivación del Perú, son millones de micro y pequeñas empresas que generan alrededor del 60% empleo de la PEA ocupada”

El rol del sector privado es acompañar y trabajar de la mano con el Estado para aprovechar de mejor manera estos programas. Gremios como la Asociación PYME Perú que tiene carácter nacional descentralizado y agrupa a MIPYMEs de todos los sectores de la economía debe ser visto como un aliado para trabajar en la búsqueda y puesta en marcha de proyectos y herramientas que le permita al sector crecer sostenidamente.

¿Cree Ud. que la pyme peruana está preparada para su internacionalización?

Antes de la pandemia, se estimaba que, del total de empresas exportadoras en el Perú, el 72% eran MIPYMEs. Luego llegó la pandemia y afectó gravemente al sector. Las MIPYMEs vieron gravemente afectadas la demanda por sus productos y servicios, lo cual llevó a que muchas de ellas cambien de rubro o quiebren. Debemos recordar que la mayor cantidad de MIPYMEs se encuentran en los sectores de comercio y servicios, justamente, los

dos sectores más afectados por la crisis sanitaria.

A pesar de las capacidades de las MIPYMEs peruanas, desde la Asociación PYME Perú, creemos que es necesario que el Estado genere el contexto adecuado y los mecanismos idóneos para promover la tan ansiada internacionalización de las MIPYMEs.

¿Qué opinión tiene sobre el trabajo que realiza la cámara de comercio del Perú en España?

El trabajo realizado por la Cámara de Comercio del Perú en España es importante para fomentar la internacionalización empresarial y el apoyo a los emprendedores, pues se ubican como actores de enlace comercial y operativo entre empresas e instituciones de ambos países. Asimismo, brindan servicios especializados y personalizados a empresas e instituciones.

Un aspecto clave que trabaja la Cámara, que es fundamental para los emprendimientos en el país, son las alianzas estratégicas con organismos públicos y privados para el fomento de la innovación y el cumplimiento de los ODS, sin duda, este eje es crucial para poner a los emprendimientos peruanos al mismo nivel que los internacionales con este enfoque.

A nivel empresarial ¿Qué enseñanza o estrategias trajo la pandemia?

Para el sector MIPYME nos deja la enseñanza de adecuarnos y usar las nuevas tecnologías que el mercado nos demanda. Esto, además de convertirse en una necesidad para seguir vigentes, nos abre nuevos mercados y elimina las barreras entre países, al permitirnos generar comercio con facilidad.

Otra de las enseñanzas que nos está dejando la pandemia es la importancia de la agilidad de respuesta y adaptación, que hoy en día adquiere una importancia capital. Hay que tomar decisiones difíciles, con recursos limitados y sin contar con todos los datos, la pandemia nos ha enseñado a desenvolvemos en un contexto de crisis.

Y finalmente, otro aspecto importante ha sido la solidaridad. Paradójicamente, en una situación de distanciamiento social y en la que los contactos físicos se han visto reducidos al mínimo, es cuando más íntimamente nos sentimos conectados con los demás. Una corriente de solidaridad recorre el país y el mundo.

¿Qué significa para la pyme peruana la celebración del bicentenario del Perú?

La celebración del Bicentenario del Perú significa para el sector una oportunidad para plantear al sector MYPE en el centro de la economía. Así, en el mes del Bicentenario de nuestro país, y con ello el inicio de un nuevo Gobierno para los próximos cinco años, urge que el Ejecutivo y el Congreso tengan entre una de sus prioridades conjuntas, declarar de interés nacional la reactivación de las micro y pequeñas empresas - MYPES, a fin de que se dicten normas específicas que permitan generar empleo directo e indirecto en el corto, mediano y largo plazo. Es indispensable que nuestro país cuente con un Plan Nacional MYPE.

Es necesario recordar que la reactivación de la MYPES es la reactivación del Perú, son millones de micro y pequeñas empresas que generan alrededor del 60% empleo de la PEA ocupada. Por ello requerimos que el nuevo gobierno impulse las compras estatales permanentes y cree un organismo nacional para que se tenga una línea directa de atención. Las MYPES no piden asistencialismo, tampoco políticas de protección, solo piden libertad para trabajar y seguir creciendo.

CRECE CON EL MEJOR EQUIPO



Apoyamos a tu empresa con las **soluciones de seguros de crédito y caución más completas del mercado para la gestión de tus riesgos comerciales.** La cobertura de CESCE es la clave para que tu empresa llegue hasta donde tú quieras.

Seguros de crédito y caución para respaldar e impulsar tu negocio.

cesce.com | 900 10 44 70

A portrait of Antonio Garamendi, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark blue suit, a light blue striped shirt, and a patterned tie. He is looking directly at the camera with a neutral expression. A small lapel microphone is clipped to his jacket.

ANTONIO GARAMENDI

Presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales – CEOE

Empresario español y presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) desde el 2018. Entre sus distinciones y cargos, es parte de la Fundación pro-Real Academia Española y de su comité para América.

ENTREVISTA

a Antonio Garamendi, Presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales

‘PERÚ, SIN DUDA, SIGUE SIENDO UN DESTINO ATRACTIVO PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS’

Desde su vasto conocimiento empresarial ¿Cómo ve el escenario social y económico tras la crisis COVID-19?

Todos los ciudadanos hemos vivido una situación tan inesperada como complicada por la irrupción de la pandemia hace ya casi un año y medio. Lo peor, por supuesto, son las víctimas mortales que se ha cobrado el virus, las familias afectadas y la gente que arrastra secuelas. Pero a renglón seguido, no podemos olvidar las víctimas sociales y económicas de la pandemia: negocios que no podrán volver a levantar la persiana, familias de empresarios y autónomos que se han endeudado enormemente para tratar de seguir adelante, mantener el empleo y los miles de personas que se han quedado sin empleo...

Eso sí, pese a este sombrío panorama, en la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) nos gusta también hablar de esperanza e ilusión. La situación actual no tiene nada que ver con la de hace un año, sobre todo gracias a las vacunas. Eso nos permite ir retornando a una cierta normalidad y que entre todos podamos salir de la crisis. El camino no será ni fácil ni corto, pero podemos decir que hemos empezado a recorrerlo y que vamos en buena dirección.

¿Qué propuestas plantearía la CEOE para salir de la situación?

La mejor política económica y la más urgente, en este momento, es seguir avanzando en la vacunación de toda la población. En el inicio, el ritmo de llegada de las vacunas no era el deseable, pero cada vez la cantidad de dosis que recibimos en España es mayor, permitiendo que el ritmo de inmunización se incremente exponencialmente. Desde la CEOE no solo proponemos, sino que actuamos. Por ello, lo más importante, pasada la primera ola de la pandemia, era hacer compatible el cuidado de la salud con una cierta apertura de la economía. En esa línea, desplegamos el 'Plan Sumamos. Salud + Economía', con el fin de realizar test de coronavirus desde el ámbito empresarial. Con la llegada de un número importante de dosis de vacunas, la prioridad ahora está siendo poner al servicio de las autoridades sanitarias los recursos de la empresa privada, para reforzar la inmunización de la población.

La CEOE ha planteado iniciativas estratégicas para la recuperación y la transformación de la economía española ¿Cuáles son?

El pasado mes de diciembre, CEOE presentó al Gobierno un conjunto de 21 iniciativas estratégicas de país para aprovechar al máximo los fondos europeos y contribuir a la salida de la crisis. Esta hoja de ruta fue diseñada con la participación de un centenar de grupos empresariales y más de 60 organizaciones empresariales

ligadas a CEOE a nivel territorial y sectorial.

Las 21 estrategias están organizadas en torno a cuatro grandes ejes: La transición ecológica, la digitalización, reforzar el peso de la industria y la lucha por la igualdad de género y la cohesión territorial. Grandes retos en los que CEOE está poniendo todo su empeño, porque, no solo son asuntos capitales para el futuro de la economía, sino que suponen oportunidades de generación de empleo y riqueza.

Desde CEOE hemos puesto en marcha, dentro de nuestra Oficina para Proyectos Europeos, la plataforma CEOExEuropa, donde las empresas, dadas de alta en el servicio, podrán recibir información sobre las convocatorias de licitaciones y ayudas públicas de las administraciones del Estado, estén o no relacionadas con los fondos europeos.

El crecimiento de las exportaciones y de la inversión española en los mercados exteriores apuntan a que la internacionalización se ha convertido en un elemento estructural de la economía ¿Cómo ha cambiado la forma de internacionalizarse de las empresas españolas?

La visión de la empresa española sobre la venta de sus productos en el exterior ha cambiado en los últimos años. Tradicionalmente, muchas empresas veían la exportación como una alternativa solo cuando la demanda interna se debilitaba. Sin embargo, cada vez más son las empresas españolas que enfocan su actividad hacia las exportaciones, no como sustituto de la demanda interna, sino como complemento o forma de ampliar su negocio. Así, el número de empresas exportadoras ha crecido notablemente, pasando de algo más de 66.000 en el año 2000, a más de 200.000 actualmente. Además, la internacionalización de la empresa española se caracteriza por una mayor diversificación geográfica en los últimos años. La UE sigue siendo el principal socio comercial de España, y supone más del 60% de nuestras exportaciones, lo que da una idea de la relevancia que tiene la reducción de barreras comerciales y no comerciales. Sin embargo, se observa una diversificación en las exportaciones hacia áreas geográficas pujantes, como Asia y África. También es conocida la importancia para España del mercado latinoamericano.

¿Qué medidas deben ponerse en marcha para apoyar la internacionalización de las pymes?

En el contexto actual, donde todavía persiste la incertidumbre y la recuperación de las economías acaba de comenzar, resulta fundamental apoyar la continuación del proceso de

internacionalización de la empresa española, con el fin de que las empresas exportadoras y, por tanto, el sector exterior, vuelva a contribuir positivamente al crecimiento del PIB, y, además, también sea uno de los artífices de la creación de empleo.

En este sentido, entre las principales recomendaciones, por parte de CEOE, se encuentra una mayor coordinación entre los diferentes niveles de la administración pública y de estos con las organizaciones empresariales, con el fin de orientar mejor las medidas de apoyo a la internacionalización de las empresas y mitigar efectos negativos, tales como medidas proteccionistas.

“Perú se sitúe en el grupo de países latinoamericanos que ha alcanzado el crecimiento anual medio del PIB más elevado en la última década”

Hay que señalar que la fiscalidad también juega un papel muy relevante en la competitividad internacional, por lo que debe evitarse adoptar medidas que perjudiquen a nuestras empresas o a sus filiales en el exterior. También es fundamental reducir las cargas administrativas, simplificar los trámites, impulsar la digitalización y mejorar los instrumentos financieros de apoyo a la internacionalización de las empresas.

¿Cuál es su balance sobre la situación que atraviesan actualmente las pymes en España y en Iberoamérica?

Según el Barómetro de Morosidad que elaboró la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa [CEPYME], entre mediados de septiembre y octubre, se reflejaba que un 57% de las pequeñas y medianas empresas españolas consultadas ya preveía un aumento de la morosidad a raíz de la crisis generada por el COVID-19. De hecho, el 50% de las que sufren mora adelantaban una posible situación de insolvencia o cierre. El periodo medio de pago superaba los 87 días, la cifra más alta desde 2011 y el coste financiero de la morosidad se incrementó un 3,2%, alcanzando los 2.758M€.

Frente a este contexto desolador, de cara a la recuperación económica, creo firmemente que la única salida posible para las pymes iberoamericanas pasa por ahorrar costes, centrarse en la liquidez, renegociar medidas especialmente orientadas hacia ellas, y promover y fomentar la innovación, la internacionalización y el proceso de transformación digital. Es fundamental, también, que analicen la cadena de suministros y compras, que traten de reconvertir o vender activos, que se unan a otras empresas similares y se digitalicen cuanto antes, invirtiendo en equipos informáticos y haciendo uso de los canales de internet.

¿Perú sigue siendo un destino atractivo para las empresas españolas?

Perú, sin duda, sigue siendo un destino atractivo para las empresas españolas. Su apertura al comercio e inversión extranjera es un fenómeno que se ha afianzado en la última década. Nuestro país es un socio inversor natural y uno de los principales países emisores de inversión hacia Perú. También tiene una activa política de cooperación al desarrollo con el país, siendo por ambos motivos un país relevante para la política exterior peruana.

Según datos de la Secretaría de Estado de Comercio, históricamente, en relación al saldo acumulado de inversión directa extranjera, España ha sido el primer inversor en Perú, seguido del Reino Unido, EE. UU y Chile. Sin embargo, en los últimos años China se ha colocado a la cabeza de las inversiones en el país, aunque no

hay datos exactos. Perú es actualmente el quinto país de destino de la inversión española en Latinoamérica en términos del stock de inversión directa extranjera acumulada por un valor de alrededor de 4.600M€.

Además, incidir en que la presencia masiva de pymes españolas en el país, que representan el grueso de las 800 empresas establecidas allí, pone de manifiesto el gran interés por parte de los empresarios españoles en este mercado y en seguir estrechando nuestras relaciones bilaterales. Interés que se ve reforzado, sin duda, por la pertenencia de Perú al proceso de integración más dinámico de toda la región, junto a Chile, México y Colombia, como es la Alianza del Pacífico, del que, por cierto, España es país observador.

Este 2021 el Perú celebra sus 200 años como República ¿Qué mensaje le daría al Perú y al empresario peruano por el Bicentenario?

Tanto al Perú como al empresario peruano, ante todo, les felicitaría por el trabajo bien hecho y todo lo que han logrado, especialmente en la última década. Los animaría, además, a seguir consolidando su imagen en el exterior, como un destino seguro y atractivo para los inversores extranjeros. De hecho, alabo las reformas estructurales que se han llevado a cabo en el país, encaminadas a la apertura de su economía, a impulsar el desarrollo del sector privado y a atraer inversión extranjera. Este conjunto de factores ha sido decisivo para que Perú se sitúe en el grupo de países latinoamericanos que ha alcanzado el crecimiento anual medio del PIB más elevado en la última década, y se ha convertido en un destino con gran potencial de futuro para las empresas españolas y sus inversiones.

Por todo ello, le diría a Perú, a su gente y empresas que sigan apostando por el libre comercio, la apertura al mundo, innovación, digitalización, el desarrollo y bienestar social. Los animo a continuar dando ejemplo de cómo construir un modelo exitoso de integración regional como es la Alianza del Pacífico, a forjar alianzas, promover la internacionalización y reconfiguración de las cadenas globales de valor, y a estar más unidos que nunca para salir reforzados de la crisis, y construir un futuro más sostenible, resiliente, innovador y cohesionado para el pueblo peruano.

¿Cómo valora la labor de la CCPE?

Es indudable que la Cámara de Comercio de Perú en España realiza una gran labor de fomento y promoción de las relaciones entre Perú y España, apoyando tanto a entidades privadas como públicas; e impulsa el emprendimiento y la innovación a través de los Premios CCPE. Los empresarios españoles valoramos positivamente la intensa actividad que se realiza desde esta institución, potenciando la internacionalización de las empresas y ejerciendo de intermediario con organismos nacionales e internacionales para apoyar a las empresas.

Además, la CCPE promueve un sentimiento de unidad y cohesión entre sus miembros, que favorece la conexión y la relación entre las empresas de ambos países y contribuye a estrechar las relaciones bilaterales. Realizan programas de formación para emprendedores y asesoramiento comercial, que son herramientas de gran utilidad para las empresas, tanto para su capacitación y refuerzo de sus habilidades, como para potenciar su proceso de internacionalización

ANÁLISIS

por Narciso Casado, Secretario Permanente del Consejo de Empresarios Iberoamericanos, CEIB

EL CONSEJO DE EMPRESARIOS IBEROAMERICANOS – CEIB, HERRAMIENTA DE UNIDAD, COHESIÓN E INTEGRACIÓN REGIONAL

El Consejo de Empresarios Iberoamericanos [CEIB], del que tengo el honor de ser secretario Permanente, nace en 2015 con un claro espíritu de apoyo y defensa de los intereses de las empresas de la región y con el fin de poner en valor los factores de competitividad comunes a los empresarios iberoamericanos, contribuyendo al mejor desarrollo económico y social de los países de la Región. Todo ello mediante estrategias, pautas comunes, experiencias y buenas prácticas que puedan ir surgiendo en sus organizaciones miembro; y siempre en coordinación con la Organización Internacional de Empleadores [OIE] y sus grandes líneas de actuación. Los principales objetivos de CEIB consisten en fomentar la creación de vocaciones empresariales, generar empleo e impulsar el crecimiento y la internacionalización de empresas de todos los tamaños, especialmente las pymes, entre otros.

Una de las principales ventajas de este Consejo radica, sin duda, en la alianza y coordinación de los equipos de trabajo de sus 24 organizaciones empresariales miembro, y siempre con el apoyo estratégico de la Secretaría General Iberoamericana [SEGIB] y de la Federación iberoamericana de Jóvenes Empresarios [FIJE], con la que compartimos proyectos comunes. Además, tenemos el privilegio de formar parte activa de la mejor herramienta de integración regional, que son las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno, pues somos los responsables de organizar los encuentros empresariales que se celebran en el marco de las mismas, junto a SEGIB y la patronal del país anfitrión.

Esto nos facilita la interlocución con los gobiernos en relación a las propuestas comunes de las empresas, así como mantener un seguimiento permanente de los grandes temas, demandas y necesidades que emanan

de las Cumbres. Muestra de ello, son algunas de nuestras líneas de trabajo permanentes como: Los Foros de Mipymes, cuya próxima edición se celebrará a finales de octubre; y de Innovación Abierta o de Transformación Digital. Tenemos, además, la oportunidad de identificar las mejores estrategias, casos de éxito y buenas prácticas de las organizaciones empresariales, siempre en línea con la OIE, en una labor de defensa, divulgación y compromiso con las empresas.

A raíz de la pandemia generada por el Covid-19, nuestra labor se ha intensificado, y es importante decir que las organizaciones empresariales han sido pioneras en dar respuestas y mantener el compromiso tanto con la sociedad, como con sus ciudadanos. De hecho, nosotros desde CEIB, pusimos en marcha un boletín mensual sobre Covid-19, donde se podían consultar las iniciativas puestas en marcha y toda la información sobre las medidas adoptadas por nuestras organizaciones miembro; y elaboramos un informe de solidaridad y de sostenibilidad.

Además, publicamos el informe “Más Iberoamérica, una apuesta decidida por la Región”, que representa una hoja de ruta de todas las propuestas, medidas e iniciativas que consideramos cruciales para enfrentarnos a ésta y a futuras crisis. El documento refleja todo lo que han hecho los gremios empresariales en materia económica, fiscal, laboral, de solidaridad, digitalización, innovación, sostenibilidad o internacionalización.

Retos, desafíos y oportunidades para Perú

Es un hecho que, a lo largo de este último año y medio, las empresas e instituciones nos hemos encontrado



ante escenarios donde ha sido más importante la capacidad de reacción y no de planificación. Y es que, como dijo la secretaria general Iberoamericana, Rebeca Grynspan, en más de una ocasión: "Cuando creíamos tener todas las repuestas, nos cambiaron todas las preguntas". Por tanto, después de todo lo que hemos vivido, yo creo firmemente que el mayor de los retos es lograr que esta crisis coyuntural no se convierta en estructural. Y para lograrlo, tenemos que estar preparados para hacer frente a futuros desafíos.

En este sentido, la comunidad iberoamericana, y en concreto Perú, debe apostar por sectores de mayor valor añadido, como pueden ser la innovación, las industrias creativas, la economía verde y azul, o la transformación digital. Debemos promover la internacionalización de las empresas, mediante la reconfiguración de las cadenas globales de valor; incentivar los sectores más afectados, como el turismo; impulsar la sostenibilidad y fomentar el emprendimiento, prestando especial atención al desempeño y a la situación de las pymes.

Perú cuenta con grandes ventajas de cara a poder convertir esta crisis en una oportunidad, y es que su apuesta por el libre comercio, su gran apertura al mundo y el esfuerzo que han realizado por crear un destino seguro y atractivo para la inversión extranjera, ha ofrecido mucha confianza de cara al exterior. Perú ha gozado una década de prosperidad, situándolo en el grupo de países latinoamericanos que han alcanzado el crecimiento anual medio del PIB más elevado de los últimos diez años, lo que implica un gran interés por parte de las empresas extranjeras, especialmente de las españolas, en este mercado.

Por otro lado, el hecho de formar parte de uno de los procesos de integración regional más dinámicos y exitosos hasta el momento, como es la Alianza del Pacífico, junto a Chile, México y Colombia, y del que España es uno de los 59 países observadores, también representa una fuente de oportunidades ilimitadas. Para seguir cosechando éxitos en este ambicioso proceso, considero imprescindible que los países miembros sigan esforzándose en promover la inversión y el comercio, tratar de impulsar el capital humano, la innovación y el emprendimiento, y hallen las mejores vías para lograr una recuperación acelerada, resiliente y sostenible de los cuatro países.

Otro factor a tener muy en cuenta, en mi opinión, para avanzar en la senda de la recuperación, son los liderazgos, porque la pandemia y crisis que estamos viviendo ha removido cimientos y estructuras en los modelos de liderazgo tradicional, también en el mundo de las empresas, acelerando y demandando nuevas fórmulas, bajo parámetros más positivos, colaborativos y colectivos. Necesitamos liderazgos más propositivos que defensivos, que apuesten por consensuar y no por polarizar.

Se requieren líderes capaces de orientar las políticas hacia la generación empleos dignos y enfrentar los desafíos que el futuro le depara a nuestras economías. Es importante modernizar los marcos institucionales y regulatorios de los Estados y profundizar en la

evolución empresarial. El camino hacia el éxito de nuestros países, no sólo de Perú, en mi opinión, depende principalmente del desarrollo de nuestra sociedad en su conjunto, de alcanzar el progreso social y económico, la estabilidad y el crecimiento del tejido productivo, y la apuesta por sectores que generen valor añadido y sean transversales al conjunto de la economía.

CEIB, una herramienta de cohesión para hacer más y mejor Iberoamérica.

Creo firmemente que el Consejo de Empresarios Iberoamericanos [CEIB] ha evolucionado mucho desde su creación y le hemos dado la máxima prioridad a todas estas cuestiones. Uno de nuestros principales objetivos, ha sido, sin duda, dar seguimiento a los mandatos emanados de las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno, y lo estamos logrando día a día. Muestra de ello es el Encuentro Empresarial Iberoamericano, celebrado el pasado mes de abril en Andorra, que nos ha servido para continuar trabajando en el período entre cumbres en las prioridades y retos, que tiene que afrontar Iberoamérica, por eso seguimos dando continuidad a los Foros de Mipymes, Innovación Abierta y Transformación Digital, pues son conceptos que ya abordamos de manera permanente y que se han convertido en una cita anual para profundizar en estos temas.

Y todo este trabajo que llevamos a cabo, volverá a dar sus frutos en el XIV Encuentro Empresarial Iberoamericano, que se celebrará en 2022 en República Dominicana, en el marco de la próxima Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, bajo el lema: "Hacia una Iberoamérica más justa y sostenible". Damos seguimiento además a toda la información, propuestas e iniciativas que surgen desde nuestras organizaciones para tratar de darle la mayor difusión posible. De hecho, a raíz de la crisis hemos aprendido a hacer más organizaciones empresariales, más estructuradas, cohesionadas y comunicadas.

Hemos avanzado en lograr poco a poco que los jóvenes empresarios en Iberoamérica ocupen el lugar que se merecen y tengan ilusión por alcanzar sus metas y mejorar su futuro. Hemos trabajado cada vez más con ellos, especialmente a raíz de la pandemia, incorporando a la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios [FIJE] en nuestras actividades y dándoles por primera vez un espacio propio en el pasado Encuentro Empresarial Iberoamericano. En definitiva, hemos avanzado en conocernos mejor y en conocer mejor a nuestras organizaciones, como es el caso de CONFIEP; fomentar espacios de diálogo y de reflexión para aportar solución a los grandes desafíos de la región, crear un punto de encuentro y de referencia para nuestros miembros, siempre bajo el paraguas de la OIE y con el apoyo permanente de la SEGIB; y, sobre todo, en hacer más y mejor Iberoamérica, gracias al desarrollo, bienestar y éxito de sus países, como es el caso de Perú.



José Luis Martínez-Almeida Navasqués
Alcalde del Ayuntamiento de Madrid

Licenciado en Derecho por la Universidad Pontificia de Comillas (ICAI-ICADE) y Abogado del Estado desde 2001. Tiene una larga trayectoria en la Administración Pública. Ha sido Director General De Patrimonio Histórico, Director de su asesoría jurídica y también Director de la División Jurídico Institucional de la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal. El 15 de junio de 2019 fue investido Alcalde de Madrid y desde entonces dirige la corporación municipal.

ENTREVISTA

a José Luis Martínez-Almeida Navasqués, Alcalde del Ayuntamiento de Madrid

MADRID, HOY EN DÍA, ES SU CONDICIÓN DE PUENTE ENTRE LAS ECONOMÍAS EUROPEAS Y LATINOAMERICANAS

Madrid, en la coyuntura actual, es la ciudad que ofrece mayores atractivos para los emprendedores?

Sin lugar a duda, Madrid es una de las ciudades europeas más atractivas para los emprendedores, porque para que una iniciativa empresarial tenga éxito, no basta con querer emprender, es necesario hacerlo en el lugar adecuado. Y eso es lo que Madrid ofrece, un marco favorable de libertad económica, baja fiscalidad, estabilidad política y seguridad jurídica, por ejemplo, acabamos de aprobar un Plan de choque para reducir trámites y burocracia que permitirá a ciudadanos y empresas ahorrar tiempo y costes por un importe estimado de 65M€.

En un mundo en el que las ciudades compiten entre sí por atraer actividad económica y talento, nuestro objetivo es convertirnos en el mejor aliado institucional de los emprendedores, haciendo de Madrid, actualmente líder en creación de empresas a nivel nacional, siendo una ciudad atractiva y competitiva para empresas e inversores a nivel internacional.

¿Qué iniciativas se están adoptando y se van a implementar desde el Ayuntamiento para paliar los efectos de la crisis económica y social derivada del coronavirus para la recuperación del tejido empresarial madrileño?

Tras la pandemia, la reactivación de Madrid es un objetivo prioritario y parte con ventaja porque, a diferencia de otros lugares, no hemos enfrentado salud y economía, manteniendo ciertos niveles de actividad sobre la base de un potente sistema de control epidemiológico y un comportamiento responsable y ejemplar de la ciudadanía.

A partir de ahí, los grandes proyectos con los que pretendemos reactivar Madrid giran en torno a los siguientes ejes: La sostenibilidad y lucha contra el cambio climático, con la estrategia Madrid 360, la Hoja de Ruta para la descarbonización de Madrid, que fija un objetivo más ambicioso que el establecido por la UE, o el impulso de la economía circular. Aquí se incluyen multitud de iniciativas que van desde la movilidad sostenible a la creación de zonas cero emisiones en toda la ciudad, con el objetivo de que Madrid cuente con la Zona de Bajas Emisiones más grande de Europa en 2024.

Una apuesta por un Madrid digital, con un plan de choque de impulso de la Administración digital para que todas las gestiones con el Ayuntamiento puedan hacerse a través de la red, un plan de capacitación de nuestros empleados, una clara apuesta por la ciberseguridad para convertirnos en el mayor hub digital del sur de Europa y disponer de red 5G para atraer inversiones en innovación. Y el impulso de grandes actuaciones de regeneración urbana que redibujarán el rostro de Madrid, como el Bosque Metropolitano, el soterramiento de infraestructuras como la A-5 o las obras en el Nudo Norte.

¿Cómo ve el papel de la Unión Europea en la recuperación de la crisis económica provocada por el COVID-19?

Ha sido y es vital para la recuperación: En primer lugar, como garante del proceso de vacunación en todos los países de la Unión Europea, con el objetivo de lograr la inmunidad de grupo al final del verano. En segundo lugar, por la oportunidad que representa el paquete extraordinario de 750.000M€ de Fondos europeos Next Generation, de los cuales España podría recibir hasta 140.000M€, 70.000 de ellos en transferencias.

Por ello, desde el ayuntamiento de Madrid hemos aprobado un Plan Municipal de Recuperación, Transformación y Resiliencia que identifica y concreta las oportunidades que estos Fondos NextGen nos ofrecen para convertir Madrid en el mejor lugar para vivir y trabajar en 2030. Nuestro plan, alineado con la UE, el Plan de España y nuestro propio programa de Gobierno, identificamos 26 retos y 12 proyectos tractores para amplificar su impacto, con un elevado componente de colaboración público-privada.

“Las economías latinoamericanas desempeñan un papel crucial en la creciente internacionalización de nuestra economía”

¿Qué medidas tienen previstas para apoyar el emprendimiento y el fomento a la innovación?

Madrid pretende convertirse en la capital de la innovación del sur del Europa, algo que ya empieza a reflejarse en la última edición del cuadro de indicadores de innovación regional RIS (Regional Innovation Scorecard), recientemente publicado por la Comisión Europea donde se refleja que Madrid ha entrado por primera vez en el grupo de regiones de “fuerte” innovación, donde hasta ahora solo estaba el País Vasco.

Las líneas principales para conseguirlo son la innovación abierta y la compra pública innovadora, sin perder de vista el papel del emprendimiento social que ha de estar presente en, al menos, un 25% de las iniciativas innovadoras, o la consolidación de red de centros de innovación y emprendimiento por toda la ciudad con nuestro buque insignia, la Nave, a la cabeza o Madrid Internacional Lab, a los que se van a unir muy pronto nuevos centros de innovación como Puerta Innovación, dedicado a energía y movilidad, el nuevo Centro de Economía Circular, la Nueva Factoría industrial en Villaverde, el Nuevo Vivero FoodTech o el Centro de inteligencia artificial en Chamberí.

En relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, cuáles son sus planes y propuestas para preservar el medio ambiente de Madrid.

Las ciudades somos claves para alcanzar los ODS por nuestra directa implicación en la respuesta a los grandes desafíos que plantea la agenda 2030, desde el bienestar social, como administración más cercana, a la lucha contra cambio climático. Por eso, en Madrid hemos vinculado los ODS a nuestro Programa Operativo de Gobierno mediante un proceso de localización para que formen parte de nuestra estrategia de ciudad e incrementar así la coherencia y el compromiso con estos ambiciosos objetivos. En el ámbito medioambiental, Madrid plantea una agenda de movilidad sostenible y de lucha contra el cambio climático en torno a dos grandes instrumentos a los que ya he hecho referencia: la Estrategia Madrid 360 y la Hoja de ruta para la descarbonización.

América Latina en general y Perú en particular son mercados atractivos para las exportaciones e inversiones madrileñas? ¿Perú sigue siendo un destino atractivo para las empresas madrileñas?

Las economías latinoamericanas desempeñan un papel crucial en la creciente internacionalización de nuestra economía. La empresa madrileña, no solo las grandes corporaciones que apostaron por Latinoamérica hace décadas, sino también la PYME, tienen una presencia creciente en el continente latinoamericano.

Sólo en Perú, se estima que hay más de 800 empresas españolas, de las cuales 350 son pequeñas o medianas empresas, y que éstas generan 74.221 empleos en Perú, correspondiendo un 74,4% de dichos empleos a inversiones de empresas madrileñas. Perú es, además, uno de cinco principales destinos de nuestra exportación en Latinoamérica.

Este 2021 el Perú celebra sus 200 años como República ¿Qué mensaje le daría al Perú, al empresario peruano por el Bicentenario?

La internacionalización de la economía peruana es un reto importante y Madrid ofrece ventajas y valiosas oportunidades a las empresas y a los emprendedores peruanos para abordar el interesante mercado europeo.

¿Cómo valora la relación entre el Ayuntamiento de Madrid con ayuntamientos (Municipalidades) del Perú? ¿Tienen convenios de cooperación institucional?

La relación es buena. Madrid y Lima están hermanadas desde 1982 y colaboran intensamente en el seno de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI). Además, el Ayuntamiento de Madrid tiene 7 convenios y acuerdos con la ciudad de Lima, la mayoría sobre transporte, bomberos y participación ciudadana, y en varias ocasiones he podido conversar con su alcalde, la última en este mes de julio en el foro de alto nivel para Alcaldes de ciudades de América Latina organizado por la ciudad de Lima en el marco del Foro Político del Alto Nivel del a ONU, presentando la estrategia de ODS de la ciudad de Madrid.

¿Cómo valora la labor de la CCPE?

Para el Ayuntamiento de Madrid es muy valiosa la tarea de las cámaras bilaterales, pues favorecen la internacionalización de nuestra economía y encauzan nuestros esfuerzos para favorecer los vínculos de nuestras empresas con economías como la peruana y la atracción de talento e inversión peruana a nuestra ciudad. La presencia de Perú en Madrid ha crecido significativamente en estos últimos años y esperamos que en el futuro sigamos acogiendo inversión y talento procedente de Perú.

ARTÍCULO

por Daniel de Miguel, Director Internacional INTERPORC (Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca)

SECTOR PORCINO DE CAPA BLANCA ESPAÑOL: REFERENTES EN SOSTENIBILIDAD Y BIENESTAR ANIMAL

El sector porcino de capa blanca español, en su constante ímpetu de mejora, y gracias al trabajo constante, compromiso, esfuerzo y talento de todos y cada uno de sus integrantes a lo largo de la cadena de valor, siempre ha dado lo mejor de sí mismo para alcanzar sus objetivos, lo que le ha permitido convertirse en el sector agroalimentario más importante de España, además de uno de los sectores más importantes para la economía española en su conjunto.

Pero esto no es algo que se logre de la noche a la mañana. Este hecho es fruto de muchos años de dedicación y esfuerzo que han permitido al sector posicionarse en el punto en el que se encuentra actualmente. Sin ir más lejos:

- En 2020, el sector produjo un total 4,72 millones de toneladas de carne de cerdo de capa blanca, siendo el tercer mayor productor mundial.
- Entre 2012 y 2020 la producción de carne de cerdo de capa blanca se ha incrementado un 49%.
- Las exportaciones del sector en 2020 alcanzaron un máximo histórico al superar los 2,97 millones de toneladas y un valor de 7.630M€, convirtiéndose así en segundo exportador mundial.
- Entre 2012 y 2020 las exportaciones del sector porcino español han crecido un 110,6% en volumen y un 130,5% en valor.

Pero cuando nos referimos a los esfuerzos realizados, también lo hacemos en materia de sostenibilidad y de bienestar animal. Es decir, los ganaderos del sector

porcino español de capa blanca llevan años esforzándose para lograr que la sostenibilidad y el bienestar animal se conviertan en uno de los pilares fundamentales de su trabajo.

En este sentido, existe un fuerte compromiso por parte de los ganaderos del porcino, generando una industria cada día más sostenible, que prioriza siempre la salud y el bienestar de los animales. Esto es posible gracias a unos profesionales altamente cualificados, a unas industrias que son referentes en tecnología y en I+D+i, y a unas empresas que tienen en su ADN una visión global de su actividad económica y comercial.

Los resultados de esta apuesta por un modelo sostenible son tangibles: En el periodo 2005-2019 el sector porcino de capa blanca español ha reducido un 41,2% sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) derivadas de la gestión de estiércoles del ganado porcino, así como las de metano en un 37,5% y las de óxido nitroso en un 38,02%. Además, gracias a la fuerte concienciación en esta materia, en los últimos 30 años se ha conseguido reducir hasta un 30% el uso de agua por cada kilo de carne producido.

Estos datos son el reflejo de que los profesionales del sector trabajan minuciosamente para avanzar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de Naciones Unidas (ONU), así como en los objetivos de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero establecidos por la Comisión Europea, para alcanzar en 2050 un impacto climático neutro de la actividad, tanto en emisiones de GEI como en impacto en suelos, agua o aire.

SECTORIAL PORCINO 2º ENCUENTRO Y B2B VIRTUALES PERÚ - ESPAÑA



Por último, debemos ser también conscientes de la creciente demanda del consumidor por un mayor bienestar animal. En este sentido, adquiere especial importancia el sello "Compromiso Bienestar Certificado" (IAWS) impulsado por INTERPORC, en colaboración con empresas del sector, certificadoras, administración, científicos, expertos en bienestar animal y organizaciones de protección y defensa de los animales nacido voluntariamente del propio sector y al que se pueden acoger los operadores de forma asimismo voluntaria; garantiza una trazabilidad completa del campo a la mesa y está certificado por entidades independientes en todas las fases productivas. Se trata de una iniciativa pionera a nivel mundial, y que refleja el compromiso de granjas, industrias y centros de sacrificio de porcino con el bienestar animal, materia en la que es un referente a nivel internacional al contar con una de las normativas más avanzadas del mundo.

El mercado peruano

Perú es un mercado de dimensión atractiva, con crecimiento económico, especialmente en Lima y Arequipa. Se estima que, en los próximos años, ante las expectativas de crecimiento del consumo de carne de cerdo, necesitará contar con mayores importaciones, aunque siempre dentro de unas limitadas cantidades globales.

A lo largo del año 2018, se determinaron los requisitos sanitarios para la importación de carnes frescas y congeladas de porcino establecidos por el Servicio Nacional de Seguridad Agraria [SENASA] y finalmente, en noviembre de 2020, el SENASA peruano

determinó habilitar temporalmente a 37 empresas españolas para exportar carne cruda y despojos de porcino.

En ese contexto, el pasado 29 de abril INTERPORC organizó el segundo encuentro sectorial porcino (de manera virtual) junto a la Asociación de Importadores de Productos Alimenticios Refrigerados (ASIPAR) y la Cámara de Comercio de Perú en España (CCPE), que estuvo acompañado de reuniones b2b entre empresas peruanas y españolas, con la doble finalidad de reforzar las relaciones institucionales y al mismo tiempo estrechar lazos comerciales.

CONVENIO

por Prensa CCPE

CONVENIO CON LA ASOCIACIÓN DE GREMIOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL PERÚ



Asociación PYME Perú

Las entidades colaborarán para impulsar la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas

El presidente de la Cámara de Comercio del Perú en España, Carlos Guimet Haemmerle y la presidenta de la Asociación de Gremios de la Pequeña Empresa del Perú [Pyme Perú], Ana María Choquehuanca, han firmado un Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional.

Ambas instituciones colaborarán en la organización de acciones, proyectos y programas conjuntos para impulsar la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas, acceso al financiamiento, cooperación empresarial para la transferencia tecnológica, acceso a los mercados internacionales en general y al europeo en particular, utilizando a España como puerta de entrada.

La Asociación PYME Perú tiene por finalidad impulsar el fortalecimiento institucional del sector de la pequeña empresa en Perú. Fue fundada por la Cámara PYME de Arequipa, la Asociación Peruana de Empresarios de la Panadería y Pastelería del Perú-ASPAN, INDUMYPE, la Asociación de Empresas Proveedoras de la Gastronomía-AFEG PERÚ y la Plataforma Empresarial de Lima Este.

La Asociación Pyme Perú está abierta a todos los gremios pymes a nivel nacional, constituidos formalmente y con vocación de servicio. Sus principales fines son los siguientes:

- Promover y defender los intereses y desarrollo de la pequeña empresa como fuente generadora de trabajo, riqueza y desarrollo para el Perú.
- Fomentar la formación y fortalecimiento de los gremios de la pequeña empresa a nivel local, regional y nacional.
- Fomentar la pequeña empresa, la libertad personal para emprender actividades empresariales, la iniciativa particular y la propiedad privada.

El presidente de la Cámara de Comercio de Perú en España, Carlos Guimet indicó que "es fundamental este tipo de convenios de apoyo a las pymes no solo por la coyuntura actual, sino porque su objetivo es en general, el procurar el acceso de las pymes a las herramientas necesarias que les permitan la mejora de su competitividad y productividad, que será diferente para cada sector y para cada negocio, pero que debe abordarse porque es una cuestión de supervivencia".

Asimismo, la presidenta de la Asociación Pyme Perú, Ana María Choquehuanca, señaló que "la suscripción de este Convenio entre ambas entidades es muy relevante para su organización porque van a consolidar las buenas relaciones, ya existentes, entre ambos países, teniendo como eje el de ofrecer a las pymes los servicios en los ámbitos de modernización tecnológica y digital, organizacional y sobre todo la posibilidad de tener el acceso al mercado español, en el que contar con la alianza de la Cámara de Comercio del Perú en España es de gran importancia por su conocimiento de este mercado".

Es necesario resaltar que, en Perú, los empresarios de la pequeña y micro empresa, en su conjunto, representan el 99.6% de todo el sector empresarial formal peruano, generando trabajo a nivel nacional, para más del 50% de la PEA Ocupada del país. De acuerdo con el reporte del INEI, al cierre del 2020, debido a la pandemia originada por el Covid - 19, se evidenció una pérdida de 1 millón 200 mil puestos de empleo a nivel nacional en empresas con 1 a 10 trabajadores.

Precisamente para analizar los mecanismos a tener en cuenta para lograr la ansiada recuperación económica del tejido empresarial, se celebró el "Encuentro Empresarial Pyme Perú - España: Claves para la reactivación" organizado por la Asociación Pyme Perú, AEMME y contó con la participación del Ministerio de la Producción del Perú [Produce], la Secretaria General de Iberoamérica [Segib], la Organización Internacional del trabajo [OIT], la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial [Onudi Perú] y la Cámara de Comercio de Perú en España [CCPE], quien participó como entidad colaboradora.



ALFONSO GENTIL

Director del Servicio Español para la Internacionalización de la Educación - SEPIE

¿Qué es el SEPIE?

El Servicio Español para la Internacionalización de la Educación [SEPIE] es el organismo público adscrito al Ministerio de Universidades que actúa como Agencia Nacional, designada por la Comisión Europea, para la gestión de las acciones descentralizadas del programa Erasmus+ de la Unión Europea para los ámbitos de la educación y la formación en España. Además, desde el SEPIE también nos encargamos de la proyección internacional de las universidades españolas, a través de la marca "Estudiar en España".

Nuestro propósito como organismo público es el de proporcionar oportunidades únicas para la internacionalización de la educación y formación.

Así mismo, en SEPIE contamos con el Sello EFQM 200, que acredita la excelencia y calidad como organización y desempeño, entre ellos la automatización y gestión digital. En este sentido, somos la primera Administración Pública en obtener este Sello con el Modelo EFQM de la última versión de 2020.

ENTREVISTA

a Alfonso Gentil Álvarez-Ossorio, Director del Servicio Español para la Internacionalización de la Educación - SEPIE

ERASMUS+ OFRECE OPORTUNIDADES ÚNICAS PARA TODAS LAS PERSONAS EN TODOS LOS SECTORES EDUCATIVOS

**¿Qué balance haría del anterior programa Erasmus+ 2014-2020?
¿Se cumplieron los objetivos?**

Desde que inició el programa Erasmus+, se ha perseguido apoyar, a través del aprendizaje permanente, el desarrollo educativo, profesional y personal de las personas en los ámbitos de la educación, formación, juventud y el deporte dentro de Europa y fuera de su territorio, contribuyendo así al crecimiento sostenible, empleo de calidad y cohesión social. Además de impulsar la innovación y fortalecer la identidad europea, ciudadanía activa y participación en la vida democrática. Los resultados en España del programa Erasmus+ en el período 2014-2020 han sido muy positivos en todos los sectores educativos, en esos 7 años hubo una evolución e incremento progresivo en el número de proyectos subvencionados (proyectos de movilidad, de asociaciones para la cooperación de innovación y buenas prácticas), presupuesto y movilidades tanto para estudiantes, docentes y formadores. Asimismo, la Comisión Europea publicó el 16 de diciembre de 2020 su informe anual sobre el programa Erasmus+, con los datos oficiales cerrados para el año académico 2018/2019, en el que se trasluce el gran éxito del Programa, cada vez más inclusivo e internacional.

En este sentido, España sigue ocupando el primer puesto en recepción de estudiantes en el programa Erasmus+, recibiendo 52.830 estudiantes en el sector de Educación Superior, muy por delante de Alemania, con 34.750, Francia, con 31.063, Reino Unido, con 30.501, o Italia, con 27.945. Además, se sitúa en segunda posición como país emisor de estudiantes, con 44.052, solo por detrás de Francia, con 49.066 y muy por delante del resto de países del Programa. También, cabe destacar que, en el resto de sectores educativos (Educación Escolar, Formación Profesional y Educación de Personas Adultas), nuestro país se sitúa también en los primeros puestos de este ranking europeo.

Y en el nuevo programa Erasmus+ 2021-2027 ¿Cuál es la diferencia más sustancial con respecto al anterior Programa? ¿Cuáles son sus prioridades?

El programa Erasmus+ ofrece oportunidades únicas para todas las personas en todos los sectores educativos: Educación Escolar, Formación Profesional, Educación Superior y Educación de Personas Adultas. El Programa se articula en torno a tres líneas principales de actividades o acciones clave, además de las actividades Jean Monnet y la acción para el deporte. Desde el SEPIE, se gestionan las acciones descentralizadas del programa Erasmus+, concretamente la acción clave 1: "Movilidad de las personas por motivos de aprendizaje" (KA1, en sus siglas en inglés) y la acción clave 2: "Cooperación entre organizaciones e instituciones" (KA2).

En el recién iniciado marco plurianual 2021-2027, se persigue financiar proyectos de movilidad y cooperación transfronteriza relacionados con el aprendizaje para 10 millones de personas de todas las edades y de todos los orígenes, logrando enriquecer la vida de un número más elevado de personas.

El nuevo y renovado programa Erasmus+ 2021-2027 cuenta con un presupuesto estimado de 26.200 M€, casi el doble de financiación si se compara con su programa predecesor en 2014-2020, al que se suman cerca de 2.200M€ procedentes del instrumento de cooperación exterior de la Unión Europea.

Erasmus+ se presenta como un Programa renovado y aún más inclusivo, más digital y más ecológico, apoyando la transformación digital, inclusión, diversidad y participación en la vida democrática, además del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático. Erasmus+ continúa así brindando oportunidades para estudiantes, personal docente y no docente, tanto para movilidad para estudios y/o prácticas en el caso de estudiantes, como para docencia o formación en el caso de personal docente y no docente.

¿Qué tan importantes son para el SEPIE, en el marco de Erasmus+, las propuestas de proyectos enmarcados en el fortalecimiento de capacidades para la mejor empleabilidad de personas adultas?

Erasmus+ proporciona múltiples posibilidades de formación y cooperación en toda Europa y en el resto de países del mundo. Nuestros jóvenes hoy en día se están formando para realizar trabajos que probablemente todavía no se han creado, y donde las llamadas "soft skills": Pensamiento crítico, adaptabilidad, iniciativa, trabajo en equipo, etc., son actuales requerimientos del mercado laboral. Y esto es parte de lo que Erasmus+ ofrece.

El mercado laboral actual no solo busca a personas con una cualificación determinada o un nivel de formación específico, sino que además se centra en el nivel de competencia profesional. Además, el programa Erasmus+ aumenta las perspectivas profesionales y opciones de empleabilidad, permite crear redes de trabajo y contactos internacionales, ofreciendo formación y periodos de prácticas en empresas de Europa y el mundo, gracias a los proyectos de movilidad de las personas por motivos de aprendizaje y de asociaciones para la cooperación.

"Se persigue promover la equidad, inclusión y facilitar el acceso de los participantes que proceden de entornos desfavorecidos y con menos oportunidades."

Los últimos resultados de los estudios del impacto Erasmus+ de la Comisión Europea son muy positivos, pues indica que este Programa influye en el éxito de la vida personal y profesional de los estudiantes, además de contribuir a que las organizaciones de educación y formación participantes sean más innovadores.

Sabemos que uno de los grandes objetivos de Erasmus+ es el apoyo de oportunidades de colaboración entre instituciones para el fomento la innovación y el intercambio de buenas prácticas, teniendo eso en cuenta ¿SEPIE considera propuestas dirigidas a fortalecer las capacidades técnicas y operativas para personas adultas con menores oportunidades, como el caso de inmigrantes, por poner un ejemplo?

Erasmus+ ofrece numerosas posibilidades para todas las personas (estudiantes, personal docente y de administración, formadores, etc.) de todos los niveles educativos, es decir, no se circunscribe al sector de la Educación Superior, sino también a la Educación Escolar, la Formación Profesional y la Educación de Personas Adultas.

Es importante, recalcar que la inclusión es uno de los aspectos clave, seña de identidad y una de las prioridades del programa Erasmus+ de la Unión Europea, que además está en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Se persigue promover la equidad, inclusión y facilitar el acceso de los participantes que proceden de entornos desfavorecidos y con menos oportunidades. El Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se crea el programa Erasmus+, destaca en su artículo 23 la importancia de asegurar oportunidades justas y equitativas a todos los participantes potenciales, incluyendo a aquellos que pertenezcan a grupos que suelen estar poco representados en los programas de movilidad.

Para nosotros, como Agencia Nacional, es de vital importancia dar acceso a una educación de calidad con oportunidades justas y equitativas a todos los participantes. Por ello, desde el SEPIE ponemos a disposición de las instituciones y organizaciones participantes apoyo específico sobre temas relacionados con la inclusión, no solo para inmigración, sino también para necesidades especiales, refugiados o personas con menos recursos, entre otros.

Además, Erasmus+ respalda proyectos innovadores que faciliten la transición al mercado laboral, mejoren el acceso, la participación y el rendimiento en la educación formal y no formal y se potencia la participación de todas las personas, sin importar su origen. Todas las acciones, proyectos y actividades Erasmus+ incluyen elementos que facilitan de forma efectiva la participación de las personas en situación de desventaja. En este sentido, conviene diferenciar claramente lo que es equidad de lo que es igualdad. Erasmus+ promueve la equidad.

¿Qué cambios prevé el SEPIE se puedan dar en el futuro para las convocatorias de Erasmus+, que hayan sido proyectados con anticipación o producto del aprendizaje post pandemia? ¿Qué podemos esperar de ERASMUS+ en un futuro cercano?

Si bien la pandemia causó una interrupción significativa en la provisión de educación, formación y oportunidades de movilidad para estudiantes tal y como se venía realizando hasta ahora, tanto las universidades como los centros educativos facilitaron, desde el principio, las herramientas en línea necesarias y recursos digitales para paliar ese efecto, con el principal objetivo de que estos estudiantes continuaran sus estudios y no se viesen interrumpidos. Además, a finales del pasado año 2020 y para dar respuesta a la situación derivada de la pandemia, la Comisión Europea publicó dos convocatorias extraordinarias de Asociaciones Estratégicas



Erasmus+, destinando unos 100M€ a cada una de estas convocatorias a nivel europeo para responder a la pandemia del coronavirus: Asociaciones para la Preparación para la Educación Digital (para los sectores de Educación Escolar, Formación Profesional y Educación Superior) y las Asociaciones para la Creatividad (para los sectores de la Educación Escolar y la Educación de Personas Adultas). El SEPIE ha destinado casi 15M€ en estas acciones que han permitido financiar en España un total de 87 proyectos.

Está claro que la movilidad Erasmus+ tiene efectos positivos para el desarrollo educativo, social, personal y profesional, en la medida en que refuerza los conocimientos, las capacidades y actitudes, mejora la empleabilidad, ayuda a ganar confianza e independencia, estimula la curiosidad e innovación, promueve el entendimiento del otro y genera un sentido de pertenencia europeo. Por lo que en este nuevo Erasmus+ para el periodo 2021-2027, el 30 % de la dotación se invertirá en proyectos de cooperación y actividades de desarrollo de políticas donde las organizaciones obtengan experiencia en cooperación internacional, fortalezcan sus capacidades, elaboren enfoques innovadores, intercambien buenas prácticas y establezcan redes. A través de estas acciones, Erasmus+ desempeñará un papel importante para reforzar la resiliencia y apoyar la recuperación e innovación en los ámbitos de la educación, formación, juventud y el deporte.

“España ofrece las ventajas de un idioma común, una cultura similar a la suya y un contexto socioeconómico europeo”

En esa línea ¿cómo trabajará el SEPIE en la implementación del programa Erasmus+ en España tanto en un contexto de pandemia/post-pandemia y en la consecución del EU Green Deal?

El programa Erasmus+ ha hecho frente a todos los desafíos planteados. De hecho, no ha parado a pesar de las dificultades y continúa con más fuerza que nunca.

El principal objetivo del SEPIE y de las demás autoridades nacionales, así como de la Comisión Europea, ante el impacto de la COVID-19 en el programa Erasmus+ ha sido en todo momento velar



por la seguridad y protección de todos los participantes en este programa europeo, respetando plenamente todas las medidas de contención tomadas a nivel nacional. Desde la Comisión Europea y las diferentes autoridades nacionales seguimos trabajando para asistir a las organizaciones de educación y formación beneficiarias, a sus estudiantes, personal docente y de administración.

En cuanto al Pacto Verde Europeo [EU Green Deal], Erasmus+ es aún más verde, el futuro sostenible y el Pacto Verde Europeo se ha convertido en la hoja de ruta para dotar a la Unión Europea de una economía sostenible. Por ello, la sostenibilidad y la acción por el clima, constituyen prioridades clave para la Unión Europea y el programa Erasmus+, ahora y en el futuro. Nos encontramos, por tanto, con un nuevo Erasmus+ que funciona como instrumento clave para la creación de conocimientos, capacidades y actitudes en relación con el cambio climático y el desarrollo sostenible (tanto dentro de la Unión Europea, como fuera de ella).

En este sentido, este nuevo y renovado Erasmus+ aumenta el número de oportunidades de movilidad que fomenten el crecimiento sostenible de nuestro planeta o que desarrollen competencias en diversos sectores pertinentes para la sostenibilidad medioambiental. Además, en un programa como Erasmus+ en el que la movilidad ocupa un lugar central, se anima al empleo de medios de transporte sostenibles y comportamientos más responsables para buscar reducir las emisiones de carbono.

¿Qué destacaría de la vinculación del programa Erasmus+ con Iberoamérica en general y con el Perú en particular?

Un elemento clave de Erasmus+ sigue siendo la intensificación de la movilidad internacional y la cooperación con terceros países, que refuerza el papel de la UE como agente mundial, y por ello es tan importante. La cooperación con Iberoamérica se engloba en las prioridades políticas del Instrumento de Cooperación al Desarrollo, región de América Latina, por lo que los proyectos Erasmus+ financiados en el sector de la Educación Superior incluyen las movilidades de estudiantes para estudios, personal para enseñanza y formación, tanto desde como hacia los países de Iberoamérica. Hasta ahora, esta cooperación estaba reservada exclusivamente a la Educación Superior, pero este nuevo periodo 2021-2027 se amplía a los sectores de la Educación Escolar y la Formación Profesional, por lo que Erasmus+ se convierte aún en un programa más internacional.

Perú, junto a Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Venezuela, forman parte de la Región 8 dentro de los países asociados al programa Erasmus+, lo que les permite participar en determinadas acciones del programa, siempre y cuando cumplan las condiciones y criterios específicos. Estas oportunidades de movilidad hacia países asociados ofrecen más oportunidades a los estudiantes y al personal para obtener experiencia internacional y adquirir capacidades orientadas al futuro y otras capacidades pertinentes en todo el mundo, y posibilita que se establezca una cooperación internacional sostenible a largo plazo con instituciones de los países asociados.

Según la última edición del estudio "El Impacto Económico de los Estudiantes Internacionales en España", impulsado por ICEX España, el número de estudiantes internacionales que se matriculan en universidades españolas para completar sus estudios de grado ha aumentado a un ritmo constante. España se ha mantenido como destino educativo preferido para los estudiantes internacionales durante las últimas tres décadas. Los estudiantes de América Latina constituyen el grupo más numeroso entre los matriculados en titulaciones de máster de las universidades españolas. Para estos alumnos, España ofrece las ventajas de un idioma común, una cultura similar a la suya y un contexto socioeconómico europeo.

Queremos destacar la capacidad de adaptación y flexibilidad que ofrecen nuestras actuaciones en esta región, más allá de lo planificado, se incrementan las relaciones bilaterales y las posibilidades de colaboración que surgen, de tal manera que las sinergias preestablecidas se consolidan y se plasman en proyectos y realidades que mantienen activo nuestro entusiasmo.

ESPECIAL

por Rosella Vásquez, Project Manager CCPE

‘E-ADULTS’: UN INTERCAMBIO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA PROMOVER LA EDUCACIÓN VIRTUAL ENTRE PERSONAS ADULTAS

La CCPE lidera el proyecto europeo “e-Adults”, que está co-financiado por el Programa Erasmus+ de la Comisión Europea

e-Adults, es el acrónimo del Proyecto de Erasmus+ “Exchange of good practices for promoting virtual education among adult people through electronic platforms”

Tendrá una duración de 18 meses, se inició en diciembre del 2020 y culminará en mayo 2022, participan 9 organizaciones de 7 países de la UE

Erasmus, es el programa integrado de la UE, tuvo sus inicios en el año 1987. En sus orígenes, su principal objetivo fue ofrecer a estudiantes universitarios la oportunidad de aprender y potenciar sus conocimientos estudiando en el extranjero, así como fomentar el multilingüismo.

En la actualidad, el ahora denominado Erasmus+, ha ampliado su alcance y envergadura, ofreciendo un mayor número de oportunidades de participación no sólo a estudiantes sino también a personal docente y no docente de formación profesional. Así como a otro tipo de organizaciones relacionadas del mundo educativo. Constituye, además, una herramienta fundamental de ayuda a la empleabilidad juvenil. En el periodo 2021-2027 Erasmus+, apuesta por la internacionalización, modernización e innovación de las organizaciones de formación profesional. Haciendo especial hincapié en la inclusión social, el fomento de la transición ecológica y digital y de la participación de las personas jóvenes en la vida democrática.

El año 2020 nos ha dejado grandes desafíos como consecuencia de la pandemia originada por el Covid-19. Pero sin duda, el impacto generado en la educación ha sido muy drástico, pues a nivel global, de un día para el otro, se tuvo que implementar la enseñanza virtual, online y a distancia en todos sus niveles y actividades. Según datos de la OMS y la UNESCO, señalan que esta crisis ha provocado que más de 300 millones de estudiantes hayan quedado sin poder asistir a clases presenciales.

Todo este auge digital y protagonismo tecnológico

repentino han demostrado que el sistema educativo no está preparado al 100% para enfrentar un modelo de enseñanza virtual, quedando evidenciadas grandes carencias y déficits de las habilidades digitales, tanto en educadores como alumnos, especialmente notables en la educación para adultos mayores. Teniendo en cuenta que son migrantes digitales, quienes repentinamente se han visto en la obligación de adaptarse al mundo digital durante su vida adulta.

Esto ha generado una gran brecha y desigualdad digital a la hora de implementar enseñanzas virtuales, online o a distancia, porque no todos los educadores y alumnos disponen de las mismas posibilidades de acceso a TICs, ni de las competencias y destrezas para sacar provecho de las nuevas tecnologías digitales. Así, por ejemplo, nos encontramos con educadores que no tienen los conocimientos ni la experiencia para adaptar el contenido de sus materias o clases a las plataformas electrónicas, ponerse en contacto con centenares de estudiantes al mismo tiempo y evaluar competencias en entornos digitales.

En el caso de los usuarios, como las personas adultas, tampoco poseen los conocimientos ni las competencias necesarias para acceder a estas plataformas, interactuar con sus educadores y/o compañeros en estos contextos digitales y realizar o enviar las actividades o exámenes solicitados para aprobar las materias o asignaturas.

En conclusión, podemos inferir que la Covid-19 ha puesto en manifiesto que la enseñanza virtual, online y a distancia es más vital que nunca, porque permite que

las personas sigan teniendo acceso a un derecho básico.

Es así como surge la propuesta "Exchange of good practices for promoting virtual education among adult people through electronic platforms" (e-Adults), como respuesta a la necesidad de brindar, a quienes tienen responsabilidades en materia de educación y a los propios alumnos, herramientas que permitan asegurar la continuidad de la educación, especialmente en personas adultas.

El proyecto e-Adults está co-financiado por el Programa Erasmus+ de la Comisión Europea. Tendrá una duración de 18 meses, desde su inicio en diciembre de 2020 hasta culminar en mayo de 2022. Esta iniciativa involucra la participación activa de 9 organizaciones pertenecientes a 7 países de la UE. La Cámara de Comercio de Perú en España, juega un rol muy importante como entidad líder y coordinadora de este proyecto europeo, junto a:

- Biderbost, Boscan & Rochin (España)
- Universidad de Salamanca (España)
- Narodno Chitalishte Badeshte Sega 2006 (Bulgaria)
- Association di Promozione Sociale Joint (Italia)
- Regionalne Centrum Wolontariatu (Polonia)
- Rosto Solidário (Portugal)
- More Mosaic (Suecia)
- S.A.F.E. Projects (Países Bajos)

e-Adults tiene como principal finalidad generar un intercambio de buenas prácticas entre los 7 países europeos participantes para buscar, identificar y evaluar cuáles son las plataformas electrónicas educativas más eficientes y efectivas para implementar exitosamente una enseñanza virtual, online y a distancia para personas adultas. Además, el proyecto analizará el contexto y las variables que hacen que las plataformas electrónicas sean más efectivas, identificará cuáles son las características clave por las que deben de estar compuestas las plataformas electrónicas educativas. Finalmente, brindará estrategias sobre cómo utilizar eficazmente las plataformas electrónicas en el ámbito de la educación para personas adultas.

En e-Adults participan socios de 7 países diferentes de la UE, los que implementarán sus resultados a nivel transnacional para:

- Garantizar y analizar el contexto de la educación virtual y las plataformas electrónicas de personas adultas desde distintos puntos de vista, diversas realidades culturales y sensibilidades geográficas del Sur, Norte, Centro y Este de Europa.
- Permitir tener mayor y más amplia información sobre las

plataformas electrónicas de enseñanza que están siendo utilizadas en cada territorio, hacer una mejor ponderación sobre las ventajas y desventajas de cada una de ellas, intercambiar experiencias, compartir historias de éxito y poder incorporar los aspectos positivos de cada país.

- Elaborar recomendaciones educativas a nivel de la enseñanza virtual, online y a distancia (especialmente para la educación de personas adultas) que tengan en cuenta la sensibilidad de los 7 países participantes.

Como parte de los resultados, el proyecto desarrollará una Guía de Recomendaciones con: Claves para diseñar y realizar actividades de aprendizaje virtual para personas adultas y desafíos para promover la educación virtual en educadores y personas adultas. Asimismo, se diseñará un Catálogo Educativo que ofrezca un abanico de plataformas electrónicas en el ámbito de la educación para personas adultas.

Finalmente, se pone de relieve que el más claro impacto que se derivará del proyecto radica en que la UE -a nivel general- contará con evidencias e insumos en relación a cuál es la mejor manera de explotar el potencial existente de la enseñanza y el aprendizaje virtual, online y a distancia a través de plataformas electrónicas, especialmente entre las personas adultas; así sobre cómo establecer esas condiciones necesarias para la accesibilidad de esta modalidad educativa para todas las personas.

Este mismo impacto tendrá relevancia, a nivel particular, en los siete países que conforman el proyecto: España, Bulgaria, Portugal, Polonia, Suecia, Italia y Países Bajos. En tal sentido, este proyecto contribuirá directamente a la consecución del Plan de Acción de Educación Digital diseñado por la Comisión Europea en sus tres prioridades:

1. Hacer un mejor uso de la tecnología digital para la enseñanza y el aprendizaje.
2. Desarrollar competencias y capacidades digitales.
3. Modernizar la educación mediante la previsión y un mejor análisis de los datos.



ANÁLISIS

por Pablo Biderbost, Guillermo Boscán y Nalia Rochin

ABUSO DE PODER, ABUSO DE AUTORIDAD Y CORRUPCIÓN POLÍTICA

INTRODUCCIÓN

El mundo es, desde tiempos genésicos, testigo de una batalla entre, por un lado, fuerzas que promueven la igualdad y la expansión de los derechos y, por el otro, fuerzas que se asientan en el peso de la historia para justificar inequidades y situaciones de sojuzgamiento. Entre las segundas, es donde se identifica la presencia de la corrupción, flagelo extendido urbi et orbi y que ha tenido lugar, en distintos periodos históricos con independencia de los patrones que han caracterizado, en cada momento, a los sistemas políticos vigentes. Una definición expansiva de corrupción, construida sobre su homóloga canónica de Transparencia Internacional, es la elaborada por Biderbost (2016). En su aportación, se entiende por la misma a todo evento en el que se utiliza una posición de poder o influencia para desviar recursos temporales, humanos, económicos y de otra índole desde la gestión pública hacia el beneficio privado. Esta definición cuenta, claramente, con tres componentes: (a) utilización de posición de poder; (b) origen público de recursos y (c) beneficio privado. Aquellas situaciones en las que haya presencia de esta tríada de elementos pueden, en principio, ser catalogadas como potencialmente afectadas por conductas corruptas.

La utilidad de esta manera de conceptualizar este mal social radica en que permite incorporar al elenco de acciones corruptas a patrones conductuales no exclusivamente económicos que afectan indirectamente también al desarrollo de las sociedades según han expuesto brillantemente Acemoglu y Robinson (2012). En este contexto, la corrupción, como recientemente ha definido Mungiu-Pippidi (2015), es la contracara social de la meritocracia bien entendida, es decir, aquella en la que el progreso individual (y organizacional) deriva de la combinación de esfuerzo y talento y no de las ventajas derivadas de redes relacionales (que catapultan a unos y limitan el avance de otros).

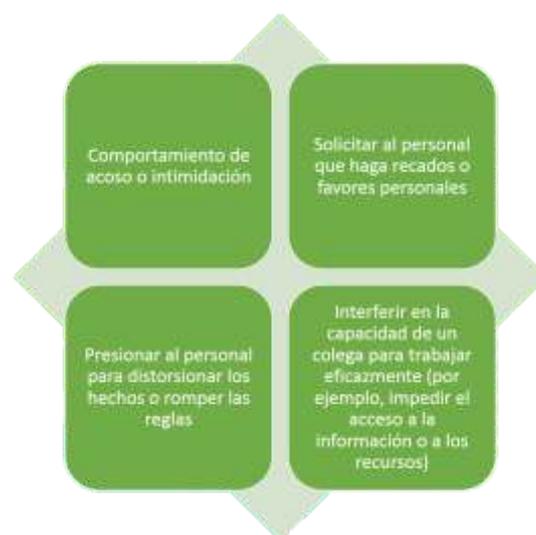
Las diferentes especies de corrupción han sido tipificadas por los códigos penales y cubren un abanico de comportamientos que incluyen, entre otros, soborno (madre de todos los corderos en la materia), extorsión, malversación, favoritismo, nepotismo, clientelismo, defraudación al estado, uso inapropiado de información reservada, tráfico de influencias y adulteración de documentación pública. El abuso de poder y el abuso de autoridad son dos modos concretos de corrupción sobre los que las siguientes líneas pretenden arrojar algo de

luz tanto desde el terreno teórico como desde la prueba empírica.

DIMENSIONES Y ALCANCES DEL ABUSO DE PODER Y DEL ABUSO DE AUTORIDAD

La Ethics Office de la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) define al abuso de poder y/o autoridad como el abuso y mal uso de poder y autoridad en el curso del desempeño laboral y puede tener lugar tanto a nivel interno (en relación con el staff organizacional) como a nivel externo (en relación con diferentes stakeholders) (1). Sus efectos dañan la moral y las propias relaciones de trabajo. Puede

Dimensiones del abuso de poder y/o autoridad
(Mirada centrada en entorno laboral de carácter diverso)



Fuente: Elaboración propia en base a UNESCO (2020).

presentar dimensiones diversas. Las mismas se encuentran resumidas en la siguiente figura. La definición proporcionada por UNESCO aplica a ámbitos organizacionales en un espectro amplio (públicos, privados, del Tercer Sector, etc.). Una definición que, por su carácter sintético y su aplicabilidad al entorno propio de los sistemas políticos, merece aquí ser explorada, es la propuesta por el prestigioso recurso de origen canadiense "Atlas of Public Management" (2020).



Dimensiones del abuso de poder y/o autoridad
(Mirada centrada en sistema político)



Fuente: Elaboración propia en base a Atlas of Public Management (2020), UIA (2020) y Miller (2017).

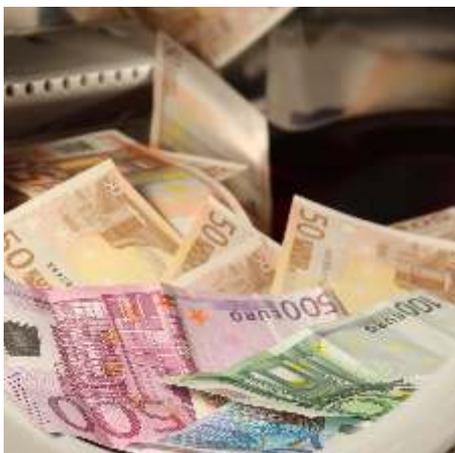
LA INNOVACIÓN PÚBLICA COMO REMEDIO INSTITUCIONAL PARA EL ABUSO DE AUTORIDAD

La corrupción solamente puede ser combatida mediante el diseño, ejecución, monitoreo, evaluación y actualización de mecanismos de control. William Wade (1987) en una famosa conferencia impartida en India sobre abuso de poder y/o autoridad denominó a estas herramientas con el mote de "remedios institucionales". Recientemente, el proceso por el cual se incorporan nuevas tendencias al sector gubernamental, se ha dado en llamar "innovación pública". Es, en su seno y con sus métodos, que se podrá diseñar nuevos "ungüentos" contra este flagelo. En las siguientes líneas, los mismos son resumidos en cuatro dimensiones: accountability horizontal, accountability vertical, accountability social y colaboración público-privada (Odonnell, 1998; Peruzotti y Smulovitz, 2002).

En el plano de la accountability horizontal, debe avanzarse en la despolitización de la justicia y en la autonomización del poder legislativo. El primero es un flagelo que se observa tanto en regímenes presidenciales como parlamentarios. El segundo tiene una inusitada frecuencia en regímenes parlamentarios por el modo en el que los administradores del poder ejecutivo son escogidos. Sumado a estas dos modificaciones, debe avanzarse en el empoderamiento de lo que, en ciertas legislaciones, son denominados bajo el paraguas conceptual de "órganos extra poder" (auditorías, sindicaturas, defensorías del pueblo, tribunales de cuentas, etc.) que, aunque no previstos en los orígenes de la teoría contractualista, han sido incorporados en procesos más recientes que han tenido por objeto "democratizar la democracia".

En el plano de la accountability vertical, no puede esperarse que los ciudadanos expongan su voz solamente cada cuatro años. Estos modos relacionales entre individuos y representantes se deben a un tipo de distribución del trabajo propio de los siglos XVIII y XIX cuando se diseñaron las democracias contemporáneas y, por ejemplo, los viajes entre capitales de provincia y la sede física del poder político se realizaban en vetustos carruajes y se extendían durante semanas. A día de hoy, la irrupción de las nuevas tecnologías permite la escucha de la opinión ciudadana en una frecuencia mayor. Experiencias como Democracy OS, Change.org o Civic Flow demuestran que lo aquí enunciado no es una entelequia y funge perfectamente como mecanismo reparador ante procesos de desafección democrática (2).

En el plano accountability social, la expresión directa por parte de ciudadanos, activistas sociales y periodistas tanto física (mediante manifestaciones en las calles) como virtualmente (mediante el debate y la crítica en redes sociales) debe ser impulsada y expandida. Hasta la irrupción de la actual pandemia de coronavirus, parecía que el decantarse por uno u otro estilo de debate social se asociaba a patrones generacionales (generaciones previas a la llamada millennial privilegiaban la lucha callejera mientras que los recién llegados optaban por el protagonismo online). Una vez instalada la actual situación epidemiológica, hubo quienes sugirieron que el reclamo democrático debía ahora mantenerse al interior de la conexión cibernética facilitada por ordenadores y teléfonos inteligentes conectados a Internet. La ola de acción colectiva activa en plazas y espacios públicos, al menos a nivel occidental, derivada del asesinato de George Floyd (3) en mayo de 2020 en Estados Unidos de América ha puesto de manifiesto que ambas maneras de protestar se retroalimentan y que resultan necesarias para un mejor control de los poderes públicos y para el favorecimiento del cambio político.



En el plano de la colaboración público-privadas, son muchas las herramientas que las corporaciones pueden utilizar para prevenir episodios de abuso de poder y/o autoridad. Biderbost, Boscán y Rochin (2019) enumeran algunos de estos instrumentos. La puesta en marcha de códigos de conducta para funciones y procesos concretos es una condición sine qua non si se quiere trabajar de manera equilibrada en este campo. Otras estrategias consisten en el desarrollo de indicadores y pautas de comunicación interna y externa de los detalles de procesos que podrían, circunstancialmente, provocar reacciones negativas entre los consumidores y ciudadanos. El amparo de la figura de los “whistle blowers” es vital. En esta línea, la instauración de “buzones” que protejan el anonimato de quienes denuncian la ocurrencia de hechos presuntamente delictivos es elemental. Estos “héroes corporativos” han sido los responsables que han permitido que la ciudadanía global conozca los abusos de poder y/o autoridad cometidos en el pasado por organizaciones como Enron o Worldcom.

CONCLUSIONES

El arraigo del abuso de poder y/o autoridad, como tipo concreto de corrupción en los sistemas políticos, es una de las razones por las cuales la ciudadanía se ve inmersa en profundos procesos de desafección. La recurrencia en el tiempo de estas faltas y/o delitos ha provocado que se rompa la confianza que los individuos depositan en las autoridades gubernamentales (directamente) y en el Estado como mecanismo articulador de las diferencias sociales (indirectamente).

Su presencia no es privativa de determinados espacios geográficos, sociológicos, políticos o económicos. La tolerancia que los ciudadanos expresan en relación con estos episodios cada vez es menor y a ello ha contribuido la multiplicación en las clases y usos de las nuevas tecnologías de la información. La no actuación frente a fenómenos de este calibre solamente puede augurar, en el mejor de los casos, deterioro en la calidad democrática y, en el peor escenario, procesos de reversión autoritaria.

Los mecanismos disponibles para reparar el perjuicio causado por el abuso del poder y/o autoridad son muchos y sus ventajas son claras. Las Ciencias Sociales deben seguir avanzando en medir, en aquellos espacios en donde los mismos han sido incorporados experimentalmente o con vocación de permanencia, sus efectos para poder transferir los resultados a la palestra de discusión pública y, de esta manera, reportarlos a los decision makers en los planos gubernamentales y privados para que definan políticas basadas en la evidencia (evidence-based policies).

La irrupción de la pandemia motivada por la Covid-19 y las respuestas que, frente a la misma, han dado los poderes públicos generan un espacio dialogal propicio para discutir la naturaleza de la política que los ciudadanos desean para lo que resta de la actual centuria. Esta es hora para que ciudadanos de a pie y dirigentes asuman responsabilidades, actúen en consecuencia y abandonen patrones psicológicos y conductuales que externalizan en otros las causas de los males sociales (la corrupción, entre otros).

1. Otras agencias de Naciones Unidas, como el United Nations Development Programme (UNDP), cuentan con recursos semejantes en los que también definen este tipo concreto de corrupción. En el caso de UNDP, ello se visualiza en su Human Resources User Guide.

2. Estas y otras plataformas de participación política online se encuentran disponibles en el Handbook de eParticipation elaborado por BB&R, HRYO y Momentum World con fondos de la Unión Europea (2016-2-ES02-KA205-008260). El mismo se encuentra disponible en el siguiente link: <https://issuu.com/eparticipation/docs/eparticipationhandbook>

3. Este episodio constituye clara y tristemente un ejemplo de abuso de poder y/o autoridad por parte de funcionarios públicos.



FUNDACIÓN OBRA PÍA DE LOS PIZARRO

Plaza de San Miguel, 1 Trujillo, 10200 Cáceres (España) T. +34 924 260 092 | secretaria@fundacionpizarro.org

UNA REFERENCIA EXTREMEÑA EN LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA HISPÁNICA



La Fundación Obra Pía de los Pizarro es una institución sin ánimo de lucro constituida en Trujillo en el siglo XVI por Hernando Pizarro. Su larga historia, su vinculación americana y las profundas raíces

extremeñas orientaron los esfuerzos a convertirla en referencia y punto de encuentro en las relaciones culturales y de promoción del desarrollo entre España y Perú, y en la acción social y la promoción cultural en Extremadura.

Su actual sede en Trujillo, el Palacio de los Barrantes-Cervantes, edificio histórico de gran valor artístico y arquitectónico, cuidadosamente recuperado y referencia monumental en su ciudad, constituye uno de los cimientos fundamentales sobre los que apoya el proyecto, fiel reflejo de la institución que alberga, una Fundación moderna, con vocación de presente y futuro, que disfruta, al tiempo, de una larga y rica historia.

Fruto de este esfuerzo, la Fundación, ve acrecentada su capacidad de desarrollar actividades con las que alcanzar un más amplio y eficaz cumplimiento de sus fines. España y América, Extremadura y Perú se convierten así en campos de acción en los que desarrollar su labor, penetrando en el ánimo de las sociedades que la acogen y que, a comienzos del siglo XXI, reconocen en la Obra Pía de los Pizarro una singular institución con ánimo para desenvolverse en un mundo en constante transformación.

PALACIO DE LOS BARRANTES-CERVANTES

CENTRO DE REUNIONES DE TRUJILLO, DONDE HISTORIA
Y MODERNIDAD, ARTE Y CULTURA SE COMBINAN





Diego Llosa Velásquez
Licenciado en Economía por la Universidad del Pacífico.

Magíster en Asuntos Internacionales de la Escuela de Asuntos Internacionales y Públicos (SIPA) de la Universidad de Columbia en la Ciudad de Nueva York y Beneficiario de la Beca del Programa Fulbright del Gobierno de los Estados Unidos y de la Beca Kuznetsov. Su experiencia profesional en MINCETUR data desde el 2008.

ENTREVISTA

a Diego Llosa Velásquez, Viceministro de Comercio Exterior y Turismo del Perú - MINCETUR

‘SE VIENEN IMPLEMENTANDO ACCIONES QUE NOS PERMITAN FORTALECER EL SECTOR EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO’

Sector Exportador

¿Qué programas está impulsando el MINCETUR en materia de Comercio Exterior?

Se vienen implementando acciones que nos permitan fortalecer el sector en el corto y mediano plazo, como el Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025 y los 24 Planes Regionales de Exportaciones. Estas acciones a su vez son complementadas con las medidas e hitos de comercio exterior del Plan Nacional de Competitividad y Productividad.

En agosto del año pasado se lanzó la plataforma Perú Marketplace, que permite a las empresas exportadoras peruanas mostrar su oferta exportable a través de tiendas virtuales y contactarse con potenciales compradores internacionales. Actualmente, tenemos más de 1200 empresas activas de todas las regiones del país, con más de 4 mil productos. Además, tenemos el Programa de e-Commerce de Promperú que, a través de sus oficinas regionales, capacita a empresas en temas relacionados al comercio electrónico y apoya el ingreso y promoción de productos peruanos a plataformas de comercio electrónico en mercados priorizados como Estados Unidos, China y Corea.

Las políticas de comercio exterior han trascendido cinco administraciones gubernamentales, ¿Considera imprescindible esta continuidad para el crecimiento y consolidación del sector exportador peruano?

El sector comercio exterior se caracteriza por una política impulsada en base a la planificación estratégica concertada entre el sector público y privado que ha permitido la implementación del PENX 2025 con sus tres objetivos estratégicos de promover la internacionalización de las empresas y diversificar mercados, incrementar de manera sostenible las exportaciones en base a una oferta exportable sostenible, diversificada y con valor agregado, y mejorar la competitividad del sector exportador. Actualmente se cuenta con un avance de más de 75% en el proceso de implementación de sus programas, lo cual demuestra que el cumplimiento de los compromisos asumidos por los diferentes actores vinculados al sector comercio exterior ha permitido desarrollar las estrategias en el corto, mediano y largo plazo permitiendo el crecimiento y consolidación del sector exportador.

La economía peruana depende de las exportaciones mineras. ¿Qué debería hacer el gobierno para diferenciarse del resto impulsando las industrias y

exportaciones con valor agregado?

Como parte de nuestro compromiso de impulsar la oferta exportable competitiva, diversificada y diferenciada, estamos brindando instrumentos que den soporte e impulso al sector empresarial y fortalezca las capacidades de las instituciones a fin dar sostenibilidad a una canasta exportadora no minero-energética a largo plazo. Dentro de las acciones del sector para tener una canasta exportadora diversa y con valor agregado, venimos trabajando a nivel de cadenas de valor para fortalecer las capacidades de internacionalización de las empresas, con énfasis en las MIPYME.

¿Cuáles son los resultados del TLC firmado con la Unión Europea? ¿Qué sectores han sido los más beneficiados?

El Acuerdo Comercial entre el Perú y la Unión Europea, que ha cumplido 8 años de entrada en vigor, continúa generando oportunidades para el desarrollo del comercio, bajo un marco legal previsible y reglas de juego claras. Es así como, en la actualidad, la Unión Europea es nuestro tercer socio comercial, detrás de China y Estados Unidos, y representa el 11.6% de nuestro comercio con el mundo. Además, es nuestro segundo principal mercado de destino de exportaciones no tradicionales, ocupando el mismo puesto para las exportaciones de los sectores agropecuario, pesquero y textil.

Cabe destacar que, durante este periodo, se registraron 1,065 nuevos productos exportados a la Unión Europea. De este total, el 97.8% pertenece al sector no tradicional, destacando los rubros de metal mecánico (con una participación de 35.7%), químico (18.9%) y agropecuario (10%). Asimismo, se registraron 4,135 nuevas empresas exportadoras a la UE (US\$ 7,895 millones), el 88.7% de las cuales fueron micro y pequeñas exportadoras.

“los programas del sector comercio exterior consideran la innovación como un factor preponderante a ser impulsado y promocionado”

¿Cómo están evolucionando los intercambios comerciales con España?

España representa un socio comercial clave para el contexto actual de recuperación económica posterior a la pandemia del COVID-19. Es importante destacar, que es el segundo socio comercial entre los países de la Unión Europea y el segundo destino de exportaciones peruanas al bloque europeo.

Asimismo, España es la segunda fuente de inversión extranjera directa en el Perú. Según cifras de Proinversión, representa, a diciembre de 2020, el 17% del stock de IED en el Perú. Sus inversiones se encuentran en los rubros de comunicaciones, finanzas, energía y servicios, entre otros. El desempeño positivo en los flujos comerciales y de inversión entre el Perú y España es un reflejo del gran potencial de aprovechamiento de las oportunidades creadas mediante el Acuerdo Comercial con la UE.

Internacionalización empresarial

¿Cuál es la estrategia del MINCETUR para que las empresas accedan al mercado internacional?

Como en el sector de comercio exterior se han diseñado e implementado servicios especializados para brindar alternativas a las empresas para su progresiva internacionalización, basado en herramientas de promoción especializadas; fortalecimiento del sistema de inteligencia de mercados internacionales; orientación,

capacitación y asistencia técnica especializada e innovación; y relacionamiento internacional.

En las regiones del Perú, ¿cómo se están generando las sinergias necesarias con las empresas exportadoras regionales para su internacionalización?

Dentro del país se vienen coordinando constantemente acciones en conjunto con los Gobiernos Regionales, Comités Regionales de Exportación – CERX, Gremios, Cámaras de comercio, ONGs, academia, entre otras instituciones, con la finalidad de tener una articulación y lograr una inserción competitiva de las empresas en los mercados internacionales, en el marco de la implementación de los Planes Regionales de Exportación.

Como MINCETUR, tenemos un programa de fortalecimiento de capacidades dirigido a las regiones, que se complementa con los servicios que desde PROMPERU y sus oficinas regionales brindan. Asimismo, contamos actualmente con iniciativas como la Ruta Productiva Exportadora, con pilotos que se desarrollan en Piura, Junín y San Martín, y que a mediano plazo esperamos extender a nivel nacional; además de otros cinco pilotos en cadenas de valor exportadoras, para productos como la palta, el cacao y derivados.

Expectativas exportadoras

En relación con las exportaciones ¿Cuáles son los sectores exportadores en los que Perú debería especializarse?

Como parte de los sectores exportadores a especializarse, venimos impulsando aquellos priorizados o de interés para el sector comercio exterior como industria alimentaria, textil – vestimenta y decoración (prendas de tejido algodón y alpaca, joyería y calzado, decoración y textiles del hogar), manufactura diversa (proveedores de la minería y autopartes, industria alimentaria, cosmética y salud, y para la construcción) y productos pesqueros, exportación de servicios basados en el conocimiento (animación, marketing digital y editorial; software, ingeniería y fintech; servicios a la minería, BPO Contact Center; y franquicias). Cabe precisar que, también, se impulsa la inversión empresarial en proyectos que incrementen preferentemente la oferta exportable en los sectores antes señalados.

¿Considera necesario profundizar en el binomio internacionalización e innovación para mantener el crecimiento de las exportaciones peruanas?

La internacionalización de la empresa debe considerar el desarrollo de innovaciones como parte de su propuesta de valor y sostenibilidad en su ventaja competitiva, permitiendo no solo el incremento de las exportaciones sino la diferenciación en la gestión empresarial con proyección internacional. Por ello, los programas del sector comercio exterior consideran la innovación como un factor preponderante a ser impulsado y promocionado, basándonos en nuestro compromiso asumido en el PENX 2025, fomentando la innovación para la competitividad internacional, articulando con el sistema nacional de innovación y brindando el reconocimiento a la investigación e innovación en comercio exterior.

¿Qué opinión tiene sobre el trabajo que realiza la Cámara de Comercio del Perú en España para la promoción de las exportaciones e inversiones con España?

Saludamos, reconocemos y felicitamos el trabajo que viene realizando la Cámara de Comercio del Perú en España por promover y diversificar, aún más, la presencia de los productos peruanos dentro de la UE y, en particular, en España. Consideramos que es importante continuar con los esfuerzos público-privados para fortalecer las relaciones comerciales entre ambos países.

ARTÍCULO

por José Luis Castillo Mezarina, Director General de Negociaciones Comerciales Internacionales
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú

LA RED DE ACUERDOS COMERCIALES DEL PERÚ: UNA POLÍTICA DE LARGO PLAZO

Al iniciarse el siglo XXI el Perú exportaba solamente US\$ 6,880 millones, muy por debajo de los US\$ 46,443 millones que exportó en 2019. El país había experimentado una década de apertura comercial en los años noventa, donde se eliminó casi la totalidad de restricciones al comercio exterior y la inversión. Sin embargo, no contaba con acceso preferencial garantizado a sus principales mercados de destino de exportaciones, sino solamente preferencias arancelarias unilaterales y parciales otorgadas por Estados Unidos (a través de leyes de preferencias arancelarias conocidas como ATPA y el ATPDEA) y por la Unión Europea (a través del SGP y posteriormente el SGP Plus).

En ese contexto, se creó en 2002 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], con la misión de asegurar mejores condiciones de acceso para los productos peruanos en los mercados internacionales y, al mismo tiempo, mejorar la competitividad de la oferta exportable peruana. Esta nueva entidad impulsó activamente la negociación de Tratados de Libre Comercio [TLC], inscribiendo la política en el Plan Nacional Estratégico Exportador [PENX], cuya primera versión fue aprobada para el periodo 2003-2013 y luego actualizada al 2025.

Los TLC son un instrumento que forma parte de una política comercial de largo plazo, que tiene como objetivo concretar y consolidar el acceso efectivo de los productos peruanos en mercados internacionales, de modo que se desarrolle una oferta exportable competitiva y diversificada, especialmente de productos con valor agregado, que generan empleo de calidad. Para una economía como la del Perú, relativamente pequeña en el contexto mundial, es claro que el mercado local no basta para lograr la escala eficiente de producción y, por ello, es necesario ampliar mercados en el exterior para ofrecer oportunidades de negocio que permitan generar progreso y empleos en el país. Asimismo, los TLC permiten que las empresas puedan adquirir insumos y bienes de capital a menores precios, permitiéndoles competir en el mercado internacional, y los consumidores puedan acceder a una mayor variedad de bienes y servicios a precios competitivos.

El primer gran hito de la red de acuerdos comerciales del Perú se produjo en el año 2004, cuando se inició las negociaciones del primer Tratado de Libre Comercio: El Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos [APC], suscrito en 2006 y vigente desde 2009. Este

tratado cubre temas tan diversos como desgravación arancelaria, procedimientos aduaneros, inversión, servicios financieros, comercio electrónico y propiedad intelectual. Sin bien las negociaciones no fueron tarea fácil, pues en el proceso se debió enfrentar fuerzas internas que buscaban la protección del mercado local frente a la competencia del exterior, esa negociación sentó las bases de las futuras negociaciones que permitieron crear la red de acuerdos comerciales con la que hoy cuenta el Perú.

Luego del Acuerdo de Promoción Comercial con los Estados Unidos, la negociación de acuerdos comerciales ha sido muy activa en el Perú, lográndose la suscripción y puesta en vigor de tratados con Chile, Singapur, Canadá, la Unión Europea, Corea, Japón, la Asociación Europea de Libre Comercio [EFTA], la Alianza del Pacífico, Centroamérica, entre otros. Cabe señalar que, en este proceso, ha sido clave la pertenencia del Perú al Foro de Cooperación Económica del Asia Pacífico [APEC], pues permitió entablar los contactos de alto nivel necesarios para iniciar negociaciones con los países de la Cuenca del Pacífico.

El Perú cuenta en la actualidad con 21 acuerdos comerciales vigentes, sin incluir la Organización Mundial del Comercio (OMC), que permiten acceder a 54 países o mercados con preferencias arancelarias. Estos mercados representan 79% del PBI mundial y 41% de la población mundial. Por lo que evidencia la política activa y consistente de negociaciones comerciales internacionales, es que en el año 2006 solamente el 8% de las exportaciones peruanas estaba cubierto por acuerdos comerciales, mientras que en 2020 el 90% de las exportaciones se encuentran cubiertas por la Red de Acuerdos Comerciales Vigentes.

Los últimos dos acuerdos comerciales entraron en vigor en febrero de 2020 (Australia) y diciembre de 2020 (Reino Unido). Como se observa, la Red de Acuerdos Comerciales del Perú es bastante dinámica. El país cuenta con cuatro acuerdos comerciales suscritos que aún no han entrado en vigor, siendo el más importante el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico [CPTPP, por sus siglas en inglés], conformado por 11 economías de la Cuenca del Asia-Pacífico. Este último tratado, que al momento de redactar este artículo se encuentra en el Congreso de la República para su aprobación y posterior ratificación, permitirá que el Perú tenga acceso a cuatro nuevos

Red de Acuerdos Comerciales del Perú

VIGENTES



FIRMADOS



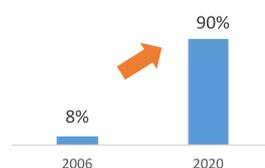
EN NEGOCIACIÓN



LOS MERCADOS REPRESENTAN:



Cobertura de los acuerdos comerciales vigentes en las exportaciones totales



mercados con los cuales no tiene acuerdos vigentes (Brunei, Malasia, Nueva Zelanda y Vietnam), así como mejorar las condiciones de acceso con países con los que ya se tiene acuerdos comerciales bilaterales, como Canadá y Japón. En adición, mediante el mecanismo de acumulación de origen, el CPTPP permitirá al Perú insertarse en las cadenas de valor del Asia-Pacífico, pues el tratado permite importar insumos de cualquier país miembro del CPTPP para elaborar productos intermedios o finales y exportarlos a cualquier otro país miembro del acuerdo.

En cuanto a las negociaciones en curso, si bien la pandemia ha ralentizado el ritmo de las negociaciones comerciales, el Perú sigue avanzando en el objetivo de ampliar su red de acuerdos comerciales. Se está optimizando el acuerdo comercial con China, para incluir temas considerados previamente, como el comercio electrónico y propiedad intelectual, así como ampliar compromisos en sectores vinculados con el comercio de servicios. Asimismo, se está negociando acuerdos comerciales con India, Nicaragua y los candidatos a Estados Asociados de la Alianza del Pacífico (Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur, a los que próximamente se sumarán Corea del Sur y Ecuador).

Han transcurrido casi dos décadas desde que la negociación de acuerdos comerciales se convirtió en una política de Estado en el Perú, inscrita posteriormente en el Acuerdo Nacional, de modo que los distintos gobiernos que se sucedieron en las últimas dos décadas han mantenido acertadamente esta política a lo largo de los años, con resultados positivos concretos en las cifras del comercio exterior, diversificación de exportaciones y generación de empleo. Como resultado de esta política de apertura comercial y negociación de acuerdos comerciales, las exportaciones peruanas han crecido casi siete veces entre 2000 y 2019. Si bien el año 2020 ha sido atípico, se espera que las exportaciones superen los valores pre-pandemia en 2021.

Al comparar el valor acumulado de las importaciones y exportaciones del Perú en los 10 años previos a la entrada en vigencia del APC Perú-Estados Unidos (2009) con dicho valor acumulado en los 10 años posteriores --periodo en el que entró en vigencia casi la totalidad de acuerdos comerciales del Perú--

podemos constatar que, en el caso de las exportaciones de bienes, el valor acumulado creció 167,8% (2,7 veces), y en el caso de las exportaciones de servicios el valor acumulado creció 158,9% (2,6 veces).

Asimismo, de acuerdo con un estudio econométrico desarrollado en MINCETUR en 2019, el comercio bilateral entre Perú y los socios con los que tiene acuerdos comerciales ha resultado, en promedio, 31,5% mayor al que se habría observado en un escenario sin la red de acuerdos comerciales en vigencia.

Si bien aún se observa en las exportaciones peruanas una alta concentración en materias primas, sobre todo del sector minero, es evidente que se ha producido una diversificación en términos de número de productos y mercados al interior de las exportaciones no tradicionales de bienes, especialmente en rubros como el agropecuario y pesquero. Es precisamente este tipo de exportaciones --denominadas no tradicionales por contraposición a las exportaciones tradicionales de materias primas-- las que se han beneficiado más a partir de los acuerdos comerciales.

Son claros ejemplos de éxito, las exportaciones de uva, palta, espárragos, papa y arándanos. En el caso de los arándanos, el Perú ha pasado de exportar cero en 2008 a exportar US\$ 1 031 millones en 2020, con un incremento de 25% respecto de 2019, lo que posiciona al país como primer exportador mundial de arándanos. Los beneficios son palpables en el empleo, sobre todo en las regiones productoras, como La Libertad, Lambayeque y Lima, que produjeron el 93% del total exportado de este producto en 2020.

En resumen, la política comercial de negociación de acuerdos comerciales del Perú ha sido exitosa, pues se ha mantenido vigente durante distintos periodos de gobierno y ha permitido incrementar las exportaciones, diversificar mercados y productos, así como generar más empleo. El reto presente y futuro es, a la par de continuar expandiendo la red de acuerdos comerciales, trabajar intensamente en políticas de facilitación de comercio, creación de infraestructura y fortalecimiento de capacidades para el mejor aprovechamiento de los acuerdos vigentes.



Óscar Caipo
Presidente del Consejo Directivo de CONFIEP

La Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas [CONFIEP] es una institución que representa a 22 gremios de la pequeña, mediana y la gran empresa de 10 sectores económicos: Comercio internacional; comercio nacional; construcción; intermediación financiera y mercado de valores; industrias manufactureras, minería, petróleo y energía; pesca y acuicultura.

ENTREVISTA

a Óscar Caipo, Presidente del Consejo Directivo de CONFIEP

‘SOMOS CONSCIENTES QUE NO EXISTEN EMPRESAS EXITOSAS EN PAÍSES CON SOCIEDADES QUE NO SON PRÓSPERAS’

¿Cómo afectó la pandemia del COVID-19 a la actividad económica en el Perú?
¿Qué medidas se tomaron para continuar con los labores?

En Perú, con el objetivo de mitigar la propagación del COVID-19, el gobierno decretó una de las cuarentenas más rígidas a nivel mundial, imponiendo inmovilidad obligatoria a nivel nacional por más de 100 días. A pesar de estas medidas, la pandemia nos ha mostrado las grandes brechas y fragilidades que tenemos como país: Un sistema de salud precario; una PEA en su mayoría informal, sin seguridad social y sin acceso al sistema bancario; y una buena parte de la población que no cumplió los mínimos protocolos para cuidarnos. Como consecuencia, somos el país con más muertes por millón a nivel mundial, lo que es una tragedia nacional.

En adición a la pérdida de vidas, sufrimos la mayor caída de nuestra economía desde la Guerra del Pacífico, el PBI decreció 11% y se perdieron más de 2 millones de empleos, afectando a personas y empresas, sobre todo a los más vulnerables: las MIPYMES y los trabajadores independientes.

Para poder continuar con las actividades, el gobierno definió sectores esenciales como alimentos, financiero y comunicaciones, luego fue reiniciando actividades en otros sectores progresivamente. Mientras las restricciones estaban vigentes, las empresas implementaron la modalidad de trabajo remoto en los puestos de trabajo que así lo permitían para continuar con sus operaciones bajo el contexto de distanciamiento obligatorio. La adopción de tecnología como la nube y movilidad fue un habilitador clave para que las empresas puedan afrontar las restricciones de la pandemia y minimizar el impacto en sus operaciones. Para las micro y pequeñas empresas, la transición hacia el trabajo remoto fue muy desafiante pues muchas no contaban con la infraestructura digital o capital humano preparado para sostener operaciones bajo esa modalidad.

“...Visibilizar las iniciativas de innovación del sector empresarial que se están realizando con el objetivo de mejorar las condiciones del medio ambiente, la seguridad en el trabajo, la salud en el país, entre otros aspectos”

Asimismo, el gobierno implementó una serie de medidas para sostener la cadena de pagos de las empresas y ayudar a que mantengan sus operaciones, tales como: Programas de financiamiento para capital de trabajo con garantía estatal (REACTIVA Perú, FAE MYPE), aplazamiento de deudas tributarias, y subsidio parcial a las planillas, entre otras. Todas estas medidas fueron muy acertadas y han permitido paliar los impactos de la crisis económica.

¿Cuál es el panorama económico actual desde la perspectiva empresarial?

La economía se encuentra en un proceso de recuperación gradual. A medida que las restricciones sociales se levantan y salimos del Estado de Emergencia, la demanda interna y el empleo se están normalizando. Esta recuperación va a depender que una tercera ola sea contenida a través de seguir cuidando la salud y acelerar el proceso de vacunación. En los primeros tres meses del año hemos crecido más de 3.8% comparado con el inicio de 2020 con casi tres meses pre-pandemia, liderados por sectores de exportación como son la minería y agroexportación. Debemos aprovechar la aceleración económica mundial de los países que avanzaron con el proceso de vacunación y demandan nuestros productos.

Sin embargo, el proceso electoral tan polarizado y de resultado ajustado ha generado mucha incertidumbre tanto internamente como en los inversionistas internacionales. Esperamos que la estabilidad y confianza regresen para poder seguir reactivando la economía, retorne la inversión y con ello, la generación de más puestos de trabajo formal en el Perú.

¿En qué sectores económicos cree Ud. que el Perú debería especializarse?

El Perú es rico en recursos naturales y bio diversidad. Siendo un país de 33 millones de habitantes y con nivel de ingresos aún bajos, nuestro gran potencial son los acuerdos comerciales que nos dan acceso a países que suman 3,200 millones de población, como mercado, para los productos peruanos. Liderados por la minería y la agroexportación, tenemos un gran potencial para crecer en pesca, acuícola y forestal. En el mercado interno, el sector turismo tiene aún gran potencial de crecimiento y esperamos se recupere pronto con la salida de la pandemia. Un sector que va a dinamizar la economía en los próximos años es el sector de infraestructura, donde tenemos una agenda pendiente para cerrar brechas sociales en el sistema de salud, educación y conectividad terrestre.

¿Qué rol deben asumir el Estado y el sector privado para el fomento de la innovación y el emprendimiento en la economía peruana?

El Perú invierte solamente el 0.12% de su PBI en I+D, la cifra más baja entre sus pares de la Alianza del Pacífico. Países pioneros como Israel o Corea del Sur invierten alrededor del 4% de su PBI. Eso implica una menor productividad de nuestro tejido empresarial y una desventaja competitiva en los mercados internacionales.

El estado debe ser un promotor del desarrollo de I+D+i, a través de un marco normativo favorable para la inversión en tecnología e innovación, fortaleciendo las habilidades digitales y la formación de investigadores que atiendan los desafíos sociales y productivos del país.

El sector privado viene apostando por el cambio tecnológico y la innovación con el propósito de impulsar la productividad e impactar de manera favorable en el desarrollo del país, generando beneficios que trasciendan al crecimiento de sus organizaciones.

En la CONFIEP hemos implementado el Comité de Ciencia, Tecnología e Innovación que tiene 3 líneas de acción y diversas

alianzas con el Estado y la academia para generar un entorno favorable para la CTI: i) Articular la oferta y demanda de innovación, ii) Visibilizar las iniciativas empresariales en CTI, y iii) Incidir en política pública en CTI.

Una de estas iniciativas es la Campaña Innovando de CONFIEP, que es un esfuerzo por visibilizar las iniciativas de innovación del sector empresarial que se están realizando con el objetivo de mejorar las condiciones del medio ambiente, la seguridad en el trabajo, la salud en el país, entre otros aspectos.

¿Qué opinión tiene sobre el trabajo que realiza la Cámara de Comercio del Perú en España?

Desde 1995, la Cámara de Comercio del Perú en España viene realizando una gran labor para el fomento y promoción de las relaciones entre España y el Perú, fortaleciendo esta relación histórica. Además, conocemos del impulso que viene dando al emprendimiento y el fomento de la innovación, especialmente en la internacionalización empresarial.

Como gremio ¿Qué acciones emprendieron durante la pandemia?

Así como la pandemia desnudó la fragilidad de nuestro sistema de salud y capacidad de respuesta, también sirvió para mostrar que el sector empresarial se puso de pie y tuvo una respuesta inmediata de solidaridad sin precedentes, a través de donaciones de dinero, respiradores mecánicos, máquinas de oxígeno y especies, o poniendo sus capacidades al servicio del país. Sobre ello, un trabajo de recolección de datos de la consultora Arellano Marketing muestra que la respuesta empresarial a la pandemia en el Perú fue 4.2 veces mayor que la que se dio en Estados Unidos, en proporción al PBI.

La CONFIEP creó un Fondo de Emergencia que convocó a más de 160 empresas y gremios empresariales que aportaron 15 millones de soles. Este monto es en adición a lo que cada uno de los 22 gremios que conforman la CONFIEP aportaron como respuesta solidaria para enfrentar la pandemia, especialmente a la población más vulnerable.

“Desde la CONFIEP hemos desarrollado iniciativas transversales a nuestros gremios para generar impacto, más allá del crecimiento económico y la generación de empleo decente”

El Fondo de Emergencia permitió entregar al Estado: 2,320 cilindros de oxígeno, 150 concentradores de oxígeno, 135 ventiladores mecánicos, 40 monitores vitales que fueron distribuidos en distintos hospitales públicos del país. También, se financió con más de medio millón de dólares al proyecto de la Marina de Guerra del Perú para la fabricación de 100 respiradores mecánicos “Samay”.

Debido a que la pandemia dejó a millones de familias en situación vulnerable sin fuente de ingresos, a través del Comité de Crisis para la Alimentación se canalizó las donaciones de alimentos, agua y artículos de primera necesidad hacia iniciativas como “Banco de Alimentos”, “Hombro con Hombro”, y “Hogar de las Bienaventuranzas”, entre otros. A través del Fondo de Abastecimiento de agua potable se distribuyó 416 mil litros de agua potable en zonas vulnerables por un periodo crítico de 16 días. Para apoyar en el proceso de reactivación económica, se presentó la “Agenda de Reactivación Económica” a la Presidencia del Consejo de Ministros, con más de 50 recomendación para 13 sectores económicos con el propósito de recobrar los millones de empleos



perdidos, estimular la inversión pública y privada.

¿Qué significa para la CONFIEP la celebración del Bicentenario del Perú?

La celebración del Bicentenario se da en circunstancias muy complejas para el Perú. Luego de casi cinco años de inestabilidad política, la pandemia que está dejando a su paso más de 200 mil muertes y millones de personas en situación de pobreza, retrocediendo 10 años en índices de pobreza y desarrollo humano, y con un proceso electoral polarizado y de resultado muy ajustado, que pone como discusión central el modelo de desarrollo que nos permitirá retomar el crecimiento y desarrollo social.

La envergadura de estos retos demanda de la CONFIEP, conformada por 22 gremios que representan a 10 sectores económicos, un rol más amplio, que parta de generar confianza para aumentar el impacto positivo en el país y nuestra gente. Por ello, nos hemos planteado el siguiente propósito: Poniendo al Perú primero y a las personas al centro, articulamos con el Estado y la sociedad para generar desarrollo y bienestar.

Así contribuiremos con el país y la sociedad, promoviendo crecimiento económico inclusivo. También con los trabajadores, creando más puestos de trabajo formal y digno, y fortaleciendo nuestras relaciones con nuestros gremios y sus empresas asociadas, articulando con el Estado y la sociedad para contribuir con el desarrollo del país.

Junto con este propósito, CONFIEP reitera su compromiso con una conducta empresarial responsable que actúa con principios y valores, desarrollados con los más altos estándares de ética, transparencia e integridad, cuidando el medio ambiente y promoviendo desarrollo sostenible.

El Perú, al igual que muchos otros países, tiene el desafío de superar la pandemia y resolver los problemas estructurales que la crisis sanitaria ha evidenciado. Para la CONFIEP ¿Cuáles son los principales retos país que deben ser atendidos y cuál será su rol a partir de esta una nueva post Bicentenario?

Antes de la llegada de la pandemia de la COVID-19, la corrupción era considerada por la población como el principal problema del

país. Debo reiterar que, la pandemia desnudó la fragilidad que tenemos como país en nuestro sistema de salud, la educación de calidad, la informalidad, entre otras falencias. La corrupción es la principal causa por la que luego de 30 años de crecimiento económico, las prioridades de los sucesivos gobiernos nacionales y regionales no hayan dirigido los recursos de este crecimiento para atender las necesidades básicas de la población, sobre todo los más vulnerables. Los últimos cinco años, también, nos han mostrado la inestabilidad política y de nuestras instituciones.

Los principales retos país a ser atendidos son, en el corto plazo, acelerar el proceso de vacunación para salvar vidas y comenzar una franca reactivación económica. Con un nuevo gobierno y congreso asumiendo funciones el 28 de Julio, debemos generar confianza y estabilidad para que la inversión se reactive y podamos retomar el crecimiento sostenido y que esta vez sea inclusivo para cerrar las brechas sociales en salud, educación, anemia infantil, informalidad, ente los problemas más urgentes.

Desde la CONFIEP, con un rol expandido y un propósito que busca articular con el Estado y la Sociedad para generar desarrollo y bienestar, hemos desarrollado iniciativas transversales a nuestros gremios para generar impacto, más allá del crecimiento económico y la generación de empleo decente, en las áreas más urgentes, tales como: Ayudar a las PYMEs a crecer y desarrollarse; fomentar el diálogo social para buscar soluciones para que más empresas y trabajadores se incorporen a la formalidad y puedan contar con protección social; promover programas que ayuden a mejorar la educación, a través de nuestra alianza con Empresarios por la Educación. Finalmente, promover la integridad y lucha contra la corrupción implementando los más altos estándares, mecanismos de evaluación y monitoreo independientes para la CONFIEP y nuestros 22 gremios asociados.

Somos conscientes que no existen empresas exitosas en países con sociedades que no son prósperas. Tampoco existen países con sociedades prósperas sin un sector empresarial exitoso. Nuestro compromiso es con el Perú y seguiremos trabajando para reactivar nuestra economía y lograr una mejor sociedad para el bienestar de todos los peruanos.

ARTÍCULO

por Juan Carlos Mathews S., VP Business Development HEP-Perú

PERÚ, 200 AÑOS DESPUÉS TODOS COMETEMOS ERRORES, LO IMPORTANTE ES APRENDER DE ELLOS

Al momento de escribir estas líneas el Perú vive un momento crucial de cara al futuro: La elección de un nuevo presidente para los siguientes 5 años

Partiendo de nuestra propia historia

Durante la década de los años setenta y ochenta, el Perú apostó por un Estado Empresario, fuertemente intervencionista y controlador. El resultado fue, en términos simples: Un gasto enorme y burocracia poco eficiente, frente a muy bajos ingresos, sin una participación importante de la empresa privada, menos impuestos y empleo que derivara igualmente en impuestos en favor del fisco. Ante este déficit, se apeló a la famosa "maquinita" generando uno de los peores castigos para toda la sociedad: La inflación.

El poder adquisitivo de la gente perdía peso de manera acelerada, las pocas empresas no estaban dispuestas a invertir en un mercado, con baja capacidad de consumo, sumado a la incertidumbre de los precios, y el estado recibía menores ingresos para desarrollar las tareas prioritarias del país.

Entre 1980 y 1989, la inflación promedio anual fue de 1,187%. En simple, mi sueldo se mantenía o subía muy poco mientras que los productos y servicios que necesitaba para mi familia subían más de diez veces. En 1990 batimos todos los récords con una inflación de 7,649%. Se acuñó entonces el término Hiperinflación. Es decir, lo que podía comprar en la mañana ya no lo podía comprar al mediodía.

Lección "Aprendida": La inflación castiga a todos, pero particularmente a los más pobres.

1993: Un punto de inflexión

La, hoy, cuestionada Constitución de 1993 implicó varias cosas importantes. Entre ellas, la adopción del Modelo de Economía Social de Mercado. En términos simples: El Estado reconoce que el motor de la economía es el sector empresarial privado.

Por tanto, se enfoca principalmente en tres tareas: la promoción de la actividad empresarial (PROMPERÚ, PROINVERSIÓN, etc.), facilitación de la actividad empresarial (digitalización del estado, simplificación administrativa, ventanilla única de comercio exterior, etc.) y regulación de la actividad empresarial para evitar posiciones de abuso de poder, subvaluación,

contrabando, concertación de precios, dumping, etc., con instituciones como: SUNAT, INDECOPI, SUNAFIL, OSITRAN, etc.

Sin embargo, la constitución, hasta ahora vigente, señala explícitamente que la Educación y Salud son un derecho de la población. Por consiguiente, se hace necesaria la intervención del Estado con oferta de educación y salud pública complementando en estos sectores a la actividad empresarial privada. Asimismo, el Estado invierte en infraestructura con recursos públicos: carreteras, puentes, irrigaciones, etc. para viabilizar el comercio y la inversión.

Otro elemento importante ha sido la autonomía del Banco Central de Reserva del Perú, ente que es, y debe seguir siendo, autónomo para preservar la estabilidad monetaria del país. Su gestión ha sido destacada y explica cómo el Perú ha logrado registrar uno de los niveles más bajos de inflación en comparación con los demás países de la región latinoamericana. En concreto se reconoce que la riqueza no la genera el Estado sino la empresa privada.

Evolución económica hasta el 2019

Desde entonces, la economía peruana registró un crecimiento sostenido que llegó a catalogarla como "el milagro económico de América Latina", con tasas promedio superiores al 6% anual. Sin embargo, hasta antes del inicio de la pandemia, veníamos en un proceso de desaceleración, cerrando el 2019 con un crecimiento de escasamente 2.2%. La inversión pública y privada en diversos sectores crecía sólidamente desde que el 2007, recibíamos el grado de inversión por parte de las tres grandes calificadoras: Fitch, Standard & Poors y Moody's.

Igualmente, el comercio exterior en crecimiento diversificado al amparo de 20 TLCs que explican el 95% de las exportaciones y el 90% de las importaciones peruanas. Por su parte, un consumo interno robusto respaldado por un continuo crecimiento de la clase media. El país mantuvo uno de los niveles más bajos de inflación en la región de América Latina, movimientos moderados del dólar, déficit fiscal de 1.7% y un nivel de deuda pública/PBI inferior al 27%. En síntesis,



indicadores macroeconómicos saludables.

Lo más importante, es reconocer que no solo se trató de crecimiento económico sino de desarrollo económico. Según la CEPAL, Perú y Colombia fueron los países que más redujeron los niveles de pobreza durante los últimos 15 años. En el caso peruano se redujo de 50.2% a 20.5%, lo que evidencia que se generaron muchas más oportunidades de empleo en la economía.

Por supuesto, persisten enormes desafíos relacionados con las llamadas Reformas de Segunda Generación: Educación, Salud, Infraestructura, Ciencia + Tecnología e Institucionalidad. La aún mayor reducción de la pobreza, la eliminación de la pobreza extrema y la disminución de la informalidad representan algunas de las tareas urgentes e importantes.

Impacto del COVID-19

La pandemia afectó agresivamente la situación de la economía del país. Se golpearon los cuatro grandes motores de la economía: 1. Inversión Pública. 2. Inversión Privada (representando la privada el 80% del total de inversión en el país) cayó cerca de 27%. 3. Las exportaciones se redujeron 13% a pesar de la mejora del precio de los minerales (concentran 60% del valor total exportado) y del sólido crecimiento del sector agroexportador (7% en plena pandemia) y, el último, 4. El Consumo Interno (65% del PBI) se redujo también en 8%. El déficit fiscal se multiplicó por cinco y, por primera vez, en las últimas décadas Perú se sobre endeudó: Deuda/PBI 38%. Se registró así una recesión de 11.2%, comparable solo con la que tuvimos en 1880 durante la Guerra con Chile. En América Latina fuimos la segunda economía de mayor recesión, solo superada por Venezuela (25%). Derivamos en una triple crisis: Sanitaria, Económica y Política. Como consecuencia, se desnudaron nuestras debilidades y se aprendieron, esperemos, lecciones importantes.

Perspectivas de cara al Bicentenario

El Fondo Monetario Internacional [FMI], entre otras fuentes externas y locales, estima que el 2021 el Perú podría crecer cerca de 10%, lo que lo convertiría en el país con mayor tasa de recuperación de América Latina.

La inversión pública comenzó a recuperarse, el sector exportador encara un mercado más dinámico y con mejores expectativas de demanda y el empleo comenzó a recuperarse progresivamente. Sin embargo, la inversión privada y consolidación del crecimiento del empleo están supeditados ahora al desenlace en el escenario político. La inversión, de cualquier tamaño, busca fundamentalmente dos cosas: Estabilidad económica y seguridad jurídica. Quien resulte ganador de esta contienda política deberá dar señales muy claras al respecto para enrumbarnos hacia un crecimiento sostenido.

Dos factores interesantes que pueden contribuir significativamente al desarrollo del Perú post COVID-19:

El Cobre: El Perú es un país minero por excelencia y el cobre es su producto principal de exportación. Entre el Perú y Chile concentramos aproximadamente el 70% de la producción mundial de cobre. Vienen años muy interesantes para este mineral considerando que muchas industrias (automotriz eléctrica, entre otras) demandarán cobre fuertemente durante los siguientes años.

Alimentos: en un escenario de crisis alimentaria, el Perú cuenta con condiciones excepcionales que explican nuestro sólido crecimiento en la exportación de frutas, hortalizas, superfoods, etc. que ya nos posicionan como uno de los principales proveedores del mundo, en varios de estos productos, como: Arándanos, espárragos, banano orgánico y café orgánico.

Por otro lado, un nuevo gobierno tiene la oportunidad de asumir las Reformas de Segunda Generación, comprender que una sociedad polarizada, como está hoy día, no puede avanzar y convertirse en un verdadero gobierno de unidad nacional.

Grandes desafíos, enormes oportunidades. Confiamos en que el Perú celebre su Bicentenario con un futuro promisorio.

¡Más Sabor Nacional!



**América
Kola**

*¡Tu marca
de siempre!*



**BICENTENARIO
PERÚ 2021**

**¡Felices Fiestas Patrias Perú!
¡Y Feliz Bicentenario!**

www.americaimportsl.com - mericafoods@mericafoods.com



Joan Romero
Consejero delegado de ACCIÓ

Licenciado en Economía por la Universidad de Barcelona, máster en Dirección de Operaciones y Diplomatura en Dirección de Operaciones e Innovación (DAF) por ESADE. Ha sido profesor de Economía Mundial y Española en la Universidad de Barcelona. Ha participado en la elaboración de varios planes de apoyo a la empresa entre los cuales destacan los Planes de Investigación e Innovación de Catalunya, el Pacto Nacional para la Investigación e Innovación, los distintos planes estratégicos que han impulsado al CIDEM y ACCIÓ en los últimos 15 años y el Pacto Nacional para la Industria.

ENTREVISTA

a Joan Romero, Consejero delegado de ACCIÓ

ACCIÓ ACOMPAÑA A EMPRESAS EN EL PROCESO DE INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y PROYECCIÓN INTERNACIONAL

¿Qué es ACCIÓ? ¿Qué objetivos tiene?

ACCIÓ es la agencia del gobierno de la Generalitat de Catalunya para la competitividad de la empresa. Nuestro objetivo principal es la contribución al éxito de las empresas en el mercado a través del fomento de la competitividad y conexión a escala internacional. Impulsamos el binomio innovación-internacionalización, clave para el éxito en un mercado global y promovemos la atracción de la inversión extranjera en Cataluña. También impulsamos la política de clústeres y startups.

¿En la coyuntura actual a qué sectores está dando prioridad ACCIÓ?

Cataluña, al igual que el resto de las economías europeas y mundiales, se encuentra en un momento de recuperación de la pandemia y de transformación hacia una economía digitalizada, sostenible e inclusiva. Para ello, ACCIÓ acompaña a empresas de todos los sectores en este proceso de incorporación de tecnología, innovación e internacionalización. Asimismo, desde hace tiempo ACCIÓ se centra en 7 ámbitos de priorización sectorial en el marco de la estrategia de especialización inteligente de la UE. Estos marcos son: La movilidad sostenible, la agroindustria, los sistemas industriales, las industrias del diseño, el sector salud y ciencias de la vida, la química, la energía y recursos y finalmente las industrias culturales y de la experiencia.

¿Cuál es la situación de la empresa catalana?

Antes de la pandemia, la economía estaba a máximos históricos. Veníamos de seis años de crecimiento del PIB con tasas de crecimiento superiores a las de la zona Euro; teníamos el récord de exportaciones catalanas durante 9 años consecutivos y una mediana de inversión extranjera superior en el último quinquenio respecto al anterior. Nos hemos posicionado como el cuarto hub europeo de start-ups y en el periodo 2014-2019, Cataluña ha captado el 2,58% del total de fondos de innovación del programa Horizon 2020, a pesar de tener solo el 1,5% de la población europea.

Obviamente, y al igual que el resto de las economías mundiales, hemos cerrado el 2020 con índices de crecimiento y exportaciones negativos. Pero las cifras del 2021 nos dicen que esta situación se está revirtiendo. Se prevé que la economía catalana crezca un 6% y se estima que las exportaciones crecerán un 9%. De

“A pesar de que América Latina, y Perú en particular, ha sido uno de los países más afectados por la pandemia, también se prevé que tenga una recuperación muy dinámica”

hecho, el primer trimestre del 2021 ha arrojado unas cifras de exportaciones muy positivas con un crecimiento del 10% por lo que se confirma que el sector exterior vuelve a ser el principal motor de crecimiento de la economía catalana.

¿Qué iniciativas o estrategias ha planteado ACCIÓ para la recuperación del tejido empresarial catalán?

En ACCIÓ ofrecemos los cupones de competitividad. Un instrumento para que las pymes puedan recibir asesoramiento para incorporar tecnologías de la industria 4.0 en sus procesos de innovación e internacionalización. También ofrecemos los cupones de economía circular en colaboración con la Agencia Catalana de Residuos. Además, querría destacar otras iniciativas importantes como el apoyo a los startups y el fomento de la política de clústeres.

¿Qué medidas tienen previstas para apoyar la internacionalización de las pymes?

Desde el 2020, nos hemos focalizado en la internacionalización digital, es decir, en apoyar a las empresas para que incorporen el canal online en su estrategia de internacionalización a través del Programa Internacional eTrade. En este programa proporcionamos asesoramiento y apoyo a las empresas para utilizar el ecommerce y los canales online para hacer negocio a nivel internacional.

También estamos reforzando la oficina técnica de barreras a la internacionalización para resolver consultas de las empresas en sus procesos de internacionalización, con un foco específico al Brexit. Continuamos dando apoyo a las empresas que empiezan a exportar y a las que quieren acceder a los mercados internacionales a través de las 40 oficinas exteriores de ACCIÓ. En este primer trimestre del 2021 hemos incrementado un 25% el número de proyectos realizados por las oficinas exteriores, lo cual demuestra el interés de las empresas catalanas para diversificar mercados.

¿América Latina en general, y Perú en particular, siguen siendo mercados atractivos para las exportaciones e inversiones catalanas?

Efectivamente. A pesar de que América Latina, y Perú en particular, ha sido uno de los países más afectados por la pandemia, también se prevé que tenga una recuperación muy dinámica. La caída del PIB del año 2020 fue del 11%, estacionando una etapa de crecimiento ininterrumpida de 22 años, pero para el 2021 se prevé un crecimiento del 10%. Este crecimiento se sustenta por la previsión de un aumento del precio de las materias primas de las que Perú es exportador, como metales y productos agrícolas.

También será determinante la recuperación de las importaciones por parte de China, el mayor socio comercial del país. Y finalmente otro aspecto relevante será la constitución del nuevo gobierno a finales de julio, y que esperemos pueda dar estabilidad política y económica e iniciar una nueva etapa de crecimiento. Esperamos que el nuevo gobierno cuente con políticas que puedan reducir la brecha social y que permitan un crecimiento de la clase media en el país.

¿Perú sigue siendo un destino atractivo para las empresas catalanas?



Las empresas catalanas siguen interesadas en el mercado peruano. Las tres misiones empresariales que vamos a realizar este año, y el número de proyectos que trabajamos en la Oficina Exterior de Comercio e Inversiones de la Generalitat de Cataluña en Lima, lo demuestran. Hay sectores que despiertan un interés muy grande, como el sector agroindustrial, el de las tecnologías médicas, las TIC, la formación, soluciones para la industria minera, etc.

Este 2021 el Perú celebra sus 200 años como República ¿Qué mensaje le daría al empresario peruano por el Bicentenario?

¡Felicitación a Perú y a sus ciudadanos y ciudadanas! Hay que aprovechar esta efeméride que coincide, también, con la entrada de un nuevo gobierno, para desarrollar políticas económicas que ayuden a Perú a consolidar una industria competitiva. Sería necesario destinar más recursos públicos a promover la innovación y así poder reducir la dependencia de las materias primas, que siempre conllevan un grado de incertidumbre debido a las fluctuaciones de sus precios. El empresario o empresaria peruana tiene margen para desarrollar productos o servicios de valor añadido, pues hay buenos recursos y talento, pero para ello es imprescindible contar con programas públicos o público privados que destinen recursos para acelerar esa transición a un modelo económico y productivo más sostenible y rentable.

¿Cómo valora la labor de la CCPE?

La Cámara de Comercio de Perú en España es un organismo acreditado por ACCIÓ y forma parte del grupo de agentes de apoyo a la internacionalización desde su creación en 2015. Este grupo es un órgano consultivo de ACCIÓ para debatir sobre las políticas de apoyo a la internacionalización de Cataluña en un marco de colaboración público-privada y con base en un sistema abierto, transparente, corresponsable y participativo. Durante estos años la Cámara de Comercio de Perú en España ha participado activamente con propuestas para el apoyo a las pymes catalanas en sus procesos de internacionalización en América Latina, y ha compartido ideas y estrategias para establecer mayores vínculos económicos y empresariales entre Perú y Cataluña.

ESPECIAL

por Nancy Álvarez Cuba, Directora CCPE - Servicios Financieros Internacionales

FINANCIACIÓN: LA CLAVE PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

La CCPE ofrece servicios especializados para facilitar el proceso de internacionalización a las empresas de ambos países

Integración financiera y comercial del Perú en el mercado global

En el marco del Bicentenario, se puede afirmar que el Perú ha logrado integrarse a los mercados internacionales gracias a una política macroeconómica responsable, con objetivos claramente definidos, que ha llevado a ganarse la confianza de los mercados financieros globales. Adicionalmente ha habido una activa firma de TLCs que ha impulsado tanto las exportaciones peruanas como el intercambio comercial y ha delimitado las reglas del juego para impulsar las inversiones extranjeras.

De esta manera, con esfuerzo y sacrificio, llegamos al Bicentenario con sólidas cifras macroeconómicas: Un déficit fiscal controlado y un importe de deuda externa que son los más bajos de la región (4.5% y 34.4% del PBI, respectivamente, proyectado para el 2021), un superávit comercial de US\$ 10 mil millones a abril de 2020 y de US\$ 16,63 mil millones proyectado para el 2021 (comparado a un déficit de US\$ 178 millones en el 2001), inflación controlada de 2.5%, reservas internacionales de US\$ 72,3 mil millones proyectadas para 2021 (el mayor importe de los últimos 20 años), líneas de crédito disponibles en el FMI por US\$ 11,6 mil millones y la menor tasa de interés de referencia de 0.25 pb, que permite hoy en día financiarse a las tasas más bajas de los últimos años. (Fuente: Reporte de Inflación del BCR, junio 2021).

Los indicadores macroeconómicos mencionados son el resultado de una disciplinada política monetaria y fiscal que ha situado al Perú como un país emergente atractivo para los negocios e inversiones. Sin embargo, el reto al que se enfrenta el Perú del Bicentenario es lograr integrar a más empresas y personas al gran mercado internacional, para que se reactive la actividad económica y, en consecuencia, se logre mejorar la calidad de vida de los peruanos. Estas acciones deben ir enfocadas hacia dos pilares fundamentales: La estabilidad macroeconómica y las políticas que impulsen el proceso de internacionalización de las empresas.

En cuanto a generar estabilidad macroeconómica, es

crucial, que continúe la rigurosidad en el cumplimiento de los indicadores económicos para mantener o mejorar la calificación de la deuda soberana peruana y, por tanto, se mantengan tasas de interés activas bajas que permita a las empresas optimizar el ROE y ROI de sus proyectos. Finalmente, la estabilidad es básica para que las empresas puedan planificar sus acciones de corto, mediano y largo plazo, sin que los escenarios cambien drásticamente y que puedan tener una medición real de la gestión de sus proyectos.

Por su parte, el proceso de internacionalización, para situarnos en contexto, tomando como base la definición que desarrolla el Dr. Oscar Malca, profesor de la Universidad del Pacífico (Lima-Perú), en su análisis sobre la "Inserción económica internacional del Perú" (2021), señala que la internacionalización es el "conjunto de operaciones que generan relaciones estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso que exige cada vez mayor compromiso y de perspectiva internacional". Adicional a ello, se trata de un proceso, que se va construyendo en el tiempo y para lo cual las empresas requieren desarrollar capacidades y destinar recursos (financieros y humanos).

En el estudio que realiza Malca, y citando a otros autores, Claver y Quer (2000) resumen 5 capacidades básicas para lograr el proceso de internacionalización: Adaptación al sector, eficiencia global (uso de economías de escala), sensibilización nacional (adaptarse a la cultura del país con quien transa), genera desarrollo y transferencia de tecnología y capacidad organizativa (capacidad de gestión).

Servicios especializados de la CCPE

Basándonos en los conceptos expuestos, nuestra entidad a lo largo de casi tres décadas ha desarrollado servicios especializados requeridos por las empresas para internacionalizarse e ingresar a ambos países. La CCPE articula las necesidades de la empresa con la oferta de conocimiento de ambos mercados.

La CCPE busca reducir las barreras culturales y de distancia física para promover la generación de negocios

WEBINAR
FINANCIACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Carlos Gómez
Presidente
Cámara de Comercio de Perú en España

Javier Baracha Álvarez
Presidente
Cámara de Comercio de Perú

Ara Martínez González
Asesora de Marketing Europeo
Instituto de Crédito Oficial

Gisela Cano Zapata
Líder de Negocios
BBVA

Nancy Álvarez Caba
Ejecutiva de Negocios
Cámara de Comercio de Perú en España

Jesús Pérez Espiñe
Socio Colaborador
IENER

Moderadora
Aurelia Ramírez
Directora
Cámara de Comercio de Perú en España

19 Mayo | 11:00 a. m.
zoom

BICENTENARIO PERU 2021 | Perú | CCPE | ICO | BBVA | IENER

duraderos entre cliente-proveedor, así como entre inversionistas y acreedores financieros. Si bien, durante la pandemia se ha experimentado la reducción de barreras físicas gracias al internet, la CCPE es un interlocutor que comparte la misma cultura de negocios entre sus socios que tienen como objetivo consolidar relaciones de largo plazo. Conocemos a fondo la cultura empresarial española y la cultura particular de cada región de la península.

Asimismo, la CCPE es un nexo entre la empresa peruana y española para detectar los proveedores interesados en exportar tecnología desde España para que mejore la competitividad de las empresas peruanas. Este punto lo hemos podido ver con nuestros asociados agroexportadores, del sector construcción, hidrobiológico, alimentación, hostelería, entre otros. Tenemos convenios con instituciones de promoción comercial y financieras: ICO (Instituto de Crédito oficial), Banco Sabadell, Aval Madrid, ICF (Instituto Catalá de Finanzas), Avalis SGR, entre otros.

Las acciones para la internacionalización van de la mano con la disponibilidad de recursos financieros para ejecutarlas. Por ende, el financiamiento es la pieza fundamental y el marco de referencia con el que se deberá contar para implementar el proyecto de internacionalización. La fuente de recursos económicos y el uso de los mismos están completamente ligados, por tanto, nuestra propuesta de valor está orientada a dar el soporte integral desde el inicio hasta el final del proyecto en la obtención de recursos financieros orientados a la internacionalización, tanto en España como en Perú.

Nuestros servicios comprenden todas las etapas del proyecto:

- **Análisis y diagnóstico de las necesidades financieras de la empresa:** Análisis del proyecto, los recursos financieros necesarios, el flujo de caja y el impacto de la nueva deuda o la salida de caja sobre los indicadores financieros de solvencia, liquidez y rentabilidad.

- **Elaboración de Planes de negocio:** Luego de la evaluación del proyecto a nivel financiero, se prepara el business plan y flujo de caja económico que se presentará a las entidades de crédito.
- **Estructuración financiera:** Se identifica las necesidades financieras de corto, mediano y largo plazo, se identifica el medio de pago, garantías y el tipo de financiamiento necesario según el perfil de cada cliente y proyecto.
- **Servicio de Dirección Financiera externa:** Se representa al cliente ante las entidades de crédito de Perú y/o España gracias a los convenios vigentes con Bancos locales, Fondos de inversión, entre otros. Se explica la operación al detalle, se coordinan reuniones con los Directores de la Banca, Institución de crédito y/o Directores de la empresa y se negocia las mejores condiciones de estructura, garantías y precios.
- **Controller Financiero:** Una vez que se aprueba y desembolsa la financiación, el objetivo es asegurar el cumplimiento cabal del repago del crédito. Para ello, el Controller se encargará de hacer cumplir el flujo de caja proyectado, presupuesto, repago del crédito y cumplimiento de entrega de información oportuna al Directorio e institución financiera.

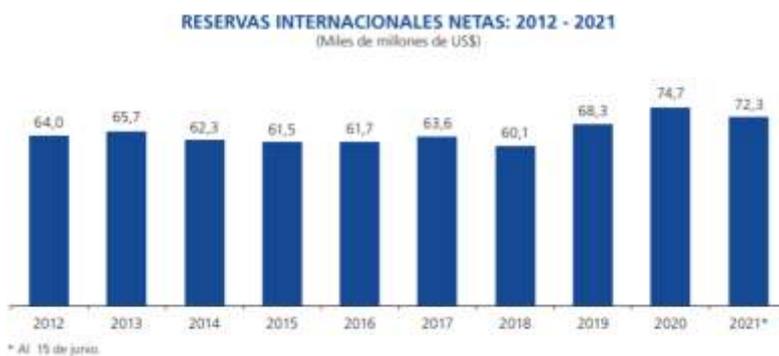
Como se observa, el planeamiento financiero y en particular, la financiación, es la pieza fundamental para que un proyecto de internacionalización se ejecute. Por ese motivo, es indispensable contar con un equipo humano experimentado para realizar los pasos que hemos explicado y embarcarse en un nuevo proyecto. Por nuestra parte, como CCPE, contamos con el equipo técnico profesional en ambos países que actúa con rigurosidad técnica, con convenios vigentes con la Banca española y peruana, y con pleno conocimiento de la información que requiere la Banca para evaluar y calificar un crédito.

Se avizora un escenario económico mundial positivo, en particular de España, impulsado por el otorgamiento de estímulos monetarios a empresas que han sido golpeadas por la crisis (sector turismo y restauración), así como ayudas financieras para impulsar a las empresas para que consoliden su proceso de internacionalización (a través del



Fuente:

Reporte de inflación Junio 2021 del Banco Central de Reserva del Perú BCRP. Se observa que el superávit comercial alcanzaría máximos históricos, uno de los factores sería el incremento del precio de metales industriales como el cobre, debido a su uso en la producción de bienes e infraestructura con tecnología de energía limpia y renovable. Otro factor se debería al incremento de exportaciones no tradicionales como palta y espárrago.



Fuente:

Reporte de inflación Junio 2021 del Banco Central de Reserva del Perú BCRP. Se observa que las reservas internacionales han alcanzado el máximo nivel a pesar de que se han usado reservas para hacer frente a la pandemia y en la venta de divisas para evitar un fuerte incremento del tipo de cambio.

ICO). Estas medidas para estimular la economía se dan en medio de un escenario en que se está controlando la pandemia y que las tasas de interés se mantendrán bajas en el corto y mediano plazo siempre que no se observe presiones inflacionarias.

Por nuestra parte, como país tenemos un gran desafío por delante y nuestra prioridad es controlar la pandemia y aprovechar la estabilidad macroeconómica que nos acompaña para recuperar el crecimiento económico, además, recuperar la confianza y lograr la ejecución de los proyectos de miles de millones de dólares que están detenidos por la incertidumbre política. Lo que queda claro es que hay mucho por hacer. Sin embargo, la buena noticia es que tenemos recursos financieros (solo que hay que prepararnos para conseguirlos), tenemos un gran capital humano y tenemos un excelente partner natural que tiene interés en transferir tecnología, conocimiento y más recursos financieros. De nosotros depende aprovechar las oportunidades y del viento que parece soplar a nuestro favor.

ANÁLISIS

por Dora Peñaloza Yabur, Consultora Internacional

SOSTENIBILIDAD LA CLAVE DE LOS FUTUROS NEGOCIOS Y DEL PLANETA

Las conmemoraciones de los bicentenarios en las repúblicas de Latinoamérica son siempre un momento de festejos. Recuerdan los valores de libertad, se mira hacia el futuro, y se imagina juntos "qué país se quiere tener".

En una situación tan dramática como la que hoy estamos viviendo, es oportuno concedernos un momento para analizar los grandes desafíos de nuestra época. Quizás el desafío más grande es la "Sostenibilidad", un concepto para conciliar la exigencia de las personas de tener una mejor calidad de vida, y la exigencia de las empresas que es conseguir mayores márgenes económicos en el tiempo, y así mismo ofrecer bienestar y supervivencia a las generaciones futuras.

Sin duda la "Sostenibilidad" que, en palabras sencillas, representa el desarrollo que satisface las necesidades de los ciudadanos, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantiza el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social, y es un buen cuadro imaginativo para construir ese país, que queremos. En 1798, Thomas Malthus publica su "Ensayo sobre el principio de la población". Allí explica su famosa "teoría poblacional" donde expresa, que la población tiende a crecer más rápido que los recursos, y de esto se concluye que el planeta no tiene tiempo de regenerarse.

En 1848, John Stuart Mill habla de "estado estacionario". El punto en el que el aumento de la productividad conducirá en última instancia a satisfacer todas las necesidades de una sociedad. En ese momento, la acumulación se detendrá, y será suficiente para reproducir los bienes consumidos de vez en cuando. Una sociedad próspera y satisfecha ya no estará dominada por la ansiedad por las ganancias y el trabajo frenético.

En 1969, aparece claramente el término desarrollo sostenible en un documento oficial firmado por 33 países africanos, y auspiciado por la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza). Pero solo fue hasta el año de 1987, en el informe de Brundtland, en donde se utilizó por primera vez el término desarrollo sostenible, que se llamó originalmente "Nuestro futuro común". Fue redactado para la ONU por la Doctora Gro Harlem Brundtland, primera ministra de Noruega y presidente de la Comisión mundial en Ambiente y Desarrollo (World Commission on Environment and Development, WCED,) instituida en 1983. Es allí donde surge por primera vez de una manera muy clara, la imperiosa necesidad de

estudiar y delimitar el impacto que tienen las "actividades humanas" sobre el medio ambiente. Es un llamado a los problemas del desarrollo del planeta y de nuestro futuro, de la mano con el concepto de desarrollo sostenible.

En dicho informe los puntos críticos y los problemas globales del medio ambiente eran identificados, y esencialmente se debían a la gran pobreza del Sur y a los patrones de producción y consumo insostenibles del Norte. Por tanto, el informe destacó la necesidad de implementar una estrategia capaz de integrar las necesidades del desarrollo y el medio ambiente. Esta estrategia se definió en inglés con el término "desarrollo sostenible".

Del informe de Brundtland, una vez entrado en juego este término, surge entonces lo que hoy conocemos como "objetivos de desarrollo sostenible" (ODS), que se gestaron en la conferencia de las naciones unidas sobre el desarrollo sostenible, celebrada en Río de Janeiro en el año 2012. Un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta, y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para el año 2030. Por eso hoy la sostenibilidad está exigiendo nuestra mayor atención.

El concepto de sostenibilidad se ha ido enriqueciendo. A los valores medioambientales, que eran el punto central en el informe de Brundtland, se le han ido sumando valores sociales que buscan un mundo más justo y equitativo. Los ODS son 17 puntos que buscan un proceso futurista y prometedor en las comunidades menos favorecidas, y donde la sostenibilidad hace parte del negocio de las empresas. Nuevas formas de hacer negocios marcan así la diferencia en la sociedad y en el mundo de los negocios y de las inversiones, que retornan mayormente a aquellas empresas que tienen un claro propósito de responsabilidad a largo plazo con el planeta.

Es así que las empresas no solo deben enfrentar en modo ineludible una transformación digital. Además, deben, en la sustancia de esta transformación, generar riqueza y empleo en un modo totalmente alineado con los 17 ODS, lo que involucra el universo del mundo empresarial: Las empresas grandes y pequeñas, privadas y públicas, en donde el resultado final es el bienestar de los ciudadanos.

El mundo empresarial nunca se había encontrado ante tanta transformación y tantas posibilidades de generar riqueza y empleo de formas diferentes, así como de



nuevas formas de generar negocios e invertir; esto lo conocemos hoy como “inversiones sostenibles”. Se trata entonces de hacer negocios y crear tendencias que motiven a más personas a invertir en el futuro que estamos construyendo todos, y nos lleva a reconocer que las empresas que resuelven los retos a los que se enfrenta hoy el planeta serán las que crecerán más rápidamente y estarán mejor posicionadas.

Según lo que nos muestran las cifras, esta tendencia viene creciendo a un ritmo acelerado. Por ejemplo, entre el 2016 y el 2019, las inversiones sostenibles se acrecentaron en un 68% superando los 30 billones de dólares y se estima que para el año 2036 dichas inversiones alcanzarán los 160 billones de dólares en los países más avanzados, según BlackRock, y agrega además que este acelerado crecimiento no se trata solo de una tendencia, sino de un cambio estructural de asignación de capital, y es indudable que esto es ya una realidad.

Las inversiones sostenibles, siguen su camino a pasos agigantados. Según la firma MSCI, el 64% de las mujeres y el 87% de los millennials eligen invertir de manera sostenible; así mismo la creación de riqueza y de recursos provenientes de esta generación, según lo que se prevé para las próximas décadas, será de unos 30 billones de dólares aproximadamente. El cambio climático que estamos viviendo es un factor clave para repensar las inversiones de carácter sostenible.

Estos datos nos deben dar a entender que en este momento existen nuevas estrategias de inversión sostenibles, y que están a la vista de todos nosotros. Por lo tanto, no podemos hacer más que entrar en este círculo virtuoso, desmitificarlas y ser conscientes que los consultores y asesores financieros van por ese camino. Esta tesis se refuerza con solo observar todo lo que estamos viviendo.

La UE ha puesto en el ruedo una gran herramienta continental: El Pacto Verde Europeo o “Green Deal” que es una herramienta de lucha contra el cambio climático y pretende que Europa sea, en el año 2050, el primer continente climáticamente neutro. En sus 50 puntos impulsa el uso eficiente de los recursos, abarcando todos los sectores de la economía, haciendo una transición justa e integradora a nivel europeo, espejo de los ODS.

La pandemia nos ha llevado a una crisis sin precedentes, a una crisis económica, psicológica, existencial, en condiciones de gran vulnerabilidad y fragilidad. Pero esta fragilidad nos ha llevado a tener en cuenta aspectos que, si bien en el reporte Brundtland ya se venían vislumbrando y luego se vieron reforzados con los ODS, solo hoy podemos ver en su justa perspectiva. De hecho, como todas las crisis está también trae muchas oportunidades. Lo que nos está pasando ha cambiado nuestros paradigmas, nuestro modo de vivir, y por supuesto, nuestro nuevo modo de producir riqueza.

Deseo dejar atrás lo malo que esta situación pandémica ha generado: Amargura, desesperanza, y pobreza. Prefiero concentrarme en el hoy, en el futuro y en la esperanza de que sea posible recrear nuevamente nuestra propia riqueza haciendo uso de nuestro intelecto, empatía, conciencia, capacidad de poner al ser humano en el centro, y más aún, comprendiendo que esta crisis nos

exige una respuesta global, una lucha contra esa pobreza, una urgente necesidad de generar riqueza en modo diverso, y ahora en modo sostenible. La respuesta a esta exigencia va centrada en la oportunidad económica que representa para todos la transición climática y la obligación que esta coyuntura nos impone para realizarla en modo equitativo, y ser conscientes que la realizaremos con todos los dolores que nos ha generado, ¡Una oportunidad Histórica!

Además de todo lo anterior, debemos agregar que en el mundo de los negocios existen muchas formas para crear emprendimientos sostenibles, como los novel food, pasando por el agua, la energía, la construcción, la movilidad, la agricultura Bio-Inclusiva, las tecnologías aplicadas al campo, las tecnologías 5G, bio-construcción, especialistas en financiación verde, smartdelivery, micro movilidad, Hubs logísticos, belleza y salud sostenible, los nuevos conceptos de comida ecológica, alimentación 3d, teletrabajo y muchos más.

Todos estos emprendimientos y posibilidades de negocios deben orientarse de manera que generen un impacto en los 17 ODS de desarrollo sostenible. Muchas compañías de diferentes sectores ya están trabajando en esta línea porque esos objetivos nos permiten por primera vez unirnos bajo un mismo objetivo: “clima y ambiente”, “equidad y lucha contra la desigualdad”, así como también nos permiten contar una historia de todos con una narrativa común, global, y con diferentes actores.

Hoy los intereses del gobierno, de las instituciones públicas y empresas son, por primera vez, los mismos, lo que en cierto sentido nos aseguraría la construcción de un futuro más íntegro, más resiliente y más empático, lo que es un factor clave para trazar entre todos una nueva riqueza más justa y ecuánime, y este debe ser un motivo de celebración en medio de una pandemia que aún azota muchas partes de nuestra Latinoamérica.

Siete países latinoamericanos (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México y Venezuela) han celebrado entre los años 2009 y 2010 los bicentenarios de sus independencias. Hoy festejamos el bicentenario del Perú y con él va hoy nuestra esperanza. Quiero recordarles a nuestros hermanos Incas que el intelecto no muere nunca, como no muere nunca el siguiente concepto milenario: “La persona debe ser el centro”, y que la libertad, la oportunidad y la capacidad de alimentar a los suyos y alimentar al planeta con buenas prácticas, es un derecho inalienable.

ARTÍCULO

por Carlos Morales Sánchez, Presidente – Madrid Platform

MADRID PLATFORM EN EL MARCO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ

En el año 2021 nace una de las iniciativas empresariales más disruptivas en cuanto a relaciones económicas y culturales se refiere entre Europa y América Latina. El concepto que persiguen los encuentros Madrid Platform, recién estrenados el 10 de mayo en la ciudad de Madrid, supuso un antes y un después en el concepto de trabajo de cara al futuro, en donde la ciudad, con enfoque global, pone en valor sus capacidades de acogida de los países, que se vinculan a través de una estrecha zona de influencia.

Decir que Perú es un país con una vinculación clara y total con España, es no decir nada nuevo. Indicar que Madrid se presenta como plataforma para las empresas y la sociedad peruana para vincularse al espacio común que las vincula -el europeo- es un paso decidido hacia adelante. Dicho y hecho, en la primera edición de Madrid Platform, Perú fue uno de los países invitados y, a través de su oficina de promoción económica y atracción de inversiones y empresas (PROMPERÚ), estuvo presente con su discurso y sus propuestas de cara al futuro.

Apropiado resulta saber que a 200 años de su independencia el Perú representa una oportunidad para Europa, y que las relaciones entre ambas zonas del continente, unidas por el este vínculo de relaciones cercanas, como es Madrid, supone una enorme visualización o aterrizaje de las buenas palabras, que ahora pasan a ser acciones reales. El año 2022 esperamos que el Perú nos visite, gracias al acuerdo recientemente suscrito con la activa y eficiente Cámara de Comercio de Perú en España, y podamos apreciar no sólo la capacidad de adaptación de las empresas a los retos y cambios de la sociedad global, sino que podamos disfrutar de su excepcional gastronomía y de su vigorosa creatividad artística, entre otras muchas virtudes.

Es cierto que América Latina pasa por un momento de incertidumbre, y no mirar a la realidad de frente sería un problema de "presbicia", pero es evidente que un país con 200 años de historia independiente tiene derecho y capacidad para soñar con un país más competitivo y jugar un rol internacional. Saludamos con mucha alegría el bicentenario del país y esperamos que, en el mundo nuevo de las relaciones internacionales, las herramientas que hemos creado -plataformas internacionales- supongan una nueva oportunidad para el Perú y para Europa.

Madrid Platform hace de la ciudad de Madrid el primer HUB internacional de negocios entre Europa y América

Latina, y se convierte en encuentro clave para el cierre de negocio internacional, presentación de planes y oportunidades de inversión. La iniciativa conforma una de las palancas estratégicas del plan de reactivación económica del Ayuntamiento de Madrid, que respalda activamente el proyecto con compromiso de permanencia a largo plazo como su Partner Oficial. Además, cuenta con el apoyo activo de destacadas instituciones públicas, como la Comunidad de Madrid o el Gobierno de España a través de los organismos de financiación y promoción empresarial del Ministerio de Industria, entre otros. Se han sumado también a este ecosistema prácticamente todas las Cámaras de Comercio y asociaciones profesionales europeas y de América Latina, así como la Organización de Estados Iberoamericanos y la Secretaría General Iberoamericana, el Consejo de Empresas Iberoamericanas, la Fundación de Jóvenes Empresarios Iberoamericanos, la Fundación Euroamérica, y un conjunto de organizaciones privadas como el despacho de abogados Martín Molina, la aerolínea Iberia, Ferrovial, la empresa Almar Water, GlobalFinanz, la Fundación Deporte Joven o la Coalición de Industrias Culturales.

Un nuevo concepto de negocios a nivel internacional, basado en relaciones empresariales, económicas y sociales entre los continentes. Su primera edición realizada en mayo en Madrid superó todas las previsiones, y abrió las puertas para nuevos encuentros empresariales en otras ciudades europeas y de América Latina.

¿En qué consiste específicamente Madrid Platform y cómo funciona?

El Encuentro Internacional Madrid Platform se presenta como el gran motor de acciones que se celebrará anualmente en Madrid. Próxima edición los días 23, 24 y 25 de mayo de 2022, donde los asistentes podrán ver diferentes encuentros y debates, participar en las áreas de networking, Ágoras y reuniones One on One.

Las Ruedas de Negocio o reuniones One on One para micro y pequeña empresa son agendadas conforme a los intereses determinados previamente mediante el análisis de las características y las necesidades propias de cada empresa y sector, con el objetivo de prospectar internacionalmente vía red de networking a través de la plataforma de MP las oportunidades reales de crecimiento y expansión internacional de acuerdo a las tendencias y cambios que se presentan en la región.



Las Ágoras son encuentros de empresas en un espacio cercano, diferencial y eficiente, donde un empresario tiene la oportunidad de presentar su proyecto frente a 20 potenciales partners y/o inversores de carácter internacional. Dirigido a pequeñas y medianas empresas con el objetivo de internacionalización, en 2022 los Ágoras estarán centrados en 4 sectores de referencia: Tech & Start-up, Eco Friendly & Sustainability, Logística & Gestión y Entertainment.

Reflexión & Ideas es una de las patas más importantes del encuentro anual Madrid Platform. Con presentaciones y debates a través de Foros, Seminarios, Talleres y Sesiones Pro-Negocio perseguimos el objetivo de generar debate y destacar las tendencias del mercado en las principales áreas de influencia para la empresa y la sociedad: Sostenibilidad y Transición ecológica, Tecnología y transformación digital, Empresa y Derechos Humanos, y el Entorno Internacional de Negocios.

Madrid Platform Systems es la red social que gestiona todas las empresas inscritas en el ecosistema. Con base de datos actualizada, y un sistema de conexión entre los participantes durante todo el año, desde la finalización de un evento al inicio del siguiente. Alojada en la nube y con tecnología propia, está desarrollada por el Grupo MshGlobal, y supone el soporte tecnológico de todos los encuentros Madrid Platform que se realicen.

Madrid Platform Academy es un espacio formativo y de desarrollo profesional que propone un programa de formación multidisciplinar y multi formato relativo a la empresa, la industria, las ciencias sociales y la formación profesional, todo ello enfocado al negocio internacional y a la globalización. Generador de prácticas e intercambio a nivel internacional entre Europa y América Latina, cuenta con el respaldo activo de la Fundación Universidad-Empresa y la división de formación y emprendimiento del despacho Martín Molina, además de destacadas instituciones europeas y latinoamericanas.

Madrid Platform Cultural impulsa diferentes actividades culturales y de entretenimiento durante la semana en que se celebra el encuentro anual. En coordinación con los países participantes de Madrid Platform, se abren espacios alternativos de discusión y debate, dentro del área de Reflexión & Ideas, tanto para temas culturales como deportivos para dinamizar la participación ciudadana y la puesta en valor de los principales lazos de unión entre los diferentes países de la región. MP Gastronomy, por ejemplo, será un encuentro donde poder conocer y disfrutar del trabajo de los principales chefs y sus propuestas culinarias.

En todas estas las áreas y proyectos el Perú tiene mucho que decir, como actor destacado y característico de la región. Es uno de los países clave para interactuar y hacer crecer sus mejores activos en un espacio natural de encuentro multisectorial entre Europa y América Latina que traspasa fronteras, que supone una plataforma de trabajo donde crear sinergias reales, gracias al entorno de conexión y receptividad que busca dar visibilidad al talento empresarial para impulsar la recuperación económica y el progreso social.





Clínica Delgado, Lima (Perú)



Edificio Empresarial Basadre - Las Palmeras, Lima (Perú)



Condominio Nuevavista, Lima (Perú)



Más de
15
AÑOS
en Perú

www.gruposanjose.biz



Condominio Parques de la Huaca, Lima (Perú)



Edificio Cromo 332, Lima (Perú)



Parque fotovoltaico de 20 MW en el Alto de la Alianza-Tacna, Desierto del sur de Perú



ARTÍCULO

por Jhony Guevara, CEO Mérica Foods

MÉRICA FOODS, EL FRUTO DE UN EMPRESARIO PERUANO QUE PIENSA EN GRANDE

El Grupo Mérica Foods, fue fundado hace más de 25 años por el peruano Jhony Guevara, actualmente CEO, que inicia su proyecto empresarial importando productos étnicos latinoamericanos y distribuyéndolos en España. La misión de la empresa desde su creación, ha sido trabajar cada día para conseguir combinaciones perfectas entre sabor, aroma, nostalgia y tradición, para que cada bocado sea una lluvia de recuerdos.

Desde entonces, la empresa ha estado en continuo desarrollo, contando actualmente con tres líneas principales de negocio: Étnica, Saludable y Gourmet y distribuyendo a toda la Unión Europea, África y Asia. Todo el conocimiento y experiencia adquiridos en todo este tiempo, añade un gran valor diferencial a la relación con los proveedores al momento de introducir al mercado nuevos productos, tanto en España, Europa, como en el resto de continentes.

Además, toda la trayectoria con la alimentación étnica latinoamericana les ha permitido desarrollar nuevos productos orientados también al mercado europeo. La marca Tesoro Natural y Del Huerto Original son dos claros ejemplos de éxito.

América Import y la creación de vínculos de añoranza

La misión desde los inicios fue crear un vínculo de añoranza con las marcas de origen y las propias, elaborando productos que mantienen el sabor, color, textura y propiedades organolépticas, con un packaging bajo los estándares de calidad europeos. El Grupo Mérica Foods, posee la marca pionera de alimentación étnica latinoamericana América Import, competitiva en el mercado y reconocida para el consumidor.

América Import es líder en la comercialización y distribución de productos orientados al público procedente de Perú, Ecuador, Colombia, Bolivia, Paraguay, Brasil, República Dominicana y Honduras. Entre sus productos, se encuentra la bebida refrescante orientada al público peruano, el refresco América Kola, similar al refresco Inca Kola, el cual no puede ser importado a la Unión Europea. Además de producir y distribuir productos orientados a los 12 targets latinos, mantiene alianzas estratégicas con las marcas más reconocidas del mercado latinoamericano. Es reseñable su liderazgo en venta de cervezas latinas, como Presidente, Club Colombia y Miller, entre otras, y la distribución de uno de los productos con más masa crítica del mundo latinoamericano, como Pony Malta.

La apuesta por el mercado saludable: Tesoro Natural

La creación de la marca Tesoro Natural, viene por la demanda del mercado europeo de productos saludables, que ha incrementado en los últimos años entre un 6-7%, y el Grupo Mérica Foods se orienta a cubrir la demanda de un tipo de consumidor muy concreto, informado y preocupado por la calidad y aporte de los alimentos que ingiere. Para llegar a este tipo de consumidor, se



han creado canales directos de comunicación, aportando información interesante con el fin de crear una comunidad con identidad propia en torno a la marca.

Del Huerto Original, productos gourmet del campo a la mesa y comercio justo

Del Huerto Original está dirigido especialmente al mercado europeo. Nace del buen posicionamiento de la gastronomía peruana y de satisfacer la curiosidad del resto del mundo acerca de las claves de sus sabores. Mérica Foods responde, ante esa necesidad, comercializando las salsas que son la base de la comida peruana: ají panca, ají amarillo, de rocoto, ajo y cilantro.

La relación de Mérica Foods con el origen de estos productos, asegura un control absoluto de los mismos, desde el cultivo y recolección, hasta la producción, y posterior importación a sus almacenes, sin intermediarios. Y sin olvidarse de sus raíces: contribuyen al comercio justo en origen, ya que las comunidades campesinas son parte indisoluble de sus orígenes.

Mérica Foods y sus canales de venta

Con una fuerte estructura comercial, dispone de 6 canales de venta: Tradicional, moderno, internacional, distribuidores/horeca y online. En el canal tradicional son líderes con más de 3.500 clientes a nivel nacional, los cuales reciben una atención personalizada en sus puntos de venta, contabilizando más de 150.000 visitas anuales realizadas por su equipo comercial.

En el canal moderno, buscan una mayor penetración en el mercado y una mayor diversidad de consumidores. Actualmente tiene presencia con sus marcas, tanto propias como de distribución exclusiva, en los supermercados y grandes superficies más importantes (El Corte Inglés, Carrefour, Eroski, Alcampo, etc.). Siendo la empresa del sector con más presencia en la Unión Europea, Mérica Foods a través del canal internacional, es partnership de los principales distribuidores en cada uno de los estados miembros. Está presente en el canal Gran Consumo de Italia, además de expandirse en otros países fuera de la Unión Europea, como son Suiza, Noruega, Guinea Ecuatorial, Marruecos y Emiratos Árabes.

Con el canal de distribución, llegan al cliente final de forma muy efectiva pues la capilaridad de este canal alcanza a aquellos puntos que no gestionan de forma directa. Es reseñable los 4 KAM especializados, los cuales distribuyen estratégicamente a toda la península, con más de 100 clientes activos.

La difusión y descubrimiento de la gastronomía peruana, en especial los granos andinos, quinoa y chía, ha permitido el crecimiento del canal Horeca. Con acuerdos estratégicos con los principales distribuidores nacionales, especialmente con las cervezas y la gama de bebidas saludables, da cobertura en este canal.

A través del canal de televenta se pone a disposición de los clientes una preventa y postventa personalizada, con una gran flexibilidad horaria. Cuenta con grandes profesionales en la asesoría de ventas, y gestión con posibles interesados.

Grupo Mérica Foods en números

El Grupo Mérica Foods cuenta con 4 delegaciones, estratégicamente situadas en Toledo, Madrid, Barcelona, Valencia y Murcia, en los que trabaja un equipo humano de más de 85 trabajadores. Entre sus infraestructuras cuenta actualmente con una planta de envasado propia, con una capacidad de producción diaria de 20.000 kg, y embolsando 2 millones de bolsas anuales. Además, dan cabida a 8000 palets.

Desde allí se atienden los más de 100.000 pedidos anuales, de los más de 3.500 clientes directos en todo el territorio español, los más de 10.000 clientes asociados a los más de 100 distribuidores, tanto en España como en los 11 países en los que tienen presencia en Europa, y en otros continentes. Cerrando en 2020 una facturación cercana a los 20 millones de €, ha mantenido una evolución creciente constante desde sus comienzos, triplicando así la facturación de 2012.

El Grupo sigue pensando en grande y convirtiendo en realidades sus proyectos

Lejos de creer que ya lo han conseguido todo, Mérica Foods sigue en constante evolución, invirtiendo para continuar su crecimiento, apostando en la transformación digital de la empresa. Con una fuerte inversión en I+D, se están implementando aplicaciones y softwares en el núcleo organizativo, mucho más potentes que las existentes y con un gran potencial, para cubrir las necesidades actuales y las proyectadas en un futuro a medio plazo.

También, a medio plazo, proyectan generar un nuevo canal de ventas, desarrollado en el mundo online, con el que llegar a los compradores online, entre los que se encuentra el público más joven. Celebramos que Grupo Mérica Foods, de un empresario peruano que sueña en grande, Jhony Guevara, logre que sus sueños se hagan realidad.

ARTÍCULO

por José Luis Moreno, Director General de Economía del Ayuntamiento de Madrid

MADRID, CAPITAL DEL SUR DE EUROPA Y PLATAFORMA LAC

Madrid es audaz, jaranero y curioso". Así definió la escritora Emilia Pardo Bazán a la capital de España. Cuando se cumplen 100 años de su muerte en Madrid, la ciudad sigue conservando, un siglo más tarde, buena parte de esos atributos.

Un Madrid audaz

La audacia se percibe en el entorno de negocios y empresarial de Madrid. Sede de Cerca de 5.500 filiales de empresas multinacionales no financieras, que ocupan a cerca de 900.000 personas en la región y con una cifra de negocios superior a los 322.400 M€, Madrid ejerce un papel magnético para la inversión extranjera. El 75% de los flujos de inversión extranjera recibidos por España en 2020, más de 18.000M€, tuvieron como destino Madrid.

Madrid es la ciudad idónea para actividades de alto valor añadido. La capital de España ofrece un activo ecosistema en crecimiento que combina recursos humanos altamente cualificados, tamaño de mercado apreciable, costes competitivos e infraestructuras de primer nivel. Su posición geoestratégica la convierte, además, en puente natural hacia los mercados europeos, latinoamericanos y del norte de África. Efectivamente, Madrid es la puerta natural de entrada a uno de los mercados domésticos más atractivos de Europa, de gran tamaño, pero suficientemente manejable y desarrollado para ser usado como banco de pruebas para nuevas tecnologías y servicios. Fuertemente integrada en el mercado único europeo, ofrece un inmejorable acceso para las empresas europeas en mercados emergentes de América Latina y Caribe (LAC) y el Norte de África, y viceversa. Por ello, Madrid ofrece un entorno de negocios favorable, en el que un gran número de filiales de multinacionales extranjeras convive con empresas nacionales líderes en sectores avanzados y con las

sedes de los principales organismos públicos. Además, la ciudad ofrece unos costes laborales, operativos y de vida altamente competitivos, en un entorno de bajo riesgo dentro de la Unión Europea. Y las infraestructuras de transporte y comunicaciones con que cuenta la capital son de primer nivel, complementadas por una densa red de Ciencia, Tecnología e Innovación, en un entorno sostenible y de calidad.

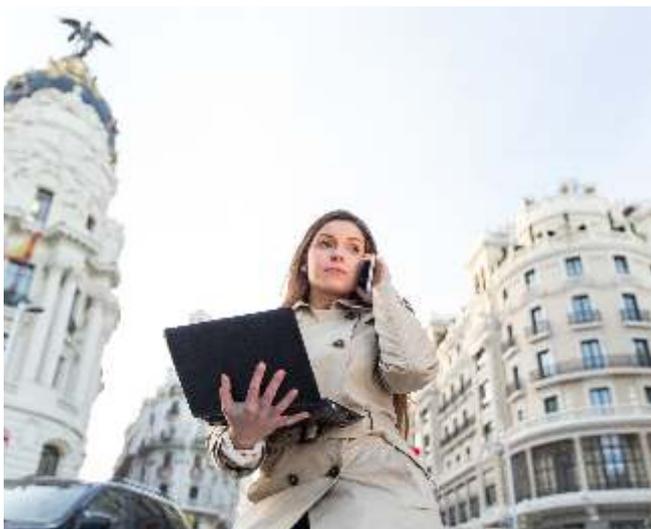
Todo ello en una ciudad de cerca de 3,2 millones de habitantes, centro de una región de más de 7 millones y 179 municipios que contribuyen al dinamismo económico de la región madrileña.

Este dinamismo se pone de manifiesto en el crecimiento del PIB de los años previos a la pandemia, superiores al 2,5%. Madrid registró en 2019 un PIB de 152.576M€, el 12,3% del total de España, y un PIB per cápita de 46.715 euros. Madrid cuenta con una tasa de actividad del 60% y una tasa de paro (Tr.1 2021) del 12,2%, casi cuatro puntos inferiores a la media nacional. Además, Madrid es sede de 14 empresas del IBEX 35. Audacia se manifiesta también en la calidad, reputación e identidad competitiva, valores en los que Madrid aparece en el top 10 mundial (Resonance World's Best Cities Report, 2021).

Calidad de vida y vitalidad madrileñas

La jarana es hoy sinónimo de vitalidad y calidad de vida en Madrid, que cuenta con una esperanza de vida al nacer de 85,5 años. Además de un centro económico y político, Madrid es también una ciudad integradora. Desde 1993, Madrid forma parte de la red Eurocities, la red de ciudades que pone en valor la contribución de la inmigración a la vitalidad urbana.

Madrid es, para todos los que la habitamos, una ciudad



inclusiva, que tiene el atributo de abrazar a residentes y visitantes sin que nadie se sienta extraño. Por ello, es una ciudad diversa y vibrante, con un estilo de vida cosmopolita, espontáneo, lleno de contrastes. Madrid acoge a ciudadanos de 181 nacionalidades diferentes y más de 30.000 estudiantes cada año, disfruta de 3.000 horas de sol y está considerada como una de las ciudades más seguras de Europa.

Estos atributos han llevado a Madrid a ocupar (International Expat City Ranking 2019) la primera posición como ciudad del mundo donde los expatriados se sienten mejor acogidos. Además, la tercera ciudad más habitable del mundo (Mori Global power City Index 2019). Y la primera ciudad de Europa preferida para vivir por los jóvenes entre 18 y 22 años (Spotahome, 2018).

Talento y conocimiento, seña de identidad en Madrid

La curiosidad se traduce en la capacidad de absorber conocimiento y talento. El dinamismo madrileño se refleja en el desarrollo de proyectos innovadores, tractores para muchas empresas y atractivos para nuevos negocios e inversores; juntos generan un ecosistema que alimenta su energía. Madrid ofrece una alta disponibilidad de talento cualificado, competitivo, creativo, diverso y flexible, bien preparado para las actividades económicas basadas en el conocimiento. El Financial Times ha considerado Madrid como segunda ciudad de Europa con mejor capital humano y estilo de vida (FDi European Cities and Regions of the Future 2020/2021). También ha sido incluida por la Unión Europea dentro de la liga de los "innovadores fuertes" (European Innovation Scoreboard, 2021) y es una de sus principales regiones en cuanto a empleo en sectores de alta tecnología (Eurostat, 2021).

Madrid aborda una situación tras la pandemia que coloca a la ciudad en una posición de primer orden de crecimiento potencial, beneficiaria de un importante porcentaje de los 140.000M€ que se van a movilizar en España a través de los fondos y programas comunitarios aprobados recientemente por la Comisión Europea según el programa de Recuperación, Transformación y Resiliencia presentado por el gobierno de la nación.

Madrid plataforma de conexión LAC

Madrid tiene en su horizonte constituirse como el centro de negocios y de referencia para buena parte de las operaciones en LAC. El modelo económico imperante se ajusta a la idiosincrasia española, y España y Madrid se benefician de ello. La cultura emprendedora, la mayor tendencia a que existan cada vez más trabajadores autónomos en Madrid, encaja bien con las regiones

LAC con población más joven y con gran diferencial relativo de renta.

Los negocios de gran dinamismo, -como start-ups tecnológicas, negocios on-line, negocios de servicios avanzados y virtuales- en los que Madrid muestra ventajas competitivas, pivotan sobre elementos de proximidad y comunicación. El español como lengua vehicular es un gran aliado y apunta a la necesidad de poner en valor este activo.

Madrid aspira así a ser la capital de los negocios del mundo de habla hispana - un mercado de 500 millones de personas-, y estrechar las relaciones comerciales y de inversión en la región, y con Perú en particular.

En este sentido, el margen para ampliar las relaciones comerciales y de inversión entre España y Madrid y el Perú es muy amplio. España mantiene un déficit comercial con Perú fruto de un apetito significativo por los productos agroalimentarios peruanos y por productos minerales. Por su lado, la posición inversora española en el país andino representa un 1,14% en el país en tanto la peruana en España es notablemente inferior en volumen (0,18% de la inversión extranjera).

Apoyo municipal: Madrid Investment Attraction

La ciudad de Madrid atiende y acoge a los inversores a través de Madrid Investment Attraction [MIA], la Agencia de Promoción de Inversiones del Ayuntamiento y principal punto de contacto para cualquier empresa que desee instalar su negocio en la ciudad (invest@madrid.es). La estrategia de atracción de inversiones de la ciudad de Madrid define sectores especialmente prioritarios desde la perspectiva del capital internacional: Fintech, Ciberseguridad, Big Data, eHealth y la industria de Videojuegos.

MIA proporciona, de manera gratuita, los servicios adecuados a las necesidades reales de los inversores en cualquier estadio de su proyecto. Los servicios de información económica de ámbito nacional, regional o local se complementan con el apoyo y guía en cuestiones relativas al mercado laboral o los servicios profesionales de apoyo.

MIA ofrece igualmente, para aquellas empresas inversoras que se encuentran en un estadio previo a la instalación, acceso gratuito a un espacio de coworking, al que se añaden servicios de acceso a salas de reuniones, equipos para videoconferencias y formación específica. Siempre rodeado de un equipo profesional multilingüe y un entorno de trabajo que favorece la integración en la ciudad y su ecosistema de negocios e inversión. Y todo ello a escasos 100 metros del corazón de la ciudad, la Puerta del Sol.

ESPECIAL

por Gabinete de Comunicaciones de Agroiberia Aranjuez 2021

AGROIBERIA ARANJUEZ 2021

AGROIBERIA Aranjuez 2021 abrirá sus puertas, en primera edición, del 29 de septiembre al 3 de octubre. La feria se celebrará en Aranjuez, bello lugar lleno de huertos y plantas antiguas, árboles, jardines y una larga historia de cultivos de primor. En Aranjuez se aclimataban las nuevas plantas que llegaron hace 500 años de América y Asia, para adaptarse al clima español antes de expandirse por otras regiones y países europeos.

AGROIBERIA Aranjuez 2021 está organizada por la Asociación Nacional de Agricultores de España Alkam y la Cámara de Comercio Hispano Japonesa y cuenta con la colaboración de la Comunidad de Madrid, Patrimonio Nacional, Ayuntamiento de Aranjuez e IMIDRA. Instituciones que están trabajando conjuntamente y alineando esfuerzos para potenciar espacios de encuentro que activen el sector agroalimentario y haciendo una apuesta decidida por la innovación. Los organizadores cuentan con más de 30 años de presencia en el sector agroalimentario, comunicación y organización de eventos.

El Comité de Honor de AGROIBERIA Aranjuez 2021 está presidida por Sus Majestades los Reyes de España, Comunidad Autónoma de Madrid, Ayuntamiento de Aranjuez y Cámaras de Comercio extranjeras en España.

AGROIBERIA Aranjuez 2021 se une de manera directa al sector agroalimentario con la internacionalización, comercialización, distribución y logística e innovación. Además contribuye de forma eficaz, a promover el turismo gastronómico y fortalecer la identidad cultural y económica del territorio.

AGROIBERIA Aranjuez 2021 apuesta y presenta una feria innovadora atenta a las tendencias que marcarán el futuro, incorporando servicios y oportunidades a expositores y visitantes.

PERFIL DEL EXPOSITOR

- AGROIBERIA Aranjuez 2021 está dirigida a pequeñas y medianas empresas del sector agroalimentario que busquen ampliar y fortalecer su presencia en el mercado nacional y/o que precisen internacionalizar sus productos en otros mercados. Además de incorporar la innovación en su sistema productivo.
- Empresas que precisen un punto de contacto entre consumidores y productos, conocer la "Experiencia del Consumidor".

APORTACION DE VALOR y VENTAJAS COMPETITIVAS

- Céntrica y alejada de los grandes centros urbanos y recintos feriales.
- En un entorno histórico y cultural natural singular.
- Stand independiente, al aire libre, de hasta 48 m².
- Vocación de muestra internacional, en las que las empresas y entidades participantes no pasarán desapercibidas.
- Acceso directo digital a todos los visitantes presenciales y virtuales inscritos en la Feria, generando su agenda directamente desde la web.
- Los días 1 por la tarde, 2 y 3 de octubre, podrán conocer la experiencia de los visitantes con sus productos. Podrán venderlos directamente al consumidor final.

PARTICIPANTES

- Cámaras de Comercio Europeas, asiáticas e Iberoamericanas en España y Portugal.
- Principales Centrales de Compra y de mercados centrales de España y Portugal.
- Empresas Exportadoras e Importadoras del Sector Agroalimentario.
- Empresas de Logística, nacionales e internacionales.



- Centros de Investigación e Innovación.

Teniendo en cuenta el contexto actual, es la primera feria que se va a realizar en espacios abiertos y seguros, cuenta con el soporte y respaldo de empresas e instituciones de España, Europa, América, Australia y países árabes gracias a la colaboración de las Cámaras de Comercio extranjeras en España y de las oficinas comerciales de algunas embajadas.

Asimismo la feria también servirá para la promoción del turismo relacionado con productos, gastronomía, bebidas, etc. Algunas regiones y países participantes sumarán a su participación la difusión turística. Se van a presentar nuevos productos, (congeladores y otros temas relacionados con la alimentación), invernaderos hidropónicos de última generación, entre otros bienes de equipo relacionados con la agricultura, alimentación e innovación tecnológica.

AGROIBERIA Aranjuez se presenta como una plataforma excepcional para conectar con importadores, distribuidores, hacer degustaciones y maridajes, encontrar clientes, incluso vender sus productos directamente al público desde el viernes 1 de octubre por la tarde hasta el domingo 3 de octubre.

Una experiencia con características únicas y al aire libre

Esta feria congrega a empresas exportadoras e importadoras, hortofrutícolas, agrovoltáicas o relacionadas con cualquier producto agrícola hasta

empresas consultoras, de logística, distribución y comercialización nacional e internacional, seguros agrarios, entre otros.

AGROIBERIA Aranjuez ofrece servicios y oportunidades a los expositores y visitantes, ya que reúne a un nutrido grupo de profesionales de comercialización, distribución, innovación e internacionalización junto a un grupo selecto de empresas representativas. Para los expositores cuenta con un programa paralelo de transferencia de conocimientos (mesas redondas, conferencias, reuniones sectoriales...). Además, se complementa con una amplia campaña de comunicación en medios.

Como estrategia para impulsar los objetivos de negocio de los participantes en AGROIBERIA Aranjuez los organizadores ofrecen servicios personalizados: La empresa expositora comunica los objetivos que quiere conseguir, para establecer el contacto con las empresas e instituciones que más se ajustan a sus necesidades. Así, durante la feria, los organizadores le brindarán una agenda de reuniones con empresas interesadas y para asesorarlos en la gestión y en el seguimiento de los contactos obtenidos.

El formato de AGROIBERIA Aranjuez 2021 es presencial y virtual, compaginando una exhibición profesional y abierta al público. El recinto ferial se situará en la histórica Plaza de San Antonio de Aranjuez con un área de 46 mil m² de superficie, 15 mil m² de espacio expositivo y 16 mil m² de aparcamiento gratuito. Ofrece stands al aire libre desde 9m² hasta 48 m².



Es una ubicación perfecta para poder degustar los mejores productos y gastronomía local e internacional. Está céntrico y alejado de los grandes centros urbanos y del resto de recintos feriales. Muy bien comunicado: a escasos 50 minutos de Madrid y a 1 hora del aeropuerto y del AVE. Además, se puede llegar en transporte urbano (tren y autobús).

Otro atractivo, es el entorno de tradición agrícola. Aranjuez, declarado Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, además de poder disfrutar del paisaje rural y urbano, y sus jardines arbolados que ofrece el Real Sitio y Villa de Aranjuez.

Perú en AGROIBERIA con la representación de la CCPE

En Agroiberia Aranjuez 2021 participan las Cámaras de Comercio Extranjeras en España y Portugal, tanto las europeas como las asiáticas y americanas. Entre ellas, la Cámara de Comercio del Perú en España, como representación exclusiva del país, siendo el enlace comercial entre empresas e instituciones de ambos países.



ARTÍCULO

por Jessica Tantalean Noriega, Especialista del Observatorio de Movilidad de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria

MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE PARA LAS CIUDADES DEL PERÚ

AFIANZANDO PERSPECTIVAS PARA NUESTRO FUTURO

Han pasado más de 50 años que hicimos algo muy relevante como humanidad. Llegamos a la Luna. Ahora, el plan de llegar a Marte es una realidad y de corto plazo. Las investigaciones y los proyectos en marcha apuntan a que los seres humanos no solo comenzaremos a colonizar el planeta rojo, sino que buscaremos transformar su atmósfera para que, en un futuro aún lejano, podamos **terratransformarlo** para que la vida sea propicia. Esta es la visión de nuestra humanidad mirando hacia el futuro. ¿Y qué pasará con nuestro planeta? Pues aquí hay desafíos locales muy duros y complicados de darle solución rápida. La Pandemia del COVID-19 ha ayudado a acelerar cambios a pesar de las grandes pérdidas humanas. A ralentizado el proceso de degradación, pero no por mucho tiempo. Durante los meses largos de los primeros confinamientos hemos visto que ha sido propio para un respiro de nuestra Gaia. Nuestro planeta Tierra.

No hay duda de que las ciudades son las mayores consumidoras de recursos y productoras de desechos. Trabajar estrategias para hacer cambios en la gestión urbana bajo políticas de sostenibilidad es posible y muchas ciudades ya se encuentran trabajando en ello. La participación del sector privado es fundamental. No solo en recursos compartidos para el bien público, muchas veces atendido desde las Áreas de Responsabilidad Social Corporativa, sino en articular las políticas de sostenibilidad en sus empleados y en sus vidas. Buscar cambiar hábitos es fundamental. Sea sobre la gestión de los residuos, la eficiencia energética, el ahorro del agua y la forma en cómo nos movemos cada día: La Movilidad Urbana.

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS DE LA MOVILIDAD URBANA PARA TRANSFORMAR CIUDADES.

Este nuevo sector del desarrollo tiene el objetivo de incrementar los desplazamientos más sostenibles del día a día, cuando vamos a trabajar, a estudiar o nos movemos por otras razones. Y por su puesto a buscar reducir los grandes problemas que el divorcio de los

sectores del urbanismo y el transporte nos ha dejado. Año a año, nuestras ciudades crecen y se expanden, ganando a todos los intentos de planificación urbana. Los viajes se han hechos más extensos con más tiempo dedicado a los desplazamientos. Está claro que el formato de diseño y gestión de las ciudades promovido por décadas no funciona y esto nos ha llevado a generar más problemas.

Nuestra forma de planificar las ciudades ha sido obsoleta en todos sus ángulos y caducó hace años. Pero muchas ciudades del mundo aún no apuestan realmente. A veces por ignorancia técnica y otras por intereses políticos. La COVID-19 nos ha abierto una nueva perspectiva en la población, estimulando a reflexionar sobre nuestras vidas y nos ha invitado a tomar decisiones de cambios en nuestra cotidianidad. Depende de nosotros mismos que estos cambios duren más allá de pandemia, y por su puesto de Estado también.

Es importante recalcar que cuando hablamos de Movilidad no sólo nos referimos a los desplazamientos en sí, sino también al espacio por donde discurren los desplazamientos. Los aspectos físicos e infraestructura de la movilidad se atienden desde la Gestión del Urbanismo y el de los desplazamientos en sí en la Gestión del Tráfico, del Transporte o la Circulación.

La Movilidad tiene dos formas de atenderse: Desde la Planificación, con una mirada a largo plazo y programática, o desde la Gestión. Con los años se ha ido consolidando los respectivos instrumentos y herramientas de la Movilidad, que buscan articular la política de movilidad sostenible. Desde Leyes, Reglamentos, Manuales, etc. a nivel nacional, pasando por los distintos niveles de gobierno hasta llegar a los Gobiernos Locales. Pero ¿cuál es el instrumento más importante para un Municipio? En el caso de la Planificación es el Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS), y desde la Gestión de los desplazamientos urbanos es la Ordenanza Municipal de Movilidad.

Si existe una buena coordinación interna en los



Municipios podría haber grandes posibilidades de hacer política de movilidad sostenible de forma articulada entre las unidades municipales respectivas, la que planifica y la que realiza obras, y la que ordena la circulación y el tráfico.

Muchas veces el mayor problema no es que una unidad técnica no está preparada para hacer políticas de movilidad sostenible como: cerrar calles al tránsito vehicular, peatonalizar y ganar espacio reduciendo espacios al auto, adecuando e implementando itinerarios para las bicicletas y vehículos de movilidad personal, segregando carriles exclusivos al transporte público para darle prioridad y que no sea parte de las congestiones, mejorando las paradas y el espacio entorno a ellas que pueden ser considerados pequeños nodos de la multimodalidad (varios modos de desplazamientos) y ordenando la superficie del espacio público para que la gestión de la carga y descarga de mercancías (gran dilema de muchas ciudades) se atienda de forma efectiva. Sino que el Alcalde no lo desee. O no le convenga.

El primer gran reto es entender y convencerse de que no vamos a solucionar la congestión con más infraestructura que fomente el flujo vehicular. La ampliación de carriles o cualquier intervención para facilitar al automóvil es un error. Trae más automóviles y por ende congestión. Además de pérdida de tiempo, contaminación, inseguridad vial, ocupación desmedida de vehículos en el espacio público, ruido y una inseguridad clásica de lugares con mucha congestión. Donde no te sueltas del bolso caminando y cuidando que te rompan una ventana y te roben. Buscar cambiar el chip toma tiempo y requiere de una estrategia que se engrana a otras.

LA SEMANA EUROPEA DE LA MOVILIDAD EN EL PERÚ.

Desde hace 2 años, el Perú se ha sumado de forma activa a la mayor estrategia mundial existente que tiene como objetivo promover políticas de movilidad sostenible en las ciudades: La Semana Europea de la Movilidad SEM (www.mobilityweek.ue). Es la campaña más extendida y exitosa de movilidad en el planeta. Inició en el 2002, y actualmente tiene más de 3 000 ciudades europeas y del mundo participando de 52 países. Y año a año se suman más. El 22 de septiembre es el día central y es conocido como el "Día Sin Auto", que en Perú se celebra gracias a la Ley 29593, "Ley que declara de interés nacional el uso de la bicicleta y promueve su utilización como medio de transporte sostenible". Cada año, la Estrategia se fortalece y se complementa, madurando el proceso para consolidarla en las agendas de instituciones públicas y/o privadas, y

en las políticas públicas de los tres niveles de gobierno.

Gracias a la gestión de MOBILIS, Asociación de Movilidad Sostenible para Ciudades Peruanas y coordinadores de la Semana Europea de la Movilidad en Perú SEMPerú (www.semperu.com), en la SEMPerú2020 se logró que por primera vez Perú participe de forma activa y efectiva. A pesar de la Pandemia se logró que 15 Municipios del país participen. Uno de los objetivos principales de la Estrategia es la participación de las ciudades, a través de los Gobiernos Locales, quienes se encargarán de darle celebración durante la semana con una agenda de actividades locales. Empoderar a los Municipios para el liderazgo es clave. Esto no hubiera sido posible sin el apoyo de la Oficina de Participación ciudadana del Congreso de la República, el Ministerio del Ambiente del Perú MINAM y el Patronato de empresas por los ODS Perú2021.

En el Perú, tenemos el gran reto de insertar las políticas de movilidad sostenible en los gobiernos locales, nivel gestor directo de las ciudades. Es la Semana de la Movilidad una pieza articuladora de una Estrategia que avanza durante el año hasta llegar al siguiente septiembre.

PALABRAS PARA EL PRÓXIMO EQUIPO DE GOBIERNO.

La gran mayoría de los municipios del país aún atienden la movilidad desde el punto de vista del vehículo; gran parte de sus funcionarios o técnicos locales existentes se encuentran limitados a analizar los conflictos creados por el vehículo privado y tratar de resolverlos.

Pasan los años y seguimos confirmando que la Movilidad y sus conceptos innovadores aceleran los procesos para una gestión urbana sostenible, y hace emerger una gran oportunidad para evolucionar hacia una sociedad más justa, equitativa y equilibrada. Hoy, en el marco del Bicentenario de la Independencia del Perú, hacemos un llamado a no perder tiempo. Esta más que contrastado do que la movilidad sostenible mejora el potencial de la recuperación de una ciudad. La movilidad, que abarca los desplazamientos, sea de personas o mercancías, vehículos e infraestructuras, pero con una mirada integral, resiliente y futurible.

BEATING OUR LIMITS TOGETHER



MULTITRADE
SPAIN | WORLDWIDE
LOGISTICS

multitrade-spain.es





RICARDO MÁRQUEZ

Presidente de la Sociedad Nacional de Industrias

La Sociedad Nacional de Industrias, es una organización privada que agrupa al gremio del empresariado peruano de la industria manufacturera. Tiene su sede en Lima y sedes regionales en las ciudades de Arequipa, Trujillo, Huancayo y Chiclayo. Cuenta con 58 comités sectoriales relacionados con la industria de alimentos y bebidas, química, papel, telecomunicaciones, industrial, metal, plásticos, textil y calzado, transporte, entre otros.

ENTREVISTA

a Ricardo Márquez Flores, Presidente de la Sociedad Nacional de Industrias

‘COMO GREMIO, IMPULSAMOS FUERTEMENTE LA INDUSTRIALIZACIÓN EN EL PERÚ’

¿Cuál es el panorama actual de la industria peruana?

La industria peruana cayó 13% el año pasado a raíz de la pandemia del COVID-19. Cabe indicar que cuando se dictó el aislamiento social obligatorio en marzo del 2020, solo un pequeño porcentaje de la industria se mantuvo operando, el mismo que estaba ligado a las actividades esenciales, al que luego, se sumaron otros sectores como envases, embalajes, por citar algunos. Recién en junio de ese año, la industria fue retornando gradualmente a la actividad.

Se estima que la manufactura no primaria alcance el valor de pre pandemia a mediados del 2022. Sin embargo, hay que precisar que los recursos productivos están intactos y han logrado reaccionar con un crecimiento importante a marzo de este año, al punto que hemos sido la economía con el mayor crecimiento sectorial en América Latina.

¿Qué rol deben asumir el Estado y el sector privado para el fomento de la industrialización en la economía peruana?

Como gremio, impulsamos fuertemente la industrialización y pedimos las condiciones necesarias para hacer industria en el Perú. Además, desde hace muchos años, hemos fomentado que las autoridades gubernamentales puedan instaurar una política industrial activa. Como SNI hemos tomado la iniciativa y hemos propuesto Perú Agenda al 2031, en la que mostramos cómo podemos tener un crecimiento sostenible si es que prendemos nueve motores productivos, algunos de los cuales son industriales y los demás tienen un fuerte vínculo con la manufactura. Debemos ser claros, es la industria y la política sectorial la que puede garantizar la generación de empleos que el Perú necesita en el corto y mediano plazo.

Ante el panorama económico actual ¿Qué debe hacer el gobierno para diferenciarse e impulsar las industrias y exportaciones con valor agregado?

Primero debemos tener un plan y políticas sectoriales con medidas de promoción que tengan un tiempo limitado y que estén condicionadas a determinados compromisos que deben asumir las empresas beneficiarias. La experiencia peruana de medidas promocionales para la minería y la agroexportación han demostrado que las políticas sectoriales sí son efectivas. Basta ampliarla a nuevos sectores, como la manufactura no primaria.

Cabe indicar que el Perú tiene Plan Nacional Estratégico Exportador desde hace muchos años y eso explica el crecimiento de las exportaciones peruanas; sin embargo, no se ha promovido un plan para la industria. Como país, precisamos de manera urgente una estrategia integral de desarrollo con políticas de generación de clústers sectoriales con dimensión territorial.

Es necesario encadenar el potencial productivo peruano, el cual presenta un dualismo: Empresas grandes con niveles altos de productividad y microempresas, que constituyen la mayor parte del tejido empresarial, pero con precaria productividad para generar desarrollo. Por lo tanto, es necesario impulsar la sofisticación productiva incluyendo una mirada de sostenibilidad, economía circular e industria 4.0, además de las acciones que permitan integrar a las microempresas al mercado formal.

¿En qué sectores industriales cree Ud. que el Perú debería especializarse?

El Perú tiene un fuerte potencial para expandir más la metalmecánica vinculada a la minería, se puede profundizar el boom agroindustrial, pues hay muchos cultivos nativos y foráneos (como los berries) por explotar.

Los sectores de la pesca para consumo humano y acuicultura cuentan con gran potencial, pero se requiere una mayor cantidad de centros productores, tal como los países vecinos Ecuador y Chile. Además, podemos tener una industria de confecciones más orientada a nichos, dada la imposibilidad de competir con las prendas artificialmente baratas que vienen del Asia. De contar con una industria petroquímica, aprovechando los grandes yacimientos de gas existentes en el país, el sector plástico nacional podría ser más grande, como lo demuestra la experiencia de México; mientras que, la eventual explotación de los yacimientos de litio en el Perú podría desarrollar una industria de baterías, de tal manera que se pueda exportar la materia prima con valor agregado.

Cabe resaltar que el sector forestal, alimentos, turismo, servicios y construcción presentan alternativas de inversión y reactivación en el corto plazo.

¿Cree Ud. que la industria peruana está preparada para su internacionalización?

Durante la mayor parte de este siglo, las exportaciones no manufactureras han tenido una tendencia creciente, aunque con diferentes performances. Luego del shock de los años noventa, la industria peruana se modernizó para poder competir en el marco de una economía abierta, pero ciertamente tenemos una agenda de competitividad pendiente que pasa por reducir algunos costos laborales, tributarios y tener una mejor regulación interna. Sin duda, la industria ha aprovechado los TLC, pero hay factores que nos siguen restando competitividad y nos impiden crecer más en las exportaciones.

¿Cuáles han sido los principales logros de la entidad para el



fomento de la industria peruana y su internacionalización?

La SNI realiza una intensa actividad de defensa gremial que nos ha permitido evitar algunos daños normativos que afectarían a la industria. Pero más allá de ello, somos un gremio con una gran capacidad propositiva y, un claro ejemplo de ello, es Perú Agenda al 2031, así como las propuestas de política que alcanzamos al gobierno durante la pandemia, muchas de las cuales terminaron como medidas implementadas.

En el campo de la internacionalización, la SNI ha participado activamente en las negociaciones de todos los tratados de libre comercio llevando la voz del industrial peruano y hemos logrado grandes cosas. Además hemos realizado algunas actividades de promoción comercial, las cuales se han visto afectadas por las restricciones de la pandemia del COVID-19.

“El principal reto es tener una industria más inclusiva, de modo de tener un proceso de industrialización más profundo en todo el país”

¿Cómo afectó al sector la pandemia del COVID-19? ¿Qué medidas se tomaron para continuar con los labores?

La SNI estuvo muy cerca del gobierno buscando la forma de reactivar los sectores proveedores de las actividades esenciales al comienzo; y luego ayudando a definir el orden de los subsectores que irían reiniciando actividades productivas de acuerdo al esquema propuesto por el gobierno. A nivel más interno, apoyamos a nuestros asociados a entender la normatividad que el gobierno iba promulgando en cuanto a restricciones, protocolos sanitarios, medidas respecto a seguridad y salud en el trabajo, entre otros.

Como gremio ¿Qué enseñanza o estrategias trajo la pandemia?

La pandemia ha puesto al descubierto muchas falencias en nuestro país. Por ejemplo, la falta de oxígeno y de camas UCI nos mostró la precariedad del sistema de salud y, por eso, impulsamos la iniciativa Respira Perú

junto con la Conferencia Episcopal Peruana y la Universidad San Ignacio de Loyola. Un gran movimiento solidario que nos ha permitido dotar de oxígeno y hacer frente a la pandemia. A través de esta iniciativa hemos logrado abastecer de oxígeno con la entrega de 26 plantas a nivel nacional, además de 100 generadores de alto flujo (dispositivos reguladores de oxígeno medicinal fabricados en el país), 560 concentradores de oxígeno y 880 balones de oxígeno. Hemos implementado también 7 centros de atención temporal de oxigenación (CAT-02) en Ate y Rímac en Lima, Arequipa, Tacna, Moquegua, Cieneguilla y San Juan de Miraflores. Estos establecimientos tienen como objetivo atender a pacientes con sospechas o diagnóstico de COVID-19 que no requieran hospitalización.

De otro lado, la SNI se adaptó a la nueva normalidad y tradujimos todos nuestros servicios a formatos digitales, lo cual nos permitió seguir al lado de nuestros asociados en estos momentos difíciles.

¿Qué significa para la Sociedad Nacional de Industrias la celebración del Bicentenario del Perú?

Es un momento para repensar lo que debe ser la Economía Social de Mercado que está en nuestra Constitución Política. El Perú tuvo un buen crecimiento económico, en los últimos años, pero se descuidaron aspectos como la inversión pública en salud, educación, entre otros. Además, el crecimiento ha sido desigual entre las diferentes regiones del país y algunas han quedado rezagadas. Es momento de que miremos el crecimiento y desarrollo económico del país y, en especial, de la sierra y selva del país.

¿Qué nuevos retos y metas se plantea la SNI a partir de esta una nueva etapa para nuestro país?

El principal reto es tener una industria más inclusiva, de modo de tener un proceso de industrialización más profundo en todo el país y no solo en determinadas regiones de la costa peruana. También tenemos el reto de dar mayor valor agregado a las materias primas que producimos y exportamos, para lo cual la industria debe jugar un rol muy importante.

Finalmente, tenemos el reto de ser una industria sostenible y de abrazar las tecnologías de la Industria 4.0 para ser más productivos y competitivos.

ARTÍCULO

por Cayetana Aljovín, Presidenta de la Sociedad Nacional de Pesquería

EL SECTOR PESQUERO Y ACUÍCOLA REQUIERE POLÍTICAS PÚBLICAS EFICIENTES

Desde el nacimiento de la República, el mar no solo es un espacio natural de nuestra soberanía nacional, sino que también es reconocido como uno de los cinco mares más productivos del mundo y cumple un rol estratégico en el desarrollo del país como fuente inagotable de recursos naturales.

Por ello, desde tiempos milenarios en el Perú, la pesca ha sido una actividad muy relevante para las diferentes generaciones y es un actor importante en el intercambio comercial del país al tener una de las pesquerías más importantes del mundo, como la de la anchoveta, de donde se extrae la harina y el aceite de pescado, ingredientes marinos que son la base de la alimentación de todo el planeta.

Así, por ejemplo, a partir de la segunda mitad del siglo pasado, se inicia el proceso de industrialización del sector pesquero y la pesquería de anchoveta en el Perú, empieza a posicionarse como el principal productor de harina y aceite de pescado a nivel mundial.

En los anales de su historia económica figura que, en la década de los años setenta, el gobierno militar expropió la industria pesquera y, al imponer un modelo de gestión estatal, la condenó al fracaso; pues no solo trajo mucha burocracia y corrupción, sino que no mostró consideración alguna por la sostenibilidad del recurso, porque se pescaba lo que se podía y cómo se podía.

En ese contexto, a partir de los años 90, empieza el proceso de modernización del sector, atrayendo capitales privados peruanos y extranjeros y donde se empieza a tomar conciencia de la problemática del aprovechamiento desmedido de los recursos y se implementan las primeras medidas para asignar cuotas globales.

Sin embargo, ello no era suficiente. La ley de cuotas dictada en el 2008, marcó un antes y después en la

industria pesquera. Así, a partir de esta ley de ordenamiento pesquero se avanza en la sostenibilidad, mejoran las condiciones laborales de los trabajadores pesqueros y se aumentaron los salarios en 114%.

Así, hoy la biomasa de anchoveta en el Perú es saludable y se pesca solo hasta el 35% y se deja el 65% para una adecuada reproducción, garantizando así el recurso para las futuras generaciones. Asimismo, en los últimos años, el sector pesquero industrial ha invertido más de US\$ 500 millones en beneficio del cuidado ambiental por las empresas asociadas a la SNP, y es una muestra del compromiso que tiene el sector por la sostenibilidad, por el cuidado de los recursos marinos y por el cuidado del ambiente.

Por otro lado, desde el sector pesquero, que históricamente estuvo liderado por hombres, nos sobran los motivos para agradecer por estos 200 años, donde hoy la presencia de la mujer es fundamental para la toma de decisiones, una evidencia concreta que hemos avanzado como República y nos comprometemos a seguir trabajando en fortalecer un sector que tiene como propósito el desarrollo sostenible y el bienestar de todos.

Sin embargo, recibimos el año del bicentenario en medio de la crisis sanitaria más grave de nuestra historia republicana, donde más de 190 mil compatriotas han perdido la vida y en un contexto de crisis económica y política. Por ello, como lo hemos reiterado en diferentes oportunidades, el sector pesquero no necesita regalos ni subsidios, tan solo estabilidad para poder contribuir con la reactivación económica y en garantizar la seguridad alimentaria.

En efecto, dotar de estabilidad al sector pesquero, permitirá desarrollar inversiones de largo plazo y seguir apostando por la innovación en aras de la eficiencia y la competitividad.



Asimismo, se hace necesario reducir los sobrecostos regulatorios (derechos de pesca, programa de control y vigilancia, aportes dirigidos, entre otros) que afectan al sector. No puede ser que la pesca, que es uno de los sectores reactivadores de la economía y que tiene como propósito contribuir a garantizar la seguridad alimentaria de la población, sea el sector que más sobrecargas soporta, incluso más que la minería, que por cierto ya tiene cargas excesivas. Más aún, y aunque las comparaciones son odiosas, mientras que Chile soporta cargas que ascienden a US\$ 13.8 por TM, en el Perú alcanzan los US\$ 14.9 por TM, siendo el país de la OECD que más sobrecostos paga en el sector pesquero.

Por otro lado, un apunte que no puede quedar fuera del debate, es la reactivación de la pesca en el sur. Por la particularidad geográfica de nuestro zócalo continental, existía un régimen especial de pesca en la zona que fue anulado en el 2011 y, en consecuencia, se han cerrado 7 plantas pesqueras, se han perdido más de 6.500 empleos formales y, tenemos sin aprovechar la zona del triángulo marítimo que tanto nos costó recuperar. De reinstaurarse este régimen, podríamos volver a nuestros niveles de captura de anchoveta en el sur, y no como ocurre en la actualidad, que Chile viene pescando lo que nosotros dejamos de pescar. Si bien se han abierto temporadas de pesca en la zona, sin tomar en cuenta lo anterior, esto resulta insuficiente para reactivar dicha zona.

Otro aspecto fundamental es desarrollar la industria del atún, que podría triplicar los puestos de trabajo y casi quintuplicar los tributos. Por ejemplo, Ecuador, es el quinto productor de atún del mundo y hoy nos saca una ventaja importante porque tiene políticas y costos más competitivos. Solo en combustible, hay una diferencia que podría ser contrarrestada si se aplicara en el Perú el reintegro tributario del ISC u otra medida que corrija esta distorsión.

Finalmente, el Perú podría ser una potencia acuícola toda vez que posee condiciones favorables para su desarrollo no solo en el mar, sino también en la sierra y selva. Sin embargo, carece de una ley que promueva esta actividad, y que, además de reglas estables, incluya incentivos para su desarrollo.

En el año del bicentenario, el sector pesquero y acuícola no requiere regalos ni subsidios, solo políticas públicas eficientes que lo afiancen y no limiten su desarrollo.

ARTÍCULO

por Gabriel Amaro, Director Ejecutivo AGAP

ESPAÑA LA PUERTA DE ENTRADA A EUROPA DE LAS AGROEXPORTACIONES PERUANAS

Este 2021 el Perú celebra su bicentenario, un país de ensueño, con una impresionante geografía contenida en su mar, costa, sierra y selva, espacios donde se escribe su historia y que albergan riquezas inimaginables mineras, pesqueras, flora y fauna y, por supuesto también, su agricultura de un origen ancestral que, moderna, hoy día marca el rumbo de una integración global a través del comercio de sus productos agrarios.

Aunque el boom de la agricultura peruana que hoy conocemos lleva poco más de 20 años, estos han sido suficientes para ser reconocidos en los cinco continentes, manteniendo al Perú en los primeros puestos como país agroexportador de frutas y hortalizas con el arándano, espárrago, uva, mango, banano orgánico, jengibre, entre otros. Compartiendo, con todo el derecho, la condición de formar parte de los principales países considerados como “la despensa del mundo”.

El agro moderno peruano viene aprovechando sus condiciones privilegiadas de ubicación geográfica, biodiversidad, clima, disponibilidad de tierras, disponibilidad de agua, etc. que le permiten tener altas productividades para la atención de los mercados nacionales y mundiales. Pero la agricultura no solo viene jugando un papel fundamental en la economía peruana sino también en el desarrollo social del país, como muestra de ello es su posición de segundo sector exportador y el de mayor generación de empleo, impactando en la reducción de la pobreza, con la mayor Población Económicamente Activa que incluye a millones de agricultores, en su mayoría de pequeñas unidades productivas, que desarrollan esta noble actividad.

El mercado internacional hoy en día es el mercado natural de la agricultura moderna peruana y el 2020 no fue la excepción. Durante el año pasado, la agroexportación peruana continuó con un crecimiento

de 6% comparado con el 2019 llegando a cerca de US\$ 7,500 millones; siendo la Unión Europea y Norteamérica quienes reciben el mayor porcentaje de nuestros productos. En el caso del viejo continente, el 2020 se exportaron más de US\$ 2,700 millones de productos agrícolas peruanos a toda Europa.

El crecimiento de las exportaciones peruanas a España pasó de US\$ 83 millones el año 2000 y US\$ 237 millones el 2010 a US\$ 454 millones el 2020, con un impresionante 23% de crecimiento promedio anual. Otra cifra importante es que el 17% de todas las agroexportaciones peruanas a la Unión Europea ingresaron por puertos y aeropuertos españoles, siendo el Puerto de Algeciras el principal puerto de entrada, convirtiendo a España en una importante puerta para los productos agrarios peruanos.

Son cientos de empresas agroexportadoras peruanas las que hoy en día tienen en España su mercado objetivo, proveyendo de productos agrarios de la más alta calidad como palta hass, pimienta piquillo, espárragos, uvas, alcachofas, mangos, páprika, cebollas, arándanos, jengibre, cítricos, entre muchos otros productos del agro peruano.

Sin embargo, como en todo, el camino no fue y no es fácil. Nuestra agricultura afrontó desde crisis económicas y políticas hasta fuertes embates de la naturaleza, fenómenos naturales como el Niño Costero del 2017, que activó muchas quebradas costeras peruanas generando destrucción y pérdidas de vidas, sin embargo lo pudimos superar, trabajando unidos y con una industria moderna y responsable logramos mantener la producción y el crecimiento, preservando no sólo los cultivos, sino también los cientos de miles empleos generados en las zonas rurales peruanas.

Desde el año 2020, al igual que todos los países, venimos atravesando una de las peores pandemias



globales que ha sufrido la humanidad: el coronavirus. El Perú protegió su cadena de abastecimiento de alimentos, lo cual permitió que la producción agraria, agroindustria y agroexportación pudiesen seguir operando por tratarse de una actividad esencial, abasteciendo sin parar los mercados nacionales e internacionales cumpliendo con todos nuestros compromisos.

En el marco de las buenas prácticas de las empresas agroexportadoras peruanas relacionadas al cumplimiento de protocolos y estándares sanitarios del más alto nivel, desarrollamos en la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú [AGAP] protocolos privados para evitar el contagio y mitigar el efecto del COVID-19, los cuales se implementaron desde los primeros días de la cuarentena a través del "Manual de Buenas Prácticas y Medidas de Prevención contra el COVID-19". De manera paralela a la actividad productiva, las empresas del sector agrario desplegaron múltiples acciones de apoyo social y humanitario a las instituciones del sector público y a la población de diversas regiones en la lucha contra la pandemia.

Aún tenemos muchos retos y desafíos que afrontar, pero también tenemos muchas más ganas de seguir creciendo y desarrollando el sector. Retos como mejorar la regulación y competitividad del sector, desarrollo de infraestructura hidráulica mayor y menor en las regiones costeras y la sierra, integración de cientos de miles de pequeños productores a las modernas cadenas productivas y de comercialización peruanas, desarrollo de ecosistemas de I+D+i, seguir consolidado los mercados internacionales, así como acceder a nuevos mercados, son sólo algunos de los retos que tenemos en la agricultura peruana.

Este 2021 mantenemos las perspectivas de crecimiento del sector agrario peruano y el liderazgo mundial en varios de nuestros productos en una época muy complicada globalmente. Es por ello que el intercambio comercial global particularmente con el continente europeo y por ejemplo, a través de España como puerta de entrada a Europa, es estratégico para nuestros países, relaciones que seguiremos cultivando como buenos agricultores.

ANÁLISIS

por Cristian L. Calderón Rodríguez, Director de la Comunidad Portuaria del Callao

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS PROCESOS DE COMERCIO EXTERIOR EN EL PERÚ

En la última década del siglo XX, la Aduana inició un proceso de modernización basada en la implementación de nuevas tecnologías, para lo cual tuvo que reformar sus regulaciones administrativas e incluir en sus procesos, un sistema de gestión de riesgos. Este proceso permitía que las declaraciones aduaneras fueran transmitidas electrónicamente y que el sistema de control seleccionara aquellas declaraciones de mayor riesgo para su revisión física. Sin embargo, el resto de entidades vinculados al comercio internacional seguía manejando los procesos de manera analógica.

Con la entrada del nuevo siglo, los puertos tomaron el liderazgo de la modernización del sector. Los procesos de modernización portuaria implicaron no solamente la participación de los líderes mundiales de la industria portuaria sino también la interconexión digital de toda la logística marítima portuaria. Cabe mencionar que en todo momento la cooperación técnica de entidades vinculadas a los puertos de Barcelona y Valencia fueron fundamentales para la gestación del nuevo modelo portuario del Perú. En particular la fundación Valencia Port que desde el año 2005 viene acompañando a la Autoridad Portuaria Nacional en la elaboración del Plan nacional de desarrollo portuario, planes maestros, sistema de calidad de los servicios portuarios, y digitalización de procesos.

A inicios de la primera década del siglo XXI se pone en marcha la ventanilla única de comercio exterior, la cual hegemoniza los procesos de transformación digital en todos los ámbitos del comercio exterior peruano. La ventanilla única de comercio exterior permite que los certificados de origen se emitan de manera digital y según el destino de estos, se impriman o se envíen digitalmente al beneficiario ubicado fuera del Perú. También contiene la ventanilla portuaria, diseñada por consultores españoles, gracias al financiamiento de la Unión Europea. Mediante la ventanilla portuaria, el ingreso, permanencia y salida de naves se realiza de

manera digital, así como los permisos necesarios para la atención de las naves y tripulantes. El tercer componente de la ventanilla única a inicios de la primera década del siglo, lo constituía la digitalización de los permisos, autorizaciones y licencias de índole sanitario, fitosanitario, ambiental, seguridad, etc.

De tal modo que a mediados de la segunda década del siglo XXI teníamos procesos aduaneros digitalizados, logística marítima interconectada (en el ámbito aéreo sucedió algo similar con el e-freight) y la digitalización de procesos en entidades distintas a la aduana que también controlan mercancías en fronteras. Sin embargo, con miras al bicentenario, los exportadores e importadores impulsaron una segunda reforma de todos los procesos de comercio exterior.

Los gremios vinculados a la generación de mercancías consideraban que los avances de modernidad en cada entidad eran autónomos y no se comunicaban entre sí. Por ejemplo, la gestión del riesgo no estaba implementada en las regulaciones de salud o sanidad alimenticia, la digitalización aduanera no se aplicaba a las zonas económicas especiales, y las ventanillas únicas no favorecían la gestión documentaria de las empresas. El mundo también había avanzado hacia la interoperabilidad de entidades, gobierno abierto, seguridad de la cadena logística y otros conceptos que prontamente fueron materia de análisis en los espacios públicos y privados del clúster de comercio exterior. Tanto en el consejo de usuarios de Aduana, como en la comisión multisectorial de la ventanilla Única, incluso en las reuniones de la comunidad portuaria con las autoridades, el clamor era que las entidades compartan información, se reduzcan procesos, se inserten mecanismos de seguridad, se virtualice procesos internos de la administración pública.

Es así, que terminando la primera década (2018-2019) de este nuevo siglo, se logró concretar la interconexión



digital de las entidades públicas gracias a la segunda fase de la ventanilla única de comercio exterior (Proyecto Vuce 2.0), se iniciaron los procesos para extender el marco Safe de la OMA (Operador económico Autorizado), a otras entidades públicas distintas a la Aduana, aprobación de nuevas inversiones portuarias cercanas a Lima (Chancay al Norte, Pucusana al sur)

Pero lo que ocurrió a inicios de esta segunda década del siglo XXI, fue un cambio trascendental. La pandemia del COVID-19 nos obligó a transformar la cadena logística de comercio internacional. Desde fines del siglo pasado, el Estado marcó el avance en la transformación digital, pero no así en los operadores logísticos. Nuestros operadores logísticos mantienen procesos analógicos y solo tenían aplicaciones específicas para conectarse con la Aduana o la Autoridad Portuaria, mas no con otros operadores logísticos o dueños de la carga. Incluso los dueños de la carga tampoco tenían procesos digitales para su logística de comercio exterior.

Es así que, en el mes de mayo del 2020, el gobierno dictó una norma que obliga a la cadena logística a transformarse digitalmente, es decir contiene normas que acelera aquellos procesos públicos que estaban digitalizándose (según el plan 2018-2019) y normas que obligan al sector privado a digitalizarse. Cabe mencionar que la ventanilla única de comercio exterior se constituye en una plataforma digital abierta para aquellos operadores y dueños de la carga que no pueden invertir en plataformas digitales.

Hoy en día la importación y exportación de mercancías es 100% digital, incluyendo los aforos físicos (mediante video cámaras y scanner), la comunidad portuaria está en camino de concretar el port community system, como herramienta necesaria para un Smart port en el Callao (siguiendo el camino del puerto de Barcelona), mientras tanto el sector privado esta ávido de tecnologías de logística predictiva, análisis de datos, y nuevos operadores logísticos que aceleren la transformación digital en todos las empresas que participan del comercio exterior peruano.

Acompañarte

En Banco Sabadell, este es nuestro compromiso.

Un compromiso que, en realidad, son muchos más:

- un compromiso firme con el crecimiento de nuestros clientes y el crecimiento del Perú
- el apoyo a nuestros clientes en sus proyectos de inversión permitiéndoles ampliar sus capacidades productivas generando empleo y riqueza para el Perú
- financiación de operaciones de comercio exterior apoyando las exportaciones de productos peruanos por todo el Mundo
- participación en la financiación de importantes proyectos de infraestructura que han contribuido al desarrollo del Perú y mejorado la vida de muchos peruanos

Nuestro equipo de diferentes perfiles especializados está listo para asesorarte en tu camino. Un camino que llevamos compartiendo con los mismos valores de compromiso y transparencia desde hace más de 5 años en Perú. Y desde hace más de 140 años en España.



Oficina de Representación Perú
Victor Andres Belaunde 214, Of N° 401
San Isidro, Lima, Perú



Eva Arias Sologuren
Arquitecta por la Universidad Nacional de Ingeniería.

Actualmente es Presidenta Ejecutiva del Directorio de Compañía Minera Poderosa, Presidente del Consejo Directivo de Asociación Pataz, Directora de la Compañía Minera San Ignacio de Morococha (SIMSA), Directora y Miembro del Consejo Consultivo de la Sociedad Nacional de Minería Petróleo y Energía (SNMPE).

ENTREVISTA

a Eva Arias Sologuren, Presidenta Ejecutiva del Directorio de la Compañía Minera Poderosa

‘UNA GRAN OPORTUNIDAD DE MEJORA ESTÁ EN EL USO MÁS EFICIENTE DEL CANON MINERO’

SECTOR MINERO

La minería es el sector más importante para el crecimiento económico del Perú, siendo una de las fortalezas que tiene nuestro país, en ese contexto ¿Cuál es el balance del aporte de la actividad minera al desarrollo del Perú?

Efectivamente, la minería es muy importante en nuestra economía, en los últimos 10 años prepandemia no solo aportó divisas al país justificando el 58% de las exportaciones, también contribuyó con el 19% a la recaudación del Estado, aportó el 9% al PBI, el 16% de la inversión privada fue minera, generó cerca de 1.5 millones de empleos directos, indirectos e inducidos y, además, nuestro país ocupa un sitial muy importante como productor minero a nivel global.

Sin embargo, estas importantes cifras son solo una parte del aporte de la actividad minera al país, ya que éste no solamente implica los aspectos económicos, sino también el desarrollo que genera directamente en las zonas donde opera. Las empresas mineras construyen infraestructura para sus operaciones que también beneficia a las poblaciones de su entorno; generan trabajo formal y de calidad; dinamizan la economía local al apoyar emprendimientos y tomar servicios de empresas locales; es usual que participen en iniciativas para que conjuntamente con la población y/o las autoridades, mejorar las condiciones de vida de los pobladores y cerrar las brechas existentes, contribuyendo así al desarrollo del Perú.

Sin embargo, en el balance no se puede dejar de mencionar que una gran oportunidad de mejora está en el uso más eficiente del Canon Minero (50% del impuesto a la renta de las empresas mineras) por parte de los gobiernos regionales, esto es viable fortaleciendo a estos gobiernos y dándole las herramientas y el soporte necesario para lograrlo, en beneficio de la mejora de la calidad de vida de las poblaciones de las regiones mineras.

¿El sector minero puede acortar las brechas de infraestructura o de acceso a servicios para impulsar el desarrollo?

Sí puede y de hecho lo hace. Como he mencionado, el sector construye infraestructura para sus operaciones, como carreteras, redes eléctricas, aeropuertos y otros, que también beneficia a los pobladores de las zonas de operación contribuyendo a cerrar las brechas existentes. Adicionalmente, para beneficio de la población, también construye infraestructura de educación, salud, de riego, de agua y saneamiento, vías de comunicación, entre otras, ya sea directamente o usando programas como Obras por Impuestos.

En cuanto al acceso a servicios, al mejorar la calidad de la infraestructura de los servicios como salud, educación, agua y saneamiento, etc. contribuye a facilitar

el acceso a los mismos.

Sin embargo, para cerrar las brechas, se requiere que el Estado asuma su rol plenamente, para lo cual es vital que fortalezca su capacidad de gestión, en especial en las regiones y se apoye en los sectores productivos.

¿Cuáles son las expectativas del sector minero peruano?

La geología del Perú nos da un ámbito sumamente favorable para el desarrollo de la industria minera que, por requerir inversiones de muy largo plazo, requiere a su vez contextos estables en el tiempo, sin cambios radicales de las reglas del juego; como el que hemos mantenido en los últimos 30 años y que facilitó que el sector se desarrolle y crezca como lo ha hecho, contando hoy con una cartera de proyectos de algo más de US\$ 56,000 millones.

Mi expectativa es que esta cartera se incremente y se concreten los proyectos existentes contribuyendo así al desarrollo del país y de las 17 regiones en las que se encuentran; tal cual está ocurriendo actualmente con Quellaveco en el departamento de Moquegua, que está pronto a terminar su construcción y entrar en operación. Para acelerar el proceso de entrada en operación de los proyectos, es importante que los trámites para obtener los permisos correspondientes tengan más celeridad.

En general, la estabilidad con reglas claras, favorece el desarrollo de las actividades económicas en general y, por ende, del país en su conjunto.

EFFECTOS COVID-19

Debido a la pandemia del COVID-19 ¿Qué medidas se tomaron para asegurar la continuidad de las actividades en el sector minero?

En nuestras zonas de operación, las primeras medidas tomadas fueron para proteger a nuestra gente.

Se implementaron protocolos de bioseguridad y se acondicionaron los campamentos y las instalaciones para su cabal cumplimiento; se privilegió el trabajo remoto; se informa constantemente a los trabajadores sobre la enfermedad, los protocolos y las medidas adoptadas y se da seguimiento y atención médica al personal.

Igualmente, para prevenir los contagios y atender las necesidades generadas por la pandemia, no se escatimó esfuerzos en apoyar a la población de nuestro entorno, a nuestros gobiernos regionales y al nacional, con implementos de bioseguridad, pruebas de detección, oxígeno, plantas de oxígeno, equipos hospitalarios, alimentos, ambulancias, traslados, entre otros. Actualmente, en el proceso de vacunación, tenemos una participación muy activa colaborando para que se pueda acelerar la aplicación de las vacunas, mediante el apoyo logístico que se requiera y en especial en las regiones en las que nos encontramos.

En el sector minero ¿Qué les ha enseñado la pandemia?

En el entorno más inmediato, el laboral, nos ha enseñado a usar las tecnologías y la comunicación para superar la distancia y poder desarrollar nuestro trabajo desde casa. A pesar de la pandemia y gracias al trabajo remoto hemos podido continuar con las operaciones manteniendo o incrementado la producción. Es un nuevo escenario de trabajo virtual que ha llegado para quedarse. Esto no solo se dará en lo administrativo, también estamos viendo cambios en lo operativo, ya que esta realidad está acelerando el desarrollo de tecnologías para equipos manejados remotamente, entre otros. A raíz de la pandemia, también hemos tenido la oportunidad de valorar la importancia de las políticas y prácticas de seguridad que usualmente se tienen en las operaciones.

En el lado de apoyo a las personas y la salud, la pandemia nos ha permitido aprender, mediante el trabajo conjunto, a expresar mejor y reafirmar nuestra vocación solidaria. Gracias a las posibilidades que nos da la industria minera, tanto por nuestra ubicación geográfica como por nuestra capacidad de desplazamiento y acceso a recursos, tenemos la oportunidad y el privilegio de apoyar a nuestros trabajadores, sus familias, a nuestros vecinos y en general, a nuestros compatriotas, atendiendo diversas emergencias, urgencias y necesidades. Valoramos esta posibilidad de aliviar los estragos causados por la pandemia, ha sido un privilegio del que también hemos aprendido mucho.

Finalmente, a nivel de muchos de nuestros países, otra gran lección aprendida de la pandemia es que es muy urgente que nuestros sistemas de salud -especialmente en los de atención primaria y preventiva- se fortalezcan atendiendo las grandes carencias y debilidades que se han evidenciado.

BICENTENARIO

¿Qué significa para el sector minero la celebración del Bicentenario del Perú?

La celebración del Bicentenario tiene un gran significado para todo nuestro país y, por ende, para nuestra industria. Es un hito para los logros y un inicio para los nuevos retos.

Llegar a nuestro Bicentenario como una industria que a lo largo de la historia siempre ha estado presente y ha contribuido en forma importante al crecimiento del Perú tiene para todos nosotros un significado muy especial porque nos sentimos una parte constante y permanente en nuestra historia,

El Perú es milenariamente minero y en los 200 años de vida republicana, la minería ha estado siempre presente como un motor inabarcable y diverso que ha sido parte clave del crecimiento del país. Un motor que se renueva y mejora permanentemente, siempre buscando las mejores prácticas para la industria y estar a la vanguardia en la tecnología.

No quiero dejar de decir que, para mí, la minería es un legado ancestral y un gran motivo de orgullo en nuestro Bicentenario.

¿Qué nuevos retos y metas se plantean a partir de esta nueva etapa para nuestro país?

El bicentenario es un momento simbólico para cerrar una etapa y empezar una nueva centuria unidos con objetivos claros de país. Viendo las diferencias como posibilidades de complementariedad y esfuerzo conjunto. Rompiendo esos falsos dilemas de oro o agua, que no son excluyentes, sino que se complementan perfectamente. De igual manera, necesitamos al agro y la minería trabajando de la mano como actividades hermanas que son, así como todas las demás industrias que se puede desarrollar en el país. Desde la ciudad, algunas personas pretenden ponerlas en oposición sin saber que los mineros y agricultores trabajamos la tierra con amor y transformamos su riqueza de manera diferente.

En esta etapa de nuestra nación, debemos trabajar en paz, con cordialidad y unidos por el desarrollo de nuestras familias, comunidades, ciudades y regiones.

ARTÍCULO

por Sergio Rodríguez Soria, Director Ejecutivo del Instituto Tecnológico de la Producción (ITP) - Ministerio de la Producción

POLÍTICA DE INNOVACIÓN EN EL PERÚ: EVOLUCIÓN Y DESAFÍOS PENDIENTES

La creación del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SINACTI), promulgada por la Ley 28303 (julio 2021), ofrece una visión de conjunto y mediano plazo para dar los siguientes pasos para promover la innovación en el Perú.

El desafío es la implementación del sistema y sus componentes en el corto plazo, así como la capacidad de los actores para continuar esta reforma y no emprender alternativas. Por un lado, la Ley se ha basado en un proceso amplio de consultas a las instituciones públicas y privadas que ha sido refrendado por el Congreso y el Poder Ejecutivo. Por otro lado, durante el proceso electoral reciente, ninguno de los candidatos mencionó esta reforma en marcha, sino que ensayó propuestas alternativas.

La visión de conjunto de la Ley SINACTI busca resolver un problema clave: la fragmentación institucional que refleja la superposición de mandatos de varios actores y limita el impacto agregado de las políticas de innovación. Más aún, si este sistema complejo cuenta con menos recursos que otros países.

El informe final del Grupo de Trabajo para proponer una Ley de gobernanza para la CTI del Congreso señala que ese sistema creció de manera incremental y desordenada, donde nuevos planes y políticas añadían mandatos, recortaban atribuciones, y asignaban recursos sin un horizonte claro (1). Este proceso, aunque caótico, era natural en un país donde el Estado está ordenado en compartimentos estancos y donde la institucionalidad es tan débil que las políticas y programas son tan cambiantes como los funcionarios al mando.

En este contexto, la normativa subyacente propició la creación de programas, agencias y fondos fiduciarios en distintos sectores, con distintas reglas de juego para asignar recursos y apoyo, aunque persiguiendo fines

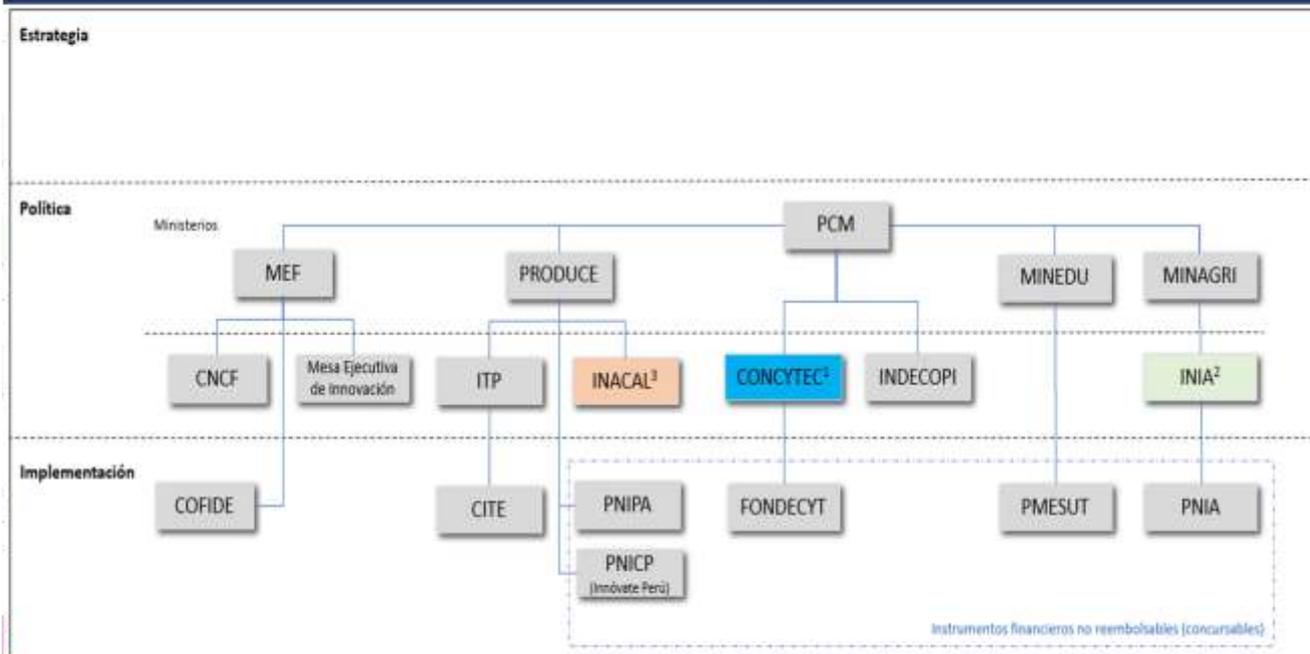
similares relacionados con promover la innovación (2). Sin embargo, estas iniciativas han significado un salto importante en los recursos públicos orientados a la innovación para distintos sectores y apoyados por organismos de cooperación internacional como el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (3).

La organización de estas agencias y programas evolucionó hacia un sistema con varios actores sectoriales y concentrados en el diseño de políticas, mientras que los organismos asociados a la implementación se encontraban poco conectados (gráfico adjunto). Si bien puede reflejar un sistema descentralizado y con especialidad sectorial, en la práctica los recursos eran insuficientes para atender las demandas de los usuarios de la política CTI. Además, sin una orientación estratégica a partir de una rectoría que organice estas iniciativas, las duplicaciones limitaban el impacto de los escasos recursos de inversión pública y cooperación internacional.

La Ley SINACTI fortalece la rectoría del Consejo Nacional de Ciencia y tecnología (CONCYTEC) sobre el sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación. Además, obtiene dos componentes transversales para resolver la fragmentación de mandatos y financiera: ProCiencia integra a varios actores de las políticas de CTI para coordinar y alinear mandatos; y ProInnovate integra varios fondos para la promoción de las actividades de CTI con un foco en el sector productivo y de cadenas de valor.

Este ordenamiento favorece las actividades del ITP red CITE en el futuro, así como fortalece su carácter articulador. La orientación hacia el campo y el trabajo directo con las empresas a través de sus servicios tecnológicos para mejorar la productividad y sostenibilidad. Es necesario tener en cuenta que las necesidades de las empresas van más allá del campo tecnológico y demandan servicios integrales de gestión,

Figura 1. Organizaciones de CTI previo a la reforma del SINACTI



Fuente: Crespi y Castillo (2020)

- 1. Ente rector del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica
- 2. Ente rector del Sistema Nacional de Innovación Agraria
- 3. Ente rector del Sistema Nacional de Calidad

financieros, inteligencia de mercados, certificaciones, entre otros.

Ordenar las políticas de CTI bajo una legislación que organice un sistema cuyos componentes funcionaban fragmentados es la principal promesa de esta legislación. Para el ITP es también la posibilidad de convocar a otros sectores del Poder Ejecutivo con el fin de desarrollar paquetes de servicios en alianza con otros actores y acceder a fuentes de financiamiento predecibles y que permitan un trabajo de mediano plazo.

La innovación requiere potenciar las capacidades de las empresas. Con instrucciones claras y la concepción sistémica de las políticas de CTI, las instituciones con capacidad de llegar directamente a las empresas pueden diseñar y probar sus servicios de acuerdo con su relevancia en el mercado.

(1) Este informe pone como ejemplo el siguiente caso. En junio de 2008, solo cuatro años después de la promulgación de la Ley 28303, se aprobó el Decreto Legislativo 1060 que regula el Sistema Nacional de Innovación Agraria y persigue los mismos fines que el sistema nacional, pero exclusivamente para el sector agrario.

(2) GUSTAVO CRESPI y RAFAEL CASTILLO (2020) Retos de la institucionalidad pública del sistema de ciencia, tecnología e innovación en el Perú.

(3) Entre ellos, el Programa para la Innovación y Competitividad del Agro Peruano (INCAAGRO); el Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad (Innovate Perú); el Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA); el Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura (PNIPA); y el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT), entre otros, lograron movilizar más de S/ 3,500 millones para la innovación con recursos públicos nacionales e internacionales.

ARTÍCULO

por Edgar Vásquez Vela, Director del Centro de Investigación en Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores del Perú (CIEN-ADEX)

PERÚ Y ESPAÑA, UNA HISTORIA COMERCIAL EXITOSA QUE SE PROYECTA AL FUTURO

Las relaciones históricas entre Perú y España trascienden a todo aspecto de la vida política, social y económica entre ambos países. En particular, el comercio siempre estuvo en el centro de dicha relación, por lo que resulta oportuno darle una mirada a su evolución más reciente al acercarse el bicentenario de la constitución del Perú como República.

El comercio exterior ha significado una importante fuente de generación de divisas, crecimiento económico y empleo para el Perú, el mismo que se ha visto impulsado por la alta integración global lograda precisamente en estos últimos 20 años, en que la dinámica de negociaciones internacionales del país liderada por su Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, le permite contar en la actualidad con 21 acuerdos comerciales vigentes que lo relacionan preferencialmente con 54 países alrededor del mundo, los cuales concentran el 80% del PBI global y el 41% de la población mundial. Socios relevantes como Estados Unidos, Canadá, la Unión Europea, China, Japón, Reino Unido, Australia, Brasil, México, Chile, entre otros, forman parte de esta importante red estratégica preferencial. Estos acuerdos comerciales cubren el 90% del intercambio comercial del Perú, el 92% del empleo asociado a las exportaciones y es destino para el 93% de las empresas exportadoras peruanas.

En esta estrategia de inserción internacional, España juega un papel preponderante para el Perú. El acuerdo comercial con la Unión Europea, la presencia empresarial en ambos países, los vínculos históricos y culturales, el uso del mismo idioma, y la facilidad de ingreso para los ciudadanos peruanos al espacio europeo con la eliminación del requerimiento de visas Schengen desde marzo de 2016, representan incentivos significativos y generan amplias oportunidades para profundizar el relacionamiento bilateral, aprovechar las oportunidades en comercio, inversión y turismo, y de esta manera aportar al crecimiento y desarrollo económico de ambos países.

Precisamente, en el siglo XXI, el intercambio comercial entre ambos países muestra una evolución positiva, situación favorecida por la puesta en vigencia en el 2013 del Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea, el cual tuvo en España a su principal impulsor dentro del

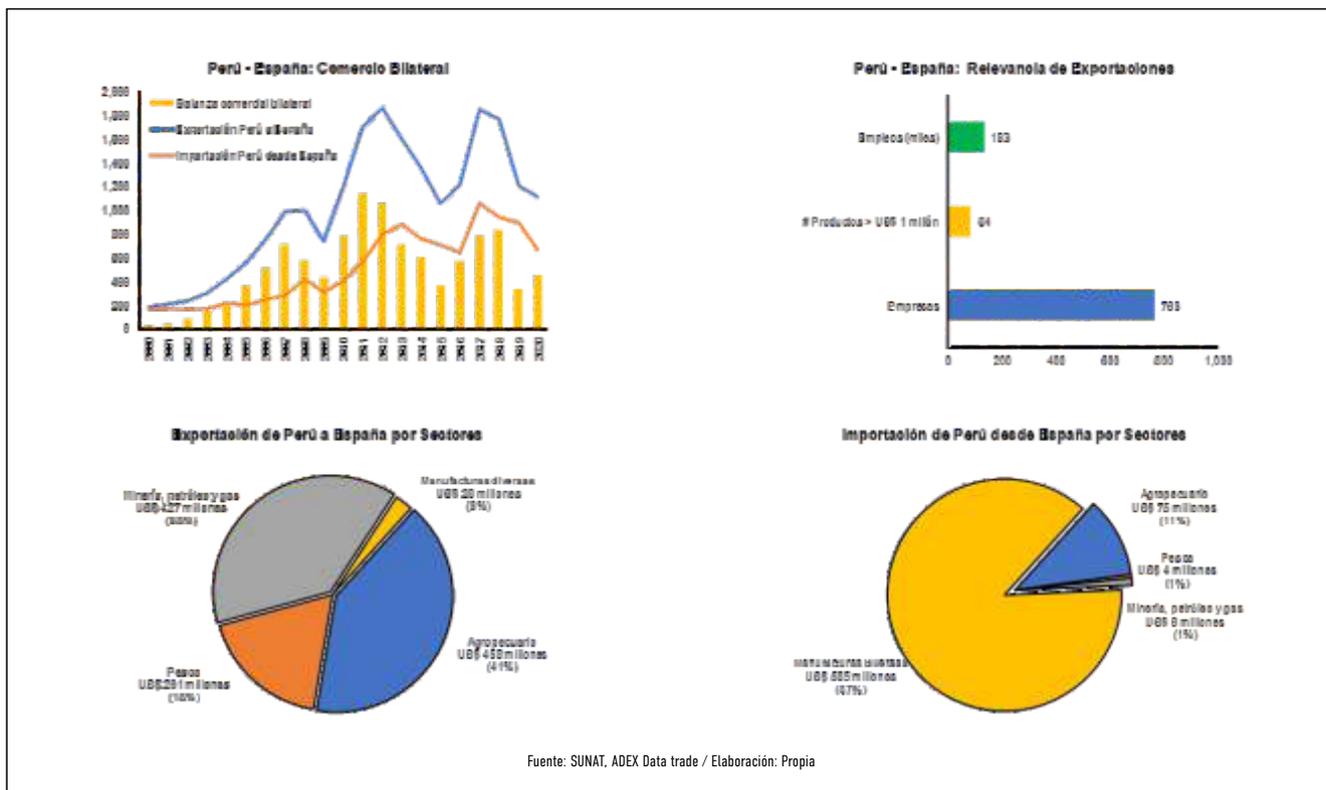
bloque, tanto en el lanzamiento y desarrollo del proceso de negociación, como en el complejo camino para su ratificación y puesta en vigencia. El acuerdo otorga preferencias arancelarias al 100% de la oferta exportable no agrícola y al 99% de la oferta exportable agrícola peruana hacia la Unión Europea.

De esta forma, en el 2000 el intercambio comercial bilateral de bienes con España alcanzó los US\$ 360 millones, monto que se multiplicó casi por 5 hasta los US\$ 1,781 millones en el 2020. Esta cifra resulta destacable pese a acumular un tercer año consecutivo de retroceso, luego de alcanzar su nivel máximo nivel histórico en el 2017 al situarse en US\$ 2,897 millones. La reciente contracción del comercio bilateral estuvo marcada por la ralentización del crecimiento económico en ambos países, la contracción del precio de los commodities mineros y la pandemia del COVID-19.

Por su parte, la balanza comercial ha sido históricamente favorable al Perú en el transcurso de estos 20 años, situándose en US\$ 441 millones en el 2020, con exportaciones de Perú a España por US\$ 1,111 millones e importaciones por US\$ 670 millones. Considerando estas cifras, sin lugar a duda, el potencial para incrementar el comercio bilateral es significativamente alto, más aún si consideramos que las exportaciones peruanas representan tan solo una pequeña fracción de los US\$ 329.7 mil millones importados por España en el 2020.

España ha logrado posicionarse como el noveno principal socio para las exportaciones del Perú a escala global y el segundo principal socio europeo, detrás de Países Bajos, país este último que se ha convertido en los últimos años en la principal puerta de ingreso de las exportaciones agropecuarias peruanas hacia Europa. A su vez, el país ibérico fue el sexto con mayor presencia de empresas exportadoras peruanas al totalizar 763, de las cuales 44% fueron grandes, 5% medianas, 29% pequeñas y 23% microempresas. Asimismo, España se posicionó como el décimo segundo principal proveedor de bienes al Perú a escala global y segundo de Europa, detrás de Alemania.

En el 2000 Perú exportó a España un total de 34 productos con montos mayores al millón de dólares;



mientras que en el 2020 este número de productos más que se duplicó al situarse en 84, muestra de la creciente diversificación de la canasta exportadora peruana, aunque aún muy lejos de los más de 4000 distintos productos que Perú le exporta al mundo. Asimismo, el número de productos importados desde España por montos mayores al millón de dólares más que se triplicó al pasar de 65 en el 2000 a 222 en el 2020. Definitivamente, ambos países tienen el reto de continuar diversificando su canasta de comercio bilateral.

La agricultura es el principal sector de exportación peruana a España al concentrar el 41% del total en el 2020, equivalente a US\$ 455 millones; seguido por el sector minería, petróleo y gas con el 38% del total, equivalente a US\$ 427 millones. Por su parte, el sector de maquinaria y equipo es el principal sector de importaciones desde España con el 34% del total, equivalente a US\$ 229 millones; seguido por el sector químico con el 34% del total, equivalente a US\$ 217 millones.

Sin embargo, en los últimos 20 años se han registrado cambios importantes en la estructura del comercio bilateral. En el caso de las exportaciones peruanas, ganó mayor relevancia el sector minería, petróleo y gas al pasar de concentrar el 23% del total en el 2000 al 38% en el 2020. De igual manera, el sector pesca pasó de representar el 15% del total al 18%, respectivamente. Por su parte, el sector de manufacturas diversas contrajo significativamente su participación en la canasta exportadora peruana, pasando de representar el 18% en el 2000 al 3% en el 2020; mientras que el sector agropecuario pasó de 44% del total al 41%. En el caso de la composición de las importaciones, el sector agropecuario español ganó significancia, al pasar de concentrar el 2% del total en el 2000 al 11% en el 2020. Por su parte, las manufacturas españolas redujeron su participación desde 98% a 87% del total.

Los diez principales productos de la canasta exportadora peruana hacia España representan el 74% del total, conformadas por zinc, cobre, paltas, calamar gigante, pimienta piquillo en conservas, espárragos en conservas, estaño, uvas frescas, espárragos frescos y alcachofas en conserva. Por su parte, los diez principales productos

importados desde España tan solo representan el 26% del total, reflejando una mayor diversificación y, por ende, una menor dependencia de productos, donde destacan por sus volúmenes: biodiesel, preparaciones alimenticias, tableros derivados de madera, máquinas trituradoras, medicamentos para uso humano, neumáticos, libros, entre otros.

Por otro lado, resulta significativo señalar que las exportaciones peruanas hacia España son una fuente importante de generación de empleo. En el 2020, a pesar de la dura crisis internacional por los devastadores efectos de la pandemia del COVID-19, los empleos directos, indirectos e inducidos asociados a las exportaciones al país ibérico se situaron en 133 mil puestos de trabajo; lo cual representó el 4% del total de empleos asociados a las exportaciones.

Asimismo, las exportaciones hacia España tienen un importante efecto descentralizador, puesto que genera oportunidades para la oferta exportable de las distintas regiones del país. De este modo, la participación de Lima, capital del país, pasó de representar el 36% del total exportado en el 2000 al 30% en el 2020; es decir, las regiones han ganado relevancia en el comercio bilateral, impulsadas por la expansión de las ventas de los sectores agropecuario y minería, petróleo y gas, donde destacan regiones como Piura, Ica, La Libertad, Arequipa y Ancash. De igual manera, en el 2000 Lima concentró el 40% del empleo asociado a las exportaciones a España, reduciendo su aporte a 22% en el 2020; es decir, el incremento de las ventas provenientes del resto de regiones del país genera un mayor empleo descentralizado.

En ese sentido, las relaciones entre Perú y España pasan por su mejor momento histórico, tienen un impacto positivo en ambas economías y presentan un futuro muy prometedor, el cual está al alcance de las manos de los ciudadanos y empresarios, quienes con el apoyo de sus gobiernos deben continuar impulsando el aprovechamiento de las amplias oportunidades existentes en beneficio de todos.

ANÁLISIS

por Maria Laura Cuya, CEO de Innova Funding

LA OPORTUNIDAD DE LA REVOLUCIÓN FINTECH EN EL PERÚ

Innovación, inclusión, mejores experiencias y humanización de los servicios financieros son pilares que definen lo que es una Fintech (1). La tecnología financiera es aliada para combatir las brechas en la vida de los grupos vulnerables (personas y pymes), cuyos dolores fueron agudizados y más expuestos que nunca por la pandemia del COVID-19. La baja bancarización, la necesidad de alcanzar los bonos del gobierno, la urgencia de mantener vigente el flujo de pagos, la dificultad de las distancias por geografía o clima y las deficiencias en la infraestructura, el analfabetismo financiero, consumidores demandando poder hacer sus transacciones, pagos y transferencia de dinero sin riesgo de contagio; sumados a mayor penetración de internet y acceso a celulares, en medio de un mundo con pandemia e incertidumbre, fueron la mezcla que potenció la oportunidad de acercar nuevas soluciones del lado de la demanda y acelerar la llegada de servicios digitales novedosos del lado de la oferta. De acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas del Perú (MEF), existen 14 millones de peruanos que no poseen una cuenta en ninguna institución financiera, con iniciativas como la del Banco de la Nación y la cuenta DNI que buscan que cada peruano posea una cuenta, cada vez hay más frentes abiertos para revertir estas cifras. En el Global Findex 2017 (Banco Mundial) en el Perú solo el 43% de la población adulta accede a una cuenta bancaria. Sin embargo, cerca del 90% de hogares tiene al menos un integrante con telefonía móvil, con lo cual se impulsó a la sociedad, sobre todo a los desposeídos, a usar opciones novedosas y digitales.

Las fintechs en el Perú

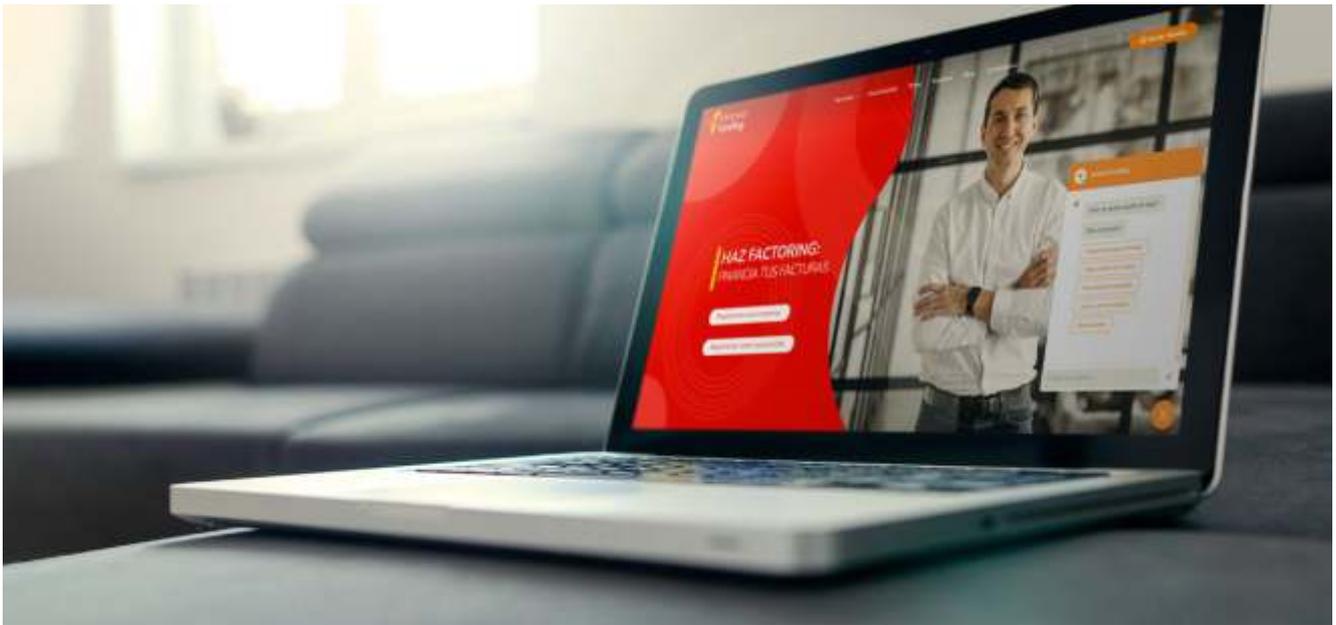
Las fintechs peruanas, claramente ya son parte de la revolución mundial para hacer que los servicios financieros sean "extrahumanizados", realmente pensados y centrados en las personas y empresas, partiendo con empatía real, desde sus zapatos. Las Fintechs generan modelos que cooperan con el ecosistema, apoya a las instituciones financieras

tradicionales (o por decir lo menos las mueve de afuera hacia adentro), e inyecta al sector financiero cambio y sinergias, sacudiendo a todos del estatus quo, porque nacen con un ADN de transformación digital. Por ejemplo, la pandemia aceleró la adopción de las fintech en ciudades del Perú desatendidas por la oferta tradicional.

Las fintech están ayudando a mypes en zonas rurales, personas excluidas e invisibles, a resolver los problemas de acceso financiero, altos costos y complejidades, brindando fácil uso, calidad, precio justo y acceso. Un claro ejemplo, es el Rural Fintech Challenge (2) que ha llevado a la amazonia diversas soluciones, por ejemplo factoring sin recurso vía subasta con big data detrás, a cadenas productivas como la del Cacao, donde Innova-funding.com, fintech social de subasta vía factoring, ha inyectado en alianza público privada más de 7 millones de soles solo a esta zona rural, demostrando que hay campesinos que prefieren facturar para vender su cacao a precio justo, acopiadores locales o regionales que en zonas rurales no contaban con este mecanismo y en pandemia encontraron mercados nuevos con el respaldo del factoring digital, cooperativas, asociaciones y exportadores que vislumbran en el Fintech la oportunidad de expandirse (3).

Hoy de cara al bicentenario, el sector Fintech representa la oportunidad de actuar por el cambio de los menos visibles. Si bien la pandemia trajo a pobladores peruanos mucho dolor, ha generado mayor adopción de la oferta financiera digital, lográndose en meses cifras que no se lograban en la última década. En este contexto, validando que la tecnología financiera cambia positivamente la vida de miles de millones de personas, la gran cuestión es cómo y cuándo sumamos la oportunidad Fintech en la macro estrategia público privada.

La pandemia, acelerador de la demanda de servicios financieros digitales



En este momento en el Perú ya existen alrededor de 170 empresas de finanzas tecnológicas. Reflexionando sobre necesidades, brechas y oportunidades frente al bicentenario surgen diferentes preguntas de reflexión ¿Cómo aportan las fintechs peruanas y globales para cubrir las brechas de exclusión financiera? ¿Dónde radica la oportunidad de las alianzas y asociatividad? ¿Cuál es el impacto que pueden tener? ¿Qué viene en el futuro cercano para ellas? ¿Cuál es su interacción con España y el globo? ¿Qué posibilidades hay de mutuo aporte? Desde el 2016, el número de empresas Fintech en el país ha aumentado significativamente, pasando de ser menos de una docena a aproximadamente 170.

Luis Barragán Scavino CEO de Big Data SAC que ofrece un marketplace de soluciones financieras digitales tiene un inventario más conservador de 150 emprendimientos fintech en etapa de operación en el Perú, de los cuales señala que los más importantes son Lending, Payments y Foreign Exchange que representan más del 60% del mercado. El incremento de nuevas fintechs desde la pandemia indica la oportunidad clara de abordar con soluciones novedosas las graves brechas. Al cierre de 2021, con un entorno regulatorio prometedor en temas como el crowdfunding (4) (normado por el Decreto de urgencia DU 13-2020), se espera mayor número de empresas en este rubro.

Según Álvaro Castro Lora, director de SUMARA Hub Legal, un despacho especializado en fintech, startups y regulación financiera, la influencia de la industria fintech española ha sido clave para Perú. "La ley española de crowdfunding aprobada en 2015 fue uno de los insumos para el debate académico en Perú que precedió la aprobación de nuestra ley de crowdfunding. Es más, el primer proyecto de ley que trabajó el Congreso era muy parecido a la ley española". De otro lado, el reglamento de sandbox regulatorio a ser aprobado por la Superintendencia de Banca deberá sumar a las fintech (el proyecto de reglamento actual no las incluye) para que en un espacio observado todos los actores del ecosistema tengamos la oportunidad de aprender en vivo cómo funciona un negocio digital

innovador, sumando aprendizajes y minimizando riesgos sistémicos. Hoy, con una mirada más comprensiva de la oportunidad fintech por parte de gobierno, supervisores, reguladores e inversionistas, el mercado peruano va a expandirse con principios sólidos.

La fintechs peruanas hoy ya superan los US\$ 15.000 millones, según un reporte de Innova ESAN publicado en el diario El Peruano. Los segmentos con mayor movilidad y expansión son: divisas, créditos, pagos y remesas, finanzas empresariales, gestión de finanzas personales, inversión y gestión del patrimonio; crowdfunding; neobancos; otros prometedores son cripto (por ejemplo en el portal es.cointelegraph.com se indicó que las transacciones de Bitcoin alcanzaron en Perú cifras mayores a los USD 16 millones en solo nueve semanas, comparado con todo el año 2020), regtech e insurtech.

Las necesidades de la inclusión financiera donde hay tantas cosas por hacer en el acceso y en el uso de servicios financieros, existe una base de usuarios que no estaba siendo atendida o es sub atendida y eso abre oportunidades para los modelos innovadores. Lo que se viene tras los últimos cinco años de exploración y difusión del universo fintech es el crecimiento sostenido del sector fintech peruano con actores locales y globales que ven la oportunidad regional y al Perú dentro de este mapa. Hoy la oportunidad de la expansión e inversión está latente.

Perspectivas de las fintech en el Perú

En la línea de tiempo del ecosistema fintech local, se observa un camino que se ha visto fortalecido desde muchos frentes, desde los pioneros que hacia el 2012 al 2015 crearon las primeras fintech, la germinación del gremio Fintech Perú, el soporte de la academia (con Emprende UP desde el inicio), el que esta cámara sea parte del equipo fundador de la Alianza Fintech Iberoamericana desde su gestación ha sumado y la generación de sinergias con reguladores, el BID y las cámaras fintechs de la región e iberoamérica han aportado a crear valor y aprender de los aliados. Hoy los lazos con España nos hacen pensar en la oportunidad de profundizar en ambos mercados y fortalecer alianzas. La organización WE



sede en Madrid, destaca que el Perú es uno de los países con mayor diversidad y liderazgo femenino en la dirección de estas empresas. La llegada al Perú de Electronic ID, empresa española experta en onboarding digital con tecnología de punta, solo refuerza la oportunidad de negocios y alianzas entre ambos países. Según Finnovating, la plataforma que conecta 50.000 fintech con corporaciones e inversores de más de 100 países, hoy existen una treintena de Fintech Españolas con presencia en Perú. Según las compañías que forman parte de la misma, hay unas 50 españolas con presencia en Perú y una decena de peruanas con presencia en España.

Fintech llegó para cambiar el Perú, como lo ha hecho en el mundo, incluso reduciendo índices de pobreza como en el caso de M Pesa en África. Con la pandemia, los ojos de los stakeholders, hasta de los más conservadores, ven que se irradian oportunidades para reducir brechas. El desafío del sector va por el fondeo, la inversión, la escala, la educación financiera de la sociedad para crear conciencia del manejo de las finanzas personales y empresariales y mejorar la toma de decisiones: Se necesita la difusión de los modelos creados con tecnología para gestionar servicios financieros ágiles, simples y eficientes. La inclusión financiera representa la esperanza de cambiar la vida de personas y empresas sub-bancarizadas, sub atendidas o en la informalidad.

Hoy fintech está presente en el mercado global y en el Perú se acelera su paso, el desafío es masificar los servicios financieros tecnológicos innovadores como aliados estratégicos para esa misión social de reducir brechas y transformar el país. Muchos de los obstáculos para su crecimiento y la confianza hacia el mundo digital financiero han virado y hoy somos optimistas con el mundo de oportunidades que representa nuestro país donde hay tanto por resolver y atender.

(1) «What is FinTech?» (en inglés). Wharton FinTech. septiembre de 2014. Consultado el 9 de diciembre de 2014. Link <https://medium.com/wharton-fintech/what-is-fintech-77d3d5a3e677>

(2) Rural Fintech Challenge. Link <https://emprendeup.pe/rural-fintech-challenge/>

(3) Video de entrevista a José Guzmán, dueño de pyme Link Center por Alianza Crece, 2021, Desafío Rural de la Amazonia. Link <https://www.facebook.com/CR3CE/videos/917515395752112>

(4) El 20 de mayo la SMV publicó el Reglamento de la Actividad de Financiamiento Participativo Financiero y sus Sociedades Administradoras.

(5) <https://www.wefintech.org/>



fabi_r123

FOLLOW



362 likes

el mejor lugar del mundo. [#Perú](#) [#Travel](#)

VIAJES TAUNUS

TU CONEXIÓN CON LATINOAMÉRICA

ARTÍCULO

por César Hébert Figueroa Ruíz, Coordinador de Proyectos de la CCPE

BICENTENARIO: 200 AÑOS EN BUSCA DE LA INDEPENDENCIA PRODUCTIVA Y EL DESARROLLO MANUFACTURERO DE LAS MIPYME EN EL PERÚ

El llamado "Ejército Libertador", liderado por Don José de San Martín, luego de desembarcar en Paracas en setiembre de 1820, llega a Lima para promover la proclama de la independencia del Perú, cuya Acta se firmó el 15 de julio de 1821. El sábado 28 de julio de 1821, en una ceremonia pública muy solemne, Don José de San Martín, enunció la célebre proclamación de la Independencia del Perú; primero, en la Plaza Mayor de Lima, después en la plazuela de La Merced y, luego, frente al Convento de los Descalzos.

La historia del Perú cuenta gestas importantes y momentos trascendentales que son parte de nuestro calendario de celebración, muchas de ellas nos llenan de orgullo. Sin embargo, es posible perder de vista el hecho irrefutable de que todas estas historias fueron construidas por decenas, centenares, millares de peruanos anónimos que sacrificaron mucho, incluso la vida, en dichos acontecimientos.

Hoy, a doscientos años de la gesta libertadora, nuestra historia aún se escribe. Las batallas militares han sido reemplazadas por el esfuerzo diario y denodado de la población que lucha por la subsistencia en busca del desarrollo económico. Hoy el campo de batalla es común, con reglas no necesariamente equitativas, pero son las que son. El mercado es amplio: no sólo participan actores locales, regionales o nacionales; hoy, el comercio internacional tiene una participación directa en la batalla diaria de los micro y pequeños empresarios del país.

Según cifras del Ministerio de la Producción, al 2019 En 2019, existían 2 millones 386 mil 781 empresas formales en el Perú. De ese total, las MIPYME conforman el 99.6%: 2,377,244 empresas, mientras que las microempresas son el 96%: 2,292,250. Estas cifras

denotan la ausencia de pequeñas y medianas empresas en el tejido empresarial peruano, considerable debilidad que limita el desarrollo sostenible del sector empresarial y la economía nacional.

Según cifras del Ministerio de la Producción, al 2019, existían 2 millones 386 mil 781 empresas formales en el Perú. De ese total, las MIPYME conforman el 99.6%: 2,377,244 empresas, mientras que las microempresas son el 96%: 2,292,250. Estas cifras denotan la ausencia de pequeñas y medianas empresas en el tejido empresarial peruano, considerable debilidad que limita el desarrollo sostenible del sector empresarial y la economía nacional.

Perú: empresas formales, según segmento empresarial, 2019

Tamaño empresarial*	N° de empresas	%
Microempresa	2,292,250	96.0%
Pequeña Empresa	82,057	3.4%
Mediana Empresa	2,937	0.1%
Total de MIPYME	2,377,244	99.6%
Gran Empresa	9,537	0.4%
Total de empresas	2,386,781	100.0%

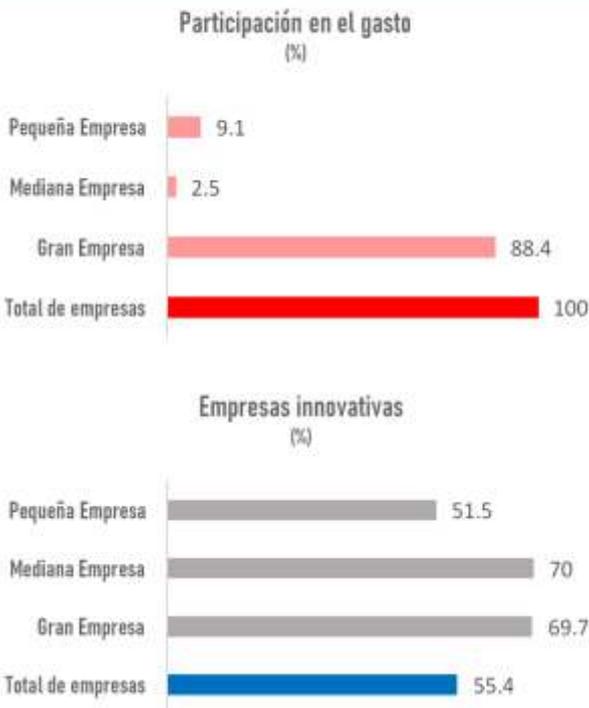
Nota (*): El tamaño empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056. Se considera gran empresa aquella cuyas ventas anuales son mayores a 2.300 UIT.

1 UIT = S/ 4,400.00; T.C. S/ 4.65 /€. (al 19 de junio 2021)

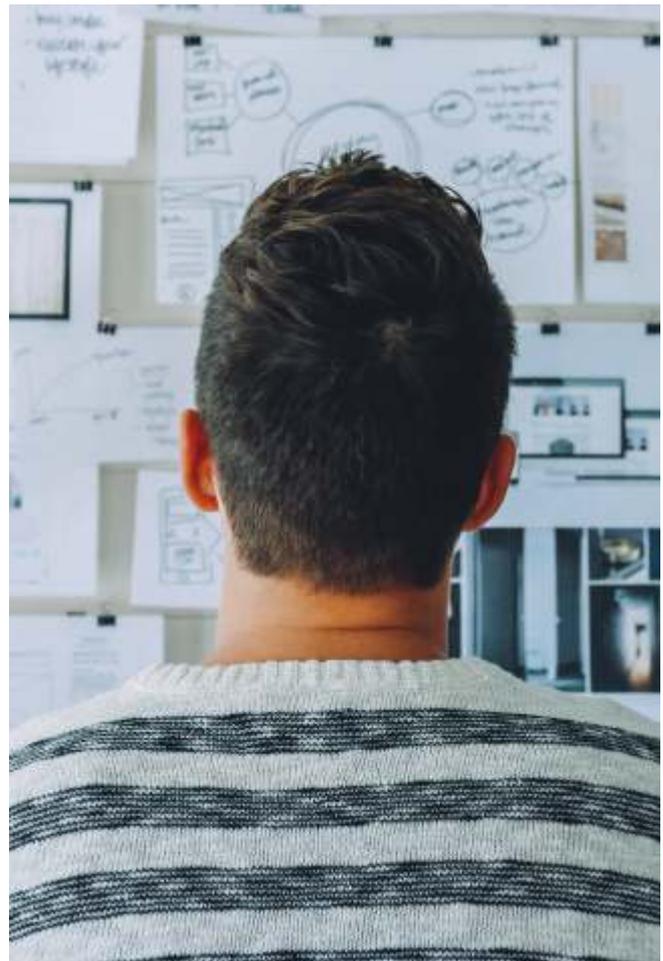
Fuente: SUNAT. Registro Único del Contribuyente 2019

Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)

Perú: Esfuerzo innovador y gasto en innovación, según tamaño y sector económico, periodo 2015 - 2017



El tamaño empresarial ha sido definido según Ley N° 30056. Cabe señalar que la ENIIMSEC 2018 no tiene inferencia a nivel de tamaño empresarial, por lo que los resultados deben ser tomados solo como referenciales.
 Fuente: ENIIMSEC 2018
 Elaboración: PRODUCE-OGEIEE



Si consideramos además que sólo el 8.3% de las MIPYME son manufactureras, destaca la carencia de una sólida base de proveedores estables que ofrezcan productos a la mediana y gran empresa. El camino al desarrollo productivo del Perú, como en otros ámbitos, se presenta incierto y se caracteriza por la gran brecha de subcontratación que permitiría un adecuado crecimiento sostenible.

Aún tenemos páginas en blanco para continuar escribiendo la historia del Perú. Las políticas públicas y las decisiones del sector privado tienen una estrecha relación; como la que existió entre el espíritu en el mando de la expedición libertadora y el apoyo de la población, y sobre todo, los jóvenes que se ofrecieron como voluntarios en la gesta independentista.

La generación de puestos de trabajo de la mano con el desarrollo de una mayor y mejor producción; considerando la incorporación de tecnologías de punta, como la ampliación del uso de inteligencias artificiales (IA) en industrias locales (para la planificación de la demanda, la gestión logística, entre otros), debe ser estimada como una necesidad más que sólo una oportunidad. Una mirada que busque repensar los modelos de operación, acercando a nuestra realidad los avances que permitan optimizar la gestión para el crecimiento del negocio, la generación de mayor valor, y la mejor eficiencia a nivel operativo traerá consigo la consecuente reducción de tiempos, recursos y errores. Recoger experiencias es entonces una obligación tanto del sector público y privado de cara a enfrentar con menores desventajas lo que nos queda por escribir en la historia del desarrollo del Perú, más aún, entendiendo que mucho de este abanico de herramientas son accesibles para todas las empresas.

Cuando recordemos al libertador con una bandera peruana en la

mano, exclamando: "Desde este momento el Perú es libre e independiente por la voluntad general de los pueblos y por la justicia de su causa que Dios defiende", hagamos un esfuerzo por imaginar la voz de nuestros empresarios gritando unánimes: "¡viva la patria!, ¡viva la libertad!, ¡viva la independencia!, ¡viva el desarrollo productivo sostenible nacional!". Es momento de unirnos en esa nueva gesta: En busca de la independencia productiva y el desarrollo manufacturero de las MIPYME en el Perú.



GASTRONOMÍA PERUANA

ESPECIAL

por Isabel Alvarez Novoa, Investigadora de cocina peruana

HONRAR LAS MEMORIAS DE LOS ORÍGENES Y PROCESOS HISTÓRICOS DE NUESTRA COCINA

La celebración del Bicentenario 1821 -2021 de la independencia del Perú como nación, nos debe hacer reflexionar a los peruanos en la necesidad de honrar las memorias de los orígenes y procesos históricos de nuestra cocina; creemos que la riqueza y la gran variedad cultural de nuestra culinaria, tiene como proceso en el tiempo mucho más de dos siglos, en todos los momentos de nuestra historia fueron muchas manos de diferentes procedencias raciales, en todas nuestras regiones, con su gran biodiversidad las que van a configurar sus sabores característicos, y que dieron forma y singularidad a sus platos representativos. Recordemos que el Perú está considerado como uno de los países más ricos en el mundo por su compleja cultura de biodiversidad.

La cocina que hoy posiciona al Perú como una de las grandes gastronomías en el mundo, y que nos une en generosa armonía con nuestra identidad, fue un proceso de creación colectiva donde la mujer y las familias cumplieron un rol fundamental, en momentos de abundancia precariedad y mucho amor e imaginación. Lo que llegó al Perú con la conquista aquí fue recreado sabiamente en el tiempo conformándose nuestras cocinas regionales tradicionales.

La tarea que nos queda a los investigadores cocineras y cocineros en este Bicentenario es investigar en forma integral y multidisciplinaria nuestras cocinas regionales, y en ella la historia de los 200 años de nuestro Bicentenario. Proceso que ya hemos iniciado en la Universidad San Martín de Porres - USMP.

Debemos reconocer dos eventos gastronómicos muy importantes y en ellos el aporte para el posicionamiento de la cocina peruana entre los propios peruanos, y la convocatoria que hacían las agencias de turismo

incentivando el turismo gastronómico de extranjeros, y con mucha aceptación y demanda: Perú mucho organizado desde el 2008 por PromPerú, y Mistura organizado por la Asociación peruana de Gastronomía, APEGA.

Ambas Ferias Gastronómicas en sus objetivos comparten características comunes, convocaban a las 25 regiones de nuestro país, reconocidas y valoradas, con asistencia de cocineras y cocineros con los platos más identitarios de la culinaria local, regional, que representan, con reseñas y recetas que se compartían, exigencia y responsabilidad de cuidado con el medio ambiente en el uso de material biodegradable y eco amigable, en el servicio que brindan, la premiación a los más destacados platos: A la tradición, Premio al plato más querido, Premio a la receta innovadora, Premio al Turismo Gastronómico o Premio a la Cocina Sostenible.

Creemos que todas estas características dan cuenta de un enfoque muy integral como referente y concepto de una feria gastronómica, y un componente esencial es el esfuerzo de promoción de las cocinas regionales del Perú para impulsar el turismo interno y receptivo en nuestro país. Esta tarea debe continuar y corresponde a las instituciones del Estado central y gobiernos regionales juntamente con el aporte de los gremios gastronómicos.

No debe dejar de mencionarse la atención que le corresponde al Estado peruano para su puesta en valor de las Picanterías y Chicherías espacios emblemáticos declarados Patrimonio Cultural de la Nación por el Ministerio de Cultura, después de un exhaustivo trabajo de investigación en las regiones donde aún están vigentes. Las Picanterías que sobreviven con gran esfuerzo son la base fundamental que han dado origen a

las cocinas regionales, donde mujer y familia tienen un rol fundamental para el desarrollo de la actual gastronomía, sin memoria histórica no hay presente ni futuro. La chicha emblemática a base de nuestro singular maíz milenario, y el Pisco a base de la vid que ha mutado genéticamente y ha generado la uva quebranta.

Es importante difundir que desde el 2017 se creó y presentó la marca sectorial SUPERFOODS PERU, que es la marca que engloba diversos productos de este tipo, y que actualmente son exhibidos en las más importantes plataformas de promoción del mundo. El catálogo fue elaborado y presentado en 2018 por PromPerú, Todos los Súper alimentos están en regiones identificadas con su biodiversidad y productores conocedores de esos productos ubicados en las rutas gastronómicas, esto ayudará a visibilizar las regiones como expresión de sus culturas y de los productores que sostienen la riqueza de la biodiversidad.

Finalmente somos conscientes que, desde inicios del 2020 la pandemia del Coronavirus que vive el mundo, con un altísimo impacto en la sociedad, nos debe llevar a todos los involucrados en los procesos de la gastronomía y biodiversidad, a preguntarnos cuál ha sido el aporte de la gastronomía peruana para contribuir en el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) debemos afirmar que este debe ser un esfuerzo colectivo, cuyo proceso de construcción deberá materializarse en un proyecto de largo aliento – realizado por el movimiento gastronómico y organizado por las cocineras y los cocineros nacionales de todas las regiones de nuestro país, centros de formación y asociaciones gastronómicas y las instituciones vigentes en cada región, como tarea de los gobiernos regionales – con el compromiso consciente de apoyar solidariamente dichos Objetivos y sus metas respectivas.



EXPERIMENTA LA FUSIÓN NIKKEI
¿TE ATREVES?

Restaurante Aji
c/ Marina, 19-21 - Barcelona
Tel. 93 511 97 67 - www.restaurantaji.com
Entrada por Marina Village o por Casino Barcelona



Santiago Roncagliolo

Reconocido escritor peruano. Entre sus libros más destacados están "Abril rojo", "La pena máxima" y su más reciente publicación "Y líbranos del mal". Conversamos con él a través de la virtualidad y nos cuenta un poco sobre sus procesos, la literatura en el Bicentenario y su experiencia lanzando un nuevo libro en un mundo nuevo.

ENTREVISTA

a Santiago Roncagliolo, escritor peruano

‘LLEGAMOS AL BICENTENARIO CON UN PAÍS QUE SE SIGUE DESCUBRIENDO Y QUE AÚN LE FALTA DESCUBRIRSE’

El autor y sus obras

Su último libro "Y líbranos del mal" ha tenido buena recepción ¿Cómo ha sido la experiencia de un lanzamiento virtual?

Ha sido lanzar un libro en un planeta que no existía antes, hemos tenido que inventar todo, de nuevo. Me ha gustado reinventarme, tener que aprender todo de nuevo. Además, reunimos a más de 400 libreros de toda América Latina, tengo reuniones con lectores de lugares muy diferentes. Estoy aprendiendo y está funcionando muy bien.

¿Cómo afectaron las medidas de cuarentena en sus procesos de escritura?

La pandemia me volvió muy guionista, ya escribía algunos guiones, pero como se detuvieron los viajes, se me hizo imposible hacer la gira para el libro, tenía una obra de teatro, así que de repente todo se derrumbó. Como soy muy adicto al trabajo, necesito estar haciendo cosas, me angustia la parálisis, pero por esa misma pandemia empezó a crecer mucho la demanda de series y películas en plataformas. Entonces, empecé a participar en proyectos de Perú, México y España y a escribir guiones, que es un trabajo colectivo, con un equipo y ha sido increíble.

¿Cree que las brechas geográficas se han acortado, con mayor frecuencia, debido al uso normalizado de la virtualidad?

Viajaba mucho. Es la primera vez que paso un año entero con mi familia, ellos ya querían que me largue (risas) porque soy un poco intenso, hablo mucho y como novelista exagero todo. He disfrutado pasar el tiempo con mi esposa e hijos, pero estar lejos de mi familia (en Perú) ha sido difícil. Mi padre murió de COVID-19 y no pude despedirme de él. Sin embargo, a la vez he ido haciendo un país propio, una familia con gente de mi trabajo, amigos y afectos, todo eso ha empezado a ocurrir en Zoom, con personas que están en México, Lima, Madrid y Los Ángeles y eso es muy estimulante.

"...volver a ver tu novela con otros ojos, destruirla porque no cabe todo lo hay en la novela y tienes que escoger, es como cortarse un brazo"

¿Siente que el mundo audiovisual ha cambiado su forma de escribir novelas?

Al contrario, me llaman al mundo audiovisual porque mi forma de escribir novelas es muy audiovisual. Siempre me fascina que cuando ves una película



penetras en el mundo que está narrándose en la pantalla, en cambio en la literatura lo que haces es oír la voz del autor y ver la historia a través de esa voz que puede estar muy recargada o ser insistente. En mi caso, trato de hacer que el lector se olvide de que existe una voz, cuando lees una de mis historias, quiero que lo que hay en ese libro sea tu vida por unas horas, te conviertas en esos personajes y para lograr eso necesito que la narración sea sensorial, que toques, escuches, palpes y, por supuesto, veas lo que está ocurriendo, de ese modo se construya una realidad sensorial, eso hace mi manera de escribir muy visual y cinematográfica.

El largometraje “La pena máxima” del cual es guionista está en rodaje ¿Qué experiencia nos puede contar sobre la adaptación de su libro a película?

Pensar en una película con un director que te va diciendo que le interesa y que no, volver a ver tu novela con otros ojos, destruirla porque no cabe todo lo hay en la novela y tienes que escoger, es como cortarse un brazo, sin embargo, también se va convirtiendo en una historia más concentrada con mucho suspenso, porque todo va ocurriendo con más urgencia y escoges lo más intenso. Ha sido una experiencia creativa y fascinante, he visto fotos del casting, me ha impactado que los personajes son como yo me los imaginaba. Tengo muchas ganas de ver la película y espero llegar a verla en un cine.

El Perú: su literatura y cultura

Muchos de sus libros tienen como base temas políticos y sociales peruanos, bajo esa mirada ¿Cómo cree que serán los siguientes años para el país?

Malos, pase lo que pase serán malos, realmente no creo que se pueda instaurarse ni el chavismo, ni el Fujimorismo de los años noventa, creo que son los extremos que cada uno vende para atacar al otro. Lo que, si puede pasar, es un Congreso (del Perú) contra un presidente, como en los últimos cinco años, gobiernos de una semana, destitución de un presidente o un presidente que disuelve un congreso y eso significa un Estado paralizado y a largo plazo si el Estado no empieza a resolver los problemas más grandes de la población, entonces no sabrán para que sirve la democracia y ese es un riesgo muy alto.

Para la literatura peruana ¿Qué significa los 200 años de independencia? ¿En qué punto se encuentra?

La independencia cultural tardó un siglo para que los autores empiecen a escribir sobre sus propios países, empezó a ocurrir en el siglo XIX, entonces todo el siglo XX ha sido un descubrimiento progresivo de nuevas dimensiones, primero con el indigenismo, empezar a hablar de toda la mitad del país. Luego con el Boom hubo una conexión dentro de todo el paisaje Latinoamericano y en la

última década hay toda una revolución, literatura escrita por mujeres o que habla de minorías sexuales.

Llegamos al Bicentenario con un país que se sigue descubriendo, que aún le falta descubrirse mucho más, aún hay personas que no tienen acceso a la escritura, los libros o publicar, pero con historias que contar. Ese proceso de descubrimiento empezó un siglo después de la Independencia y más de un siglo después aún no ha terminado. Tenemos que aprender mucho más para conocernos mucho más.

El sector de la literatura peruana ha tenido un fuerte crecimiento ¿Cómo ha visto su evolución?

Lo decisivo ha sido la educación, este siglo del Bicentenario es el primero en que casi todos han ido al colegio, el nivel de acceso a la educación ha crecido mucho y eso significa que los lectores son muy jóvenes. Escribo para niños y parte de mi trabajo es visitar escuelas de Perú y he podido notar la diferencia.

Cuando voy a la Feria de Libros de Lima, se me acercan jóvenes lectores que tienen más o menos 18 años y me dicen “el primer libro que leí fue tuyo” sobre un libro que tiene 20 años. Lo importante es que nuestros lectores son muy jóvenes, que no tienen demasiados prejuicios o pruritos, solo quieren disfrutar y es un reto seguir siendo interesante para ellos.

A rebufo del resultado de las últimas elecciones peruanas y en este año simbólico ¿cree que sigue perviviendo el conflicto cultural entre el mundo indígena y el mundo occidentalizado?

Si, claro. Y las últimas elecciones han sido un regreso al año 1990, a todos los conflictos que parecían superados. En las elecciones del 2016 pareció que éramos un país con un espectro país normal, derecha, izquierda, más derecha, pero en estos años se desintegró todo y los extremos se han polarizado, algo que ha ocurrido en muchos países (España, México y Estados Unidos, por mencionar algunos). Pero en el caso de Perú, se mezcla con clases sociales y culturas muy alejadas, dos relaciones con el desarrollo muy diferentes, pero vamos a tener que vivir juntos, se necesita llegar a un acuerdo con esa mitad o tu propia vida, seas quien seas, va a ser bastante desagradable.

Algo que me sorprende es que la clase política no tenga el nivel para asumirlo y enfrentarlo. Sobre todo, porque ponernos de acuerdo no es muy mediático, lo que mueve a todos es luchar contra la dictadura, el comunismo o fascismo, porque nos movemos por pasiones, no por un análisis político económico, eso es solamente lo que reviste nuestra idea de quienes somos y quienes son nuestros enemigos, eso es algo de lo que un novelista sabe.

ESPECIAL

por María del Sol Velásquez, Directora de Promoción del Turismo de PROMPERÚ

PERÚ: UN DESTINO CON LAS PUERTAS ABIERTAS PARA EL MUNDO

Desde hace 28 años, PROMPERÚ impulsa lo mejor de la cultura, tradición y destinos del territorio peruano, apostando por entregarle al turista la mejor experiencia de viaje que pueda imaginar

Estos tiempos extraordinarios nos han hecho reaccionar de una manera creativa, replanteando desde PROMPERÚ las estrategias para la promoción del turismo en nuestro país, y así reactivar esta industria que beneficia a una amplia cadena productiva de manera descentralizada.

Este 2021, además de celebrar el Bicentenario de nuestra independencia, PROMPERÚ ha conmemorado un hecho que nos llena de orgullo: La primera década de nuestra marca país. El isotipo de ese 'Perú' escrito a mano alzada, haciendo un guiño a las líneas de Nazca, nos traslada desde hace 10 años a lo más rico de nuestras tradiciones sin dejar de proyectarnos al futuro, ofreciendo al mundo lo mejor de nuestro territorio traducido en atractivos turísticos, productos estrella de exportación y al talento de nuestra gente.

La Marca Perú nació en un punto de convergencia entre nuestro asombroso pasado, grandeza del presente y optimismo en el futuro: con una personalidad propia resiliente que está saliendo adelante pese a los difíciles momentos que toca vivir y superar como es la pandemia por el COVID-19.

Estos tiempos difíciles nos han permitido comprobar que el mundo nos conoce y que, además, anhela interactuar pronto con las maravillas que solo el Perú puede ofrecer. Existe un gran deseo por recorrer los afamados destinos turísticos, por nutrirse con nuestros superalimentos y por disfrutar la deliciosa gastronomía.

VOLVER A VIAJAR

Tras la declaración de emergencia sanitaria en Perú, en marzo del 2020, nuestro país afrontó el reto de encaminar una estrategia de promoción turística desde lo interno hacia lo receptivo. PROMPERÚ promovió Volver a viajar, una campaña para reforzar el cumplimiento de los diversos protocolos y aspectos sanitarios en tiempos de COVID-19, así como incentivar la adquisición y uso de servicios formales en el sector turismo.

Esta iniciativa puso en relevancia la importancia de los emprendedores turísticos y cómo se han preparado los servicios y destinos con protocolos de bioseguridad o la certificación Safe Travels, entre otros. Así, se busca recibir a los viajeros nacionales de manera gradual y responsable, contribuyendo todos a la reactivación del turismo local.

Queremos volver a verte es el mensaje central de una intensa campaña, que cuenta como figuras centrales de difusión a emprendedores turísticos de diversas regiones, como Efraín Valles (guía oficial de turismo del Cusco), Silvestre Ataucusi (artesano de Ayacucho), Javier Velásquez (director del Centro de Rescate Amazónico y fundador de Amazon Forever Biopark de Loreto), Catalina Cristóbal (guía oficial de turismo de Lima), Lidia Siles (fundadora del Patronato por la Cocina del Callao) y Cristina Suaña (líder de Turismo Comunitario de la Isla de los Uros).

Tras los grandes avances obtenidos por el Estado peruano durante el proceso de aplicación de las vacunas, PROMPERÚ se prepara para dar el siguiente paso: Presentar una próxima campaña dirigida al público nacional para promover las rutas cortas.

Volver a viajar: Voces del Perú es el nombre que recibirá esta estrategia, que contará con ofertas para diversos atractivos de las 25 regiones del país. La campaña se nutrirá con materiales para las comunidades digitales de las redes sociales en la que se mostrará la trascendencia y emoción de realizar viajes intrarregionales.

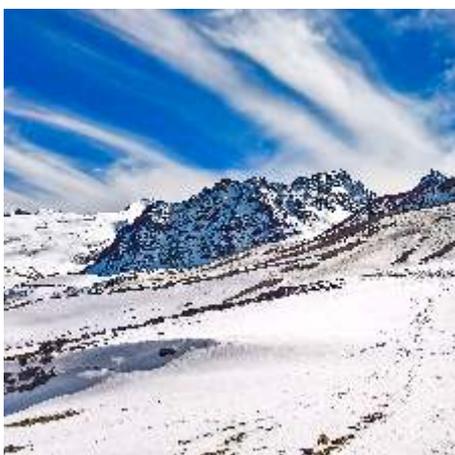
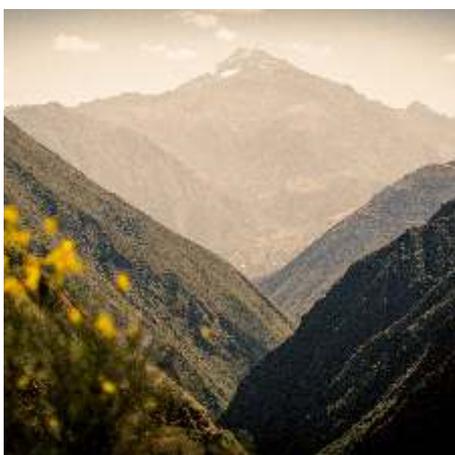
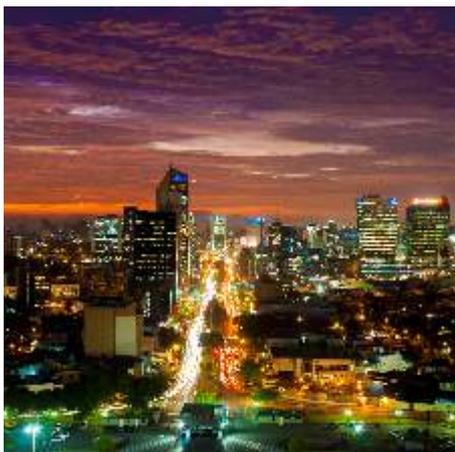
PROMPERÚ incentivará, a partir del segundo semestre del año, los viajes a nivel nacional hacia destinos de mayor distancia, con mensajes motivadores, invitando al público a viajar y disfrutar de forma segura las maravillas que solo las regiones del Perú pueden ofrecer.

PERÚ PARA TODO EL MUNDO

Siempre bajo un análisis serio y riguroso de la coyuntura actual, PROMPERÚ viene impulsando el turismo receptivo a través de diferentes acciones a la cadena comercial internacional y hacia el consumidor final, vía campañas de promoción en los principales mercados como EE.UU., Europa y Latinoamérica, enfatizando los espacios abiertos y la experiencia cultural.

En ese sentido, hemos enfocado nuestro plan estratégico de promoción del turismo receptivo en acciones dentro de los 19 mercados de interés. Asimismo, hemos priorizado los segmentos con tendencia al viaje: Cultura, aventura, naturaleza, gastronomía y lujo.

PROMPERÚ apuesta por la diversificación de su oferta turística. En esa línea, invita a los viajeros extranjeros para que conozcan los



doce sitios reconocidos como patrimonio mundial por parte de la UNESCO, tanto culturales (Sitio Arqueológico Chavín, líneas y geoglifos de Nasca y Palpa, y la Ciudad Sagrada de Caral), como naturales (Parque Nacional del Huascarán y el Parque Nacional del Manu).

La agencia de promoción peruana es consciente que el nuevo turista internacional tendrá una preferencia por los espacios abiertos. Es por ello que, dentro de su abanico de destinos turísticos, se destaca la siempre mística Amazonía para los segmentos de luna de miel, viajes en pareja o entre amigos gracias a una completa oferta de cruceros fluviales de primer nivel que navegan en el pulmón del mundo.

Si hablamos de campañas internacionales para el consumidor final, así como para la generación de demanda potencial importante en Norteamérica, PROMPERÚ ha trabajado la campaña **Awaken to Peru**, que busca animar al viajero de los Estados Unidos a dejar de soñar y comenzar a planear su viaje.

En tanto, para Latinoamérica, se presentó la campaña **Despierta en Perú** para México. En los próximos meses, se difundirá la ampliación de la campaña en el país azteca y se ampliará para Chile, Colombia y Brasil. En Europa, además, se espera lanzar a mediados de septiembre la campaña en Reino Unido, Alemania, Francia y España.

Acciones similares se han realizado en mercados de larga distancia, como China. A inicios de este año, se presentó una campaña de promoción a través de las plataformas digitales más importantes de la potencia asiática como WeChat, WeChat Channels, Weibo y Douyin, alcanzando cerca de 8 millones de vistas.

Si hablamos de la acción digital más reciente en China, la transmisión realizada en vivo cobró especial relevancia el pasado 28 de mayo, cuando, desde el Valle Sagrado se mostraron los impresionantes paisajes de Cusco, las bondades de la fibra de alpaca y, por supuesto, actividades de nuestra milenaria cultura. Esto se realizó a través de la cuenta oficial de Perú en WeChat, cuenta oficial de Tencent en WeChat y el canal Zhejiang OTV (este último transmitió el evento a través de su canal móvil). En efecto, se lograron más de 494,000 impresiones, por parte de los usuarios chinos.

Perú también ha participado en importantes ferias internacionales. En los primeros días de marzo, PROMPERÚ impulsó la participación del país en ITB Berlín, considerada como la feria líder de la industria turística mundial. Para este destacado evento, realizado de manera virtual, se contó con la presencia de 45 representantes peruanos.

Del mismo modo, Perú fue parte de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) realizada en Madrid, donde se destacó la interacción de más de 30 coexpositores, entre presenciales y virtuales. En aquella oportunidad, ante las nuevas tendencias de viaje, se mostró una oferta dedicada a experiencias únicas al aire libre, enfatizando los segmentos de aventura y naturaleza, así como el turismo cultural y gastronómico en regiones como Arequipa, Cusco, Ica, La Libertad, Loreto y Puno, entre otras.

El turismo interno y receptivo están reactivándose. Por esto, desde PROMPERÚ no dejamos de lado la gran responsabilidad y compromiso que tenemos con los viajeros nacionales e internacionales para brindarles una experiencia única y segura.

Perú tiene grandes orgullos y también nuevos retos. Sin embargo, nuestro principal objetivo, en los próximos meses, es salir de esta coyuntura hermanados como país, para superar con éxito el problema sanitario global.

Y si hablamos de la Marca Perú, esta seguirá simbolizando la continuidad de todo aquello que nos enorgullece y representa como peruanos, en una historia que no se detendrá jamás, porque los peruanos la seguiremos escribiendo, todos y cada uno de nosotros, dejando una marca imborrable en la humanidad como lo hemos hecho por más de 5000 años: Huella invaluable que este año muestra sus primeros 200 años como república y que ahora se muestra como un país por conocer, que tiene las puertas abiertas para el mundo.

ARTÍCULO

por Hernando de Orellana-Pizarro, Presidente de la Fundación Obra Pía de los Pizarro

PENSANDO EN EL TERCER SIGLO DEL PERÚ

Para los peruanos este año por el que transitamos constituye una importante efeméride al alcanzarse los doscientos años de la independencia de su extraordinario país y, con ella, la del profundo sentimiento de identidad y destino común a que dio lugar y que tanto admiramos desde España, la peruanidad acuñada por Víctor Andrés Belaúnde. Y aunque una fecha no es más que eso, una fecha, y, como en este caso, una excusa para conmemorar tan importante acontecimiento histórico, todos los años celebrado en las fiestas patrias, en ocasiones, como la que propone el bicentenario, constituye una oportunidad para hacer balance del camino recorrido y para repensar el futuro, ya que con ella se abre la puerta su tercer siglo de Historia. Un nuevo capítulo con retos e incertidumbres ineludibles, y con las oportunidades que, sin lugar a dudas, merecen los peruanos.

Por desgracia para todos nosotros, la pandemia que nos aflige desde hace ya más de un año nos ha privado de la oportunidad de encontrarnos en aquellos acontecimientos previstos para celebrar juntos tan memorable ocasión, y nos ha arrebatado el contacto directo y el diálogo que, sin duda, nos habría enriquecido y del que habrían surgido ideas, propuestas e iniciativas para empezar a construir ese futuro con el que desde España, como hermanos e integrantes del mismo espacio cultural común, nos sentimos vinculados y comprometidos.

Pero ello, y aunque no podamos recuperar el tiempo y las oportunidades perdidas, no debe suponer más que un paréntesis para devolvernos las visitas pendientes, y no debemos desaprovechar la ocasión que nos brinda de llevar a cabo una reflexión pausada y profunda sobre los retos a los que vamos a vernos obligados a enfrentarnos en un mundo en constante transformación,

al tiempo interrumpida y acelerada por la situación sanitaria que nos ha tocado vivir, y que aún no sabemos hacia donde nos va a conducir.

En esta situación, las instituciones comprometidas con ese futuro y, como en nuestro caso, implicadas en fortalecer los lazos y los intercambios en ese amplio espacio cultural tanto en el Perú como en España se encuentran integrados, cada una con su ámbito de actuación y su perspectiva, nos enfrentamos al reto de identificar los posibles escenarios futuros, y los horizontes que dibujan, para procurar ubicarnos de la forma más adecuada para cumplir con nuestra misión, y llevar a cabo la más fructífera contribución para la construcción de ese futuro del que otros, afortunados, tendrán la oportunidad de hacer balance y conmemorar dentro de cien años.

En nuestro caso, como institución depositaria de algunas de las páginas más importantes de nuestra Historia común, heredera de incas y españoles, exponente principal del proceso de mestizaje humano y cultural a que dio lugar el encuentro de dos mundos, pretendemos nuestra contribución, construyendo, apoyados en la diversidad que nos enriquece, y en la familiaridad que nos une, con el ambicioso objetivo de convertirnos en un vínculo imprescindible entre las sociedades que forman parte de la comunidad hispánica, con el Perú como prioridad. Lo que constituye el punto en el horizonte hacia el que se orientan nuestros esfuerzos.

Todo ello se propone poniendo el énfasis en la figura de Francisca Pizarro Yupanqui, inca y española, fundadora de nuestra ya vieja institución, que se convierte en un personaje que trasciende en el tiempo para llegar a la actualidad como símbolo de razas y países hermanos y



que nos impulsa a afirmar la peruanidad como uno de nuestros más preciados atributos.

Asumimos así la acción en el Perú como algo intrínseco en nuestra naturaleza, y elevamos la vinculación con su sociedad a objetivo ineludible. Motivos que explican la importante y creciente actividad de la Fundación en el Perú, donde ha ido estableciendo una amplia red de relaciones, y una importante nómina de contrapartes, con las que tiene el enorme privilegio de colaborar en el apasionante periplo que inició, hace ya muchos años, por esa hermosa tierra de la que considera que forma parte.

España y Perú, países hermanos por voluntad de la historia y de sus ciudadanos, parientes de intereses mutuos que durante cinco siglos han mantenido, con el trasiego de uno al otro lado del mundo, una relación familiar que hoy somos los encomendados de mantener.

Sirva esta declaración de intenciones, en la que se recoge el rastro indeleble de nuestra historia común, como sentido homenaje al Perú en una fecha tan señalada, y como recordatorio de la fuerza y vitalidad de nuestro vínculo.

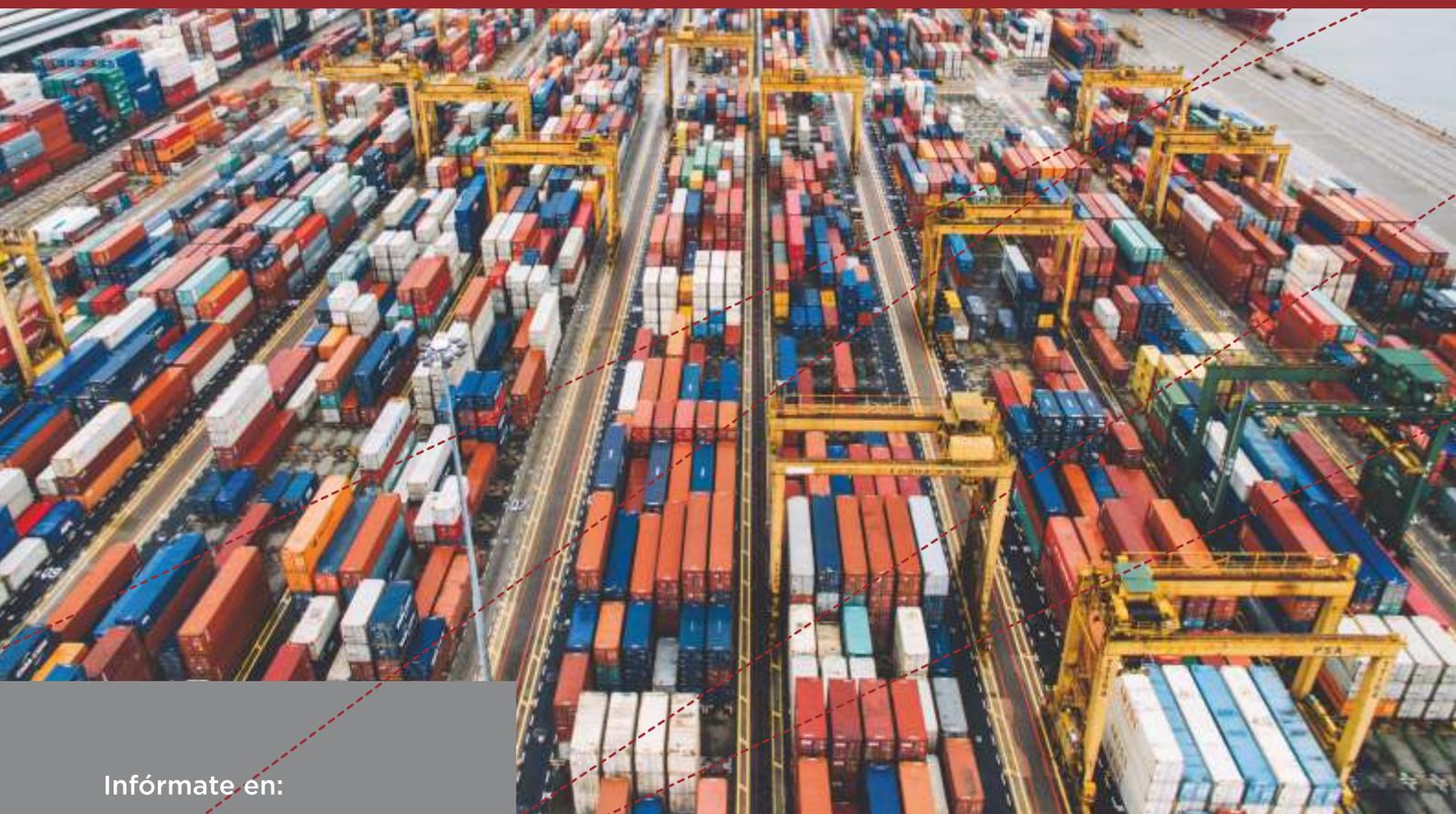
La CCPE y la Universidad Abat Oliba CEU le invitan a conocer el programa oficial de:

MÁSTER UNIVERSITARIO EN LOGÍSTICA Y COMERCIO INTERNACIONAL

Estudia un Máster oficial europeo en una de las Universidades de referencia de Barcelona, primer nodo logístico en España y puerta de Europa al Mediterráneo.

Accede a un sector profesional con verdaderas oportunidades profesionales en Europa y en el mundo.

- **Programa de un año:** De Octubre de 2021 a Julio de 2022
- **Oficial:** Reconocido en Europa y por la Sunedu en Perú
- **Flexible:** Estudia en la modalidad semipresencial y ajusta tu estadia en España a tus necesidades profesionales
- **Prácticas garantizadas:** En empresas de primer nivel, con opción a emplearte en ellas al acabar el Máster
- **Flexibilidad de pagos:** Infórmate del coste y de todas las facilidades a tu alcance



Infórmate en:

Universitat
Abat Oliba CEU
www.uaoceu.es

Cámara de Comercio
de Perú en España
www.ccpe.es



*Universitat
Abat Oliba CEU*



ARANJUEZ
AGROIBERIA 2021
EXPOSICIÓN IBÉRICA AGROALIMENTARIA
INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

www.agroiberiaexpo.com



**reactiva el sector agroalimentario
para fortalecer la identidad cultural y
la economía territorial**

**29 / 09 al 01 / 10 para Profesionales
01 / 10 al 3 / 10 degustación y venta al Público
Aranjuez (Madrid) ESPAÑA**