

PARQUE INDUSTRIAL

Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa JUN.2020 ED. Nº 01 DIGITAL

Edición digital

POSTCOVID 19

Productos bandera

- *Exportación*

Reactivación de la economía

- *Minería, agricultura y construcción*

Cuidados

- *Economía y salud*

PARQUE INDUSTRIAL



Edición digital

adepia

www.adepia.com.pe

Contáctenos:

Jacinto Ibañez 509, oficina 203
Parque Industrial, Arequipa
Teléfono: (054) 219640
informacion@adepia.com.pe



El Perú saldrá adelante

Seguimos trabajando con la firme convicción de contribuir con el progreso de nuestro país, por el crecimiento de su población con equidad e igualdad de oportunidades.



#JuntosContigo

CONSEJO DIRECTIVO ADEPIA 2019 - 2020

PRESIDENTE:

Iván Herrera Enríquez
Crubher S.R.L.

VICEPRESIDENTE:

Bradley W. Silva Gerson
Fábrica de Chocolates La Ibérica S.A.

DIRECTOR TESORERO:

Javier Beltrán Córdova
Geodrill S.A.C.

DIRECTOR SECRETARIO:

Rafael Chirinos de Rivero
Moly-Cop Adesur S.A.

DIRECTORES:

Alberto Jochamowitz Stafford
Flsmidth S.A.C.
José Becerra Cremidis
L y B Negocios y Representaciones S.A.C.
Jhon Tejada Cornejo
Famai Seal Jet S.A.C.
Leonel Barriga Paredes
Corporación Aceros Arequipa S.A.

PAST PRESIDENTE:

Mauricio Pérez Wicht San Román
Laive S.A.

GERENTE:

Jorge Alberto García La Rosa

EDITOR:

Guido Ernesto Canevaro Chávez

COMITÉ EDITORIAL:

Iván Herrera Enríquez
Alberto Jochamowitz Stafford
José Becerra Cremidis
Jorge Alberto García La Rosa

PUBLICIDAD:

guidocanevaro@adepia.com.pe

DIAGRAMACIÓN

Juan Carlos Denegri Ballón

DIRECCIÓN:

Jacinto Ibañez 509 of.203,
Parque Industrial
Teléfonos: 054-219640

ÍNDICE

- 05** EDITORIAL
- 06** MINERÍA, AGRICULTURA E INFRAESTRUCTURA
- 09** CONTENER EL CORONA Y REACTIVAR LA ECONOMÍA
- 12** REINVENTANDO EL TURISMO
- 16** REACTIVACIÓN DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN
- 20** IMPACTO DEL COVID 19 EN NUESTROS PRODUCTOS BANDERA
- 24** REACTIVANDO LA ECONOMÍA DE ABAJO HACIA ARRIBA
- 26** ¿QUÉ MODELO ECONOMICO NOS ESPERA POST COVID 19?
- 28** OPORTUNIDADES EN TIEMPOS DE CRISIS
- 30** ÉTICA EN LA TOMA DE DECISIONES
- 32** CLASES VIRTUALES, LA MEJOR ALTERNATIVA DE EDUCACIÓN
- 34** NUEVAS FORMAS DE CONECTAR
- 35** SEGURIDAD LABORAL
- 37** PERÚ, DESTINO GASTRONÓMICO
- 40** LA SALUD PRIMERO: MITOS DEL CÁNCER
- 42** PRODUCTOS BANDERA DE EXPORTACIÓN
- 44** ASISTENCIA SOLIDARIA
- 46** DIRECTORIO DE ASOCIADOS

ADEPIA NO SE SOLIDARIZA NECESARIAMENTE CON LAS OPINIONES VERTIDAS EN LOS ARTÍCULOS DE ESTA REVISTA.

* Se autoriza a reproducir el material periodístico de esta edición, siempre que se cite como fuente la revista de Parque Industrial ADEPIA y a sus autores. Todos los artículos de esta edición, han sido escritos con autorización de su autor y expresamente para la revista Parque Industrial, la revista ADEPIA.

** Los artículos firmados son responsabilidad del autor. Hecho el depósito legal N. 2007 - 07488.

REVISTA DE DISTRIBUCIÓN GRATUITA, PROHIBIDA SU VENTA

Tiempos de pandemia



Las gripes forman parte de la historia de la humanidad. Encontramos similitudes el día de hoy y las recomendaciones son las mismas. Se exhorta evitar lugares públicos y cuidarse hasta que esta haya pasado. Puede sonar sorprendente pero ya en 1918, la oficina de salubridad de la ciudad de Puebla recomendó cuidados como lavarse las manos constantemente, secarlas en un lienzo de algodón con alcohol de 90°, hacer gárgaras con una solución de agua oxigenada al 1 por 10 y utilizar como preventivo el zumo de limón. Incluso recomendó como tratamiento el sulfato de quinina y la aspirina para las personas que empezaban a mostrar los primeros síntomas, tratamientos debatidos por los médicos el día de hoy, mientras que los enfermos más graves debían ser tratados por un médico competente.

Revisando estos sucesos históricos, no pude evitar notar que estas pandemias de gripe tuvieron una duración muy corta en las ciudades, aproximadamente de tres meses. Juan Domingo de Zamácola y Jauregui relata que en los meses de julio, agosto y setiembre de 1718 se sufrió el contagio de una peste en Arequipa. Esta dejó las calles desiertas y afectaba sobre todo a los que sufrían males habituales, particularmente del pecho. En enero de 1919, la gripe Española llegó a Lima y desapareció en menos de dos meses. Según un artículo del diario correo, esta gripe empieza a mostrar sus primeras víctimas en Arequipa el mes de junio y para el 12 de agosto la gripe declina, terminando la pandemia pocos días después. Por lo tanto, no perdamos la fé y esperanza que al igual que otras gripes, esta pandemia llegará pronto a su fin y podremos recuperarnos progresivamente.

Lo más importante en estos momentos es concentrar todos los esfuerzos en atender a todos los ciudadanos que hoy lo requieran. Así como apuntalar y reconocer el esfuerzo de los médicos, enfermeras, policías, militares y todos los que están en este frente de protección de los ciudadanos. Es loable el apoyo de empresas que han donado todo el oxígeno que se requiere en los hospitales de Arequipa, así como desinfectantes, equipos de protección y ventiladores mecánicos; además de alimentos para las poblaciones más vulnerables. Aprovecho la oportunidad para agradecer a nuestros asociados por los donativos realizados a Cáritas del Perú, su apoyo silencioso es de mucha ayuda.

En cuanto al impacto económico del COVID-19, los programas REACTIVA y FAE-MYPE lo han amortiguado, ayudando a mantener la cadena de pagos. Si bien el Fondo Monetario Internacional (FMI) rebajó en mayo su estimación del PBI de Perú a -6.5% para este año debido a la ampliación de la cuarentena, este prevé que Perú y Chile podrían liderar el crecimiento económico en América Latina del próximo año. En abril el FMI pronosticó que en el 2021, la economía mundial crecerá 5,8%, la de Estados Unidos crecerá un 4,7%, la de China se expandirá un 9,2%, y la de América Latina crecerá un 3,4%. Concentrémonos entonces en las oportunidades que vienen, prestando especial atención a la minería y la agro exportación de los productos con mayor demanda en China, que sin duda será el mayor mercado post pandemia, para recuperar de esta manera lo más rápido posible los cientos de miles de empleos que se han perdido en nuestra patria.

Iván Herrera Enríquez

PRESIDENTE DE ADEPIA



Minería, agricultura e infraestructura para reactivar la economía

El gran reto ante el efecto del COVID 19

Por Rómulo Mucho



La aparición del coronavirus Covid-19, en diciembre del año pasado en China, ha impactado en gran medida y negativamente a la economía global. Las medidas tomadas en distintas partes del mundo para contener la propagación de la pandemia, ha semiparalizado la economía. La falta de éxito de estas medidas, hace que veamos cada vez con mayor esperanza las investigaciones científicas destinadas a la obtención de la vacuna. La actual crisis es comparable con las grandes crisis económicas de la historia mundial. El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que la economía mundial tendrá un crecimiento negativo de -3%. China tendrá un crecimiento de 1.2% y Estados Unidos un decrecimiento de -5.9%. América Latina tendrá una caída de -5.2%, y el Perú de -4.5%. Estas cifras pueden variar dependiendo de la duración de la pandemia y de las medidas que adopten en cada país.

El Perú ha venido gozando de solidez macroeconómica, lo que se refleja en la gestión eficiente de sus cuentas fiscales. Nuestras cifras macroeconómicas pudieron ser mucho mejores, si en los últimos siete años se hubiese mantenido un crecimiento de por lo menos 4% del PBI. Lamentablemente esto no ha sido así, por la deficiente gestión del gobierno anterior y la continuación del actual. Ante la adversa realidad que estamos experimentando por el Covid-19, el gobierno se ha visto obligado a tomar medidas haciendo uso de los ahorros generados en las últimas dos décadas. Destinó 4% del PBI (30,000 millones de soles) en el programa Reactiva Perú, para rescatar empresas y no romper la cadena de pagos. Adoptó medidas de soporte a las

familias como; alivio tributario, liberación de CTS y retiro extraordinario de la AFP, que pueden significar un monto hasta 15,000 millones de soles. Asignó fondos para bonos de soporte a las familias vulnerables y en condición de pobreza, las que suman más de cinco millones de hogares. Viene atendiendo las emergencias del sector Salud, reorientación de presupuestos en otros ministerios. Estas medidas deben alcanzar otros 4% del PBI. Adicionalmente se ha destinado otros 4% del PBI para las empresas desde pequeñas a grandes en forma de créditos a una baja tasa de interés.

Como era de esperar, estas medidas dejan al país en un desbalance económico y ahora tiene que recurrir al endeudamiento externo, se sabe que el gobierno ha colocado los primeros 3,000 millones de dólares en bonos y que se acerca la emisión de más deuda. Preocupa que el uso de importantes cantidades de recursos, no esté logrando los resultados esperados. Entre las causas podemos señalar a la carencia de un buen plan de distribución, la corrupción que sigue enquistado en diferentes niveles de gobierno y de instituciones públicas, así como la falta de castigos severos. Todo esto da a la población un sentimiento de frustración ante una percepción de impunidad.

Al estar funcionando sólo el 44% de nuestra economía, después de nueve semanas de "aislamiento social", se estima que se ha perdido 8,300 millones de soles por semana, esto significa aproximadamente 10% del PBI. Este escenario hace muy probable el incremento de la pobreza de 7 a 8%, es decir, cerca de millón y medio de peruanos pueden volver a la situación de pobreza, lo cual sería un retroceso inmenso en nuestro desarrollo, después de haber hecho tanto esfuerzo para alejar de esta injusta situación de vida a millones de peruanos.

¿Qué podemos hacer inmediatamente?

Una cosa es desplegar esfuerzos humanos, económicos y financieros para combatir la pandemia, y otra, es adoptar medidas para reactivar nuestra economía. En las actuales circunstancias, ambos aspectos son igualmente importantes. El sentido común obliga al Gobierno y al Congreso, a tomar medidas para reactivar nuestra economía, sin descuidar la lucha contra la propagación de la pandemia. El Perú tiene capacidad de recuperación económica. En estos momentos, la población empieza a valorar la gran contribución de la minería y demás sectores productivos -como la agricultura- al desarrollo de nuestra economía. Sería inentendible no encender los motores de la economía para frenar la estrepitosa caída económica que estamos atravesando. Además de reactivar las actuales

operaciones mineras y los proyectos mineros, se debe culminar las grandes irrigaciones paralizadas como Majes Siguas II, Chavimochic III, Alto Piura, entre otros. Se debe, además, concretar obras de infraestructura como carreteras, puertos y aeropuertos. Contamos con un portafolio de proyectos que tiene estudios muy avanzados y cuentan inclusive, con financiamiento. Se necesitan decisiones audaces para acelerarlos. No estamos en tiempos normales, se trata de salvar millones de empleos. Por estos días somos testigos de cómo el asistencialismo económico del Estado no sólo está mal ejecutado, sino que, además, es insuficiente. La única manera de vencer sosteniblemente a la pobreza, es generando trabajo para la población.

El compromiso social de las empresas mineras, está quedando evidenciado en esta pandemia. Voluntariamente vienen desplegando oportunos esfuerzos de apoyo a las comunidades y centros poblados de las áreas de influencia de sus operaciones. Están donando suministros médicos, materiales, herramientas, equipos de desinfección, y hasta en algunos casos, provisión de alimentos. Tenemos en cartera 49 proyectos con distinto nivel de avance en sus distintas etapas de desarrollo, algunos de estos proyectos están paralizados por conflictos sociales. Uno de estos es el proyecto Tía María de la empresa Southern Perú, el cual está paralizado hace muchos años por la oposición de un sector radical de la población del Valle de Tambo en Arequipa. Este proyecto cuprífero debe ejecutarse. No existe un sustento técnico o científico que descalifique al proyecto. Quienes que se oponen, lo hacen por intereses mezquinos o por motivos ideológicos fácilmente rebatibles en el campo de la discusión de las ideas. Un aspecto que se debe tener muy en cuenta es el costo de oportunidad, la economía que generaría para el Valle del río Tambo, para Arequipa y para el país. Cuando no se ejecuta un proyecto que cumple con los estudios ambientales, el principal costo oculto es la eterna demora en la mejora de la calidad de vida de miles de personas que pudieron trabajar directa e indirectamente en la operación minera. Actualmente la agricultura del Valle del Tambo es cada vez menos

Tenemos en cartera 49 proyectos con distinto nivel de avance en sus distintas etapas de desarrollo, algunos de estos proyectos están paralizados por conflictos sociales. Uno de estos es el proyecto Tía María de la empresa Southern Perú, el cual está paralizado hace muchos años por la oposición de un sector radical de la población del Valle de Tambo en Arequipa. Este proyecto cuprífero debe ejecutarse. No existe un sustento técnico o científico que descalifique al proyecto. Quienes que se oponen, lo hacen por intereses mezquinos o por motivos ideológicos fácilmente rebatibles en el campo de la discusión de las ideas.

productiva. El proyecto Tía María generará miles de puestos de trabajo directo e indirecto que permitirá que los trabajadores puedan brindar, sobre todo, educación de calidad a sus hijos.

Superada la pandemia, no obstante, todos los daños que nos está ocasionando, quedan muchas lecciones que nos obligan a tomar las siguientes acciones: 1) las empresas mineras tendrán que adaptarse a la llamada nueva normalidad, uno de los nuevos cambios será en el cuidado de la salud como el distanciamiento social de las personas, así como el cumplimiento y monitoreo estricto con los nuevos protocolos de salud y seguridad de los trabajadores tanto en su trabajo como en su hogar. 2) el proceso acelerado de la automatización, la digitalización y el teletrabajo, procesos que no son nuevos en minería pero que han venido avanzando lentamente. Estos procesos son necesarios para alcanzar la producción de mineral requerido, con costo reducido y si fuera el caso con personal solo indispensable para las operaciones. 3) la preparación de nuevos profesionales y trabajadores, debido a las disposiciones sanitarias del gobierno (RM N°283-2020-MINSA), será necesario que los jóvenes adquieran las habilidades necesarias para asumir los roles de antiguos trabajadores, que ahora por su edad o por problemas médicos serán imposibilitados de regresar a las operaciones. 4) el gobierno, la empresa y la población en su conjunto, tienen que trabajar juntos en gestionar y resolver los conflictos sociales que están pendientes.

En general, trabajar en la prevención de otros posibles que pudieran aparecer por el efecto del incremento de la pobreza, y esto puede causar mucho más el retraso de las inversiones muy necesarias para salir de la crisis, esto sería muy grave para nuestro país.

Si bien es cierto, las decisiones las toman quienes conducen el país, la sociedad en su conjunto juega un rol importante, con sus propuestas y con el apoyo a las buenas medidas que el poder ejecutivo determine. Después de la pandemia nuestros hábitos no serán los mismos, debemos ser más humildes, más reflexivos, más solidarios, a eso llamamos la nueva normalidad.

contener el Corona y reactivar la economía

*Por Roque Benavides
Presidente del Directorio de Buenaventura*



En esta época de pandemia es evidente que tenemos que priorizar la salud, cuidar de evitar el contagio, cuidar a nuestra población y ser muy cuidadosos con toda la población, pero en especial con los grupos más vulnerables. También es cierto que en nuestro país hay mucha pobreza y que mucha gente vive "al día". Esos compatriotas llegan a decir que le tienen más temor al hambre que al virus, y eso no es de sorprender en padres de familia que tienen que llevar el pan a sus hijos y en población que vive en pobreza.

Tenemos que enfrentar esta crisis atacando el grave peligro de la salud pero no podemos descuidar la economía de la que vivimos y obtenemos los recursos para alimentar a nuestras familias.

Creo que la definición de SOSTENIBILIDAD es aun más relevante en estos momentos. Según Naciones Unidas, sostenibilidad se entiende como el cuidado del medio ambiente con desarrollo social y económico. Es una mesa que se sustenta en tres patas, lo ambiental, lo social y lo económico. Las tres patas son indispensables.

El cuidado del medio ambiente es evitar la contaminación y ser amigables con la naturaleza, pero eso no significa que el hombre no pueda desarrollar actividades económicas en beneficio de la sociedad.

El desarrollo social considera la salud, la educación, la infraestructura básica, la seguridad y la justicia. De acuerdo a la Constitución Política del Perú son aspectos en los que el Estado tiene que ser parte junto con el sector privado.

El desarrollo económico, la tercera pata de la sostenibilidad tiene que ver con la generación de actividad económica que permite la generación de puestos de trabajo y el sustento de las familias.

Es en este desarrollo económico en el que quisiera enfocarme en este artículo. En estas épocas del COVID19 está muy bien el esfuerzo de contención del virus pero tenemos que ir pensando como reactivamos nuestra economía. No cabe la menor duda que el mundo está en recesión. Me impacta que la economía alemana decrecerá en 7% en 2020, que si lo comparamos con 1945 al finalizar la Segunda Guerra Mundial el decrecimiento de su economía fue de 5%... Estamos realmente en una crisis de proporciones mundiales, es como si todo el mundo estuviera saliendo de una gran guerra.

La economía peruana decrecerá entre 2% y 5% de acuerdo a distintas estimaciones. ¿Que hacer ante esta situación? Si antes discutíamos de priorizar algunos sectores sobre otros, creo que ha llegado el momento de poner en valor todo lo que tenemos a nuestro alcance.

Proyectos de inversión pública y privada. Proyectos de infraestructura, salud, agricultura, turismo, construcción, minería, y en general todo lo que nos permita salir de esta gran recesión lo antes posible.

¡El Perú ha sido bendecido con recursos naturales y la minería es una oportunidad de desarrollo que debemos poner en valor!

En el Sur del Perú están ubicados Quellaveco, Tía María y otros proyectos mineros. En el norte están Michiquilay, Galeno, Conga, los sulfuros de Yanacocha, La Zanja y Tantahuatay; La Granja y Cañariaco.

Como se puede ver, tenemos ingentes recursos que es momento de ponerlos en valor y posicionar al Perú como el gran productor de cobre del mundo. Entre Perú y Chile tenemos el 40% de las reservas y la producción mundial, no perdamos una oportunidad así.

Un ejemplo de oportunidad para el Perú y para el sur es el proyecto Tía María. Ubicado en el valle del Tambo, es una oportunidad de integración entre minería y agricultura. Se podría construir el reservorio de Paltiture y otros reservorios que permitirían proveer de más y mejor calidad de agua a los agricultores del valle y permitir el desarrollo de Tía María. Si no desarrollamos la mina, difícil será justificar ese reservorio y habremos perdido una gran oportunidad. Agricultura y Minería unidos por la hermandad del agua y no por la confrontación entre peruanos. Recordemos que el 85% del agua de lluvias de todos los años se va al mar sin ser utilizada, la construcción de reservorios es una forma de regular y utilizar mejor el agua sin tener que recurrir a la desalinización que es tan costosa. No cabe la menor duda que cualquier proyecto deberá desarrollarse dentro de los cánones de la sostenibilidad con cuidado del medio ambiente, desarrollo social y desarrollo económico.

¡Los jóvenes de Cocachacra se merecen esa oportunidad y no debemos perderla!

¡Este es el momento en que el Perú debe estar más unido que nunca y enfrentar el desarrollo sostenible que nos genere bienestar a los peruanos y nos permita erradicar la pobreza, fuerza Perú!

Dicen que las crisis deben ser convertidas en oportunidades y estamos convencidos que ese será el caso para el Perú. Muy bien enfrentar la pandemia con las medidas sanitarias necesarias, pero preparémonos para la reactivación indispensable si queremos convertir esta crisis en una oportunidad. La puesta en valor de proyectos mineros es una urgencia que nos permitirá salir de la depresión.

Con optimismo y realismo podremos capear el temporal.



PRONTO

PROGRAMA DE INGLÉS PARA PROFESIONALES

- Con temas relacionados a la industria y los negocios
- Metodología adaptada a las necesidades laborales
- Horarios adaptados a tu disponibilidad laboral
- Doble certificación (Cultural + TOEFL ITP)

Calidad educativa
garantizada:



Reinventando el turismo

Magali Silva

Exministra de Comercio Exterior y Turismo

Conociendo el Sector

Según la Cuenta Satélite de Turismo del año 2015 publicada recientemente por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el sector aportó el 7,11 por ciento del producto bruto interno de ese año. De ese porcentaje, el turismo que depende de la llegada de turistas internacionales generó el 2,1 por ciento del PBI, correspondiéndole la diferencia, 5,0 por ciento del PBI al turismo interno, aquél que es realizado por las personas que vivimos en el territorio nacional.

De esa misma fuente, se obtiene la cifra de empleos creados por el sector en el año 2015 que equivale a 1 millón 300 mil empleos directos e indirectos. Si actualizamos el dato de empleo al año 2019, tendríamos que el sector turismo, generó el año pasado 1 millón 400 mil empleos en nuestra economía: 670 mil empleos directos y 730 mil empleos indirectos.

Una característica del turismo es que engloba una serie de actividades como transporte, hospedaje y alimentación, agencias de viaje, actividades artísticas y culturales, venta de artesanías y otros servicios. En la Cuenta Satélite, se incluyen trece actividades distintas. No obstante, sólo en tres actividades, restaurantes (36 por ciento), transporte de pasajeros por carretera (21 por ciento) y hoteles y establecimientos para visitantes (11 por ciento) se generan más de dos tercios del empleo total del sector.

Cuando analizamos el sector desde el punto de vista de la generación de valor, se tiene que cinco actividades son las que concentran el 75 por ciento del total: restaurantes, transporte terrestre, transporte aéreo, hoteles y agencias de viajes. Por lo tanto, estas son las actividades por las que como país debemos preocuparnos, ya que los impuestos que se recaudan en el sector turismo vienen en su mayoría de las ventas que realizan las empresas formales de estas cinco actividades.

No obstante, se trata de un sector con un alto porcentaje de informalidad. Entre el 67 y el 70 por ciento del empleo generado en el sector turismo es informal. Ello significa que, del total de 1 millón 400 mil empleos, 460 mil son formales, divididos entre 220 mil directos y 240 mil indirectos y 940 mil empleos son informales. Además hay mucha heterogeneidad al interior. Hay muchísimas pequeñas empresas, gerenciadas por mujeres. Coexisten distintos niveles de acceso y desarrollo tecnológico.

Por último, el turismo es un sector generador de divisas para el país. En el año 2019, el Banco Central de Reserva reporta un ingreso de US\$ 4 784 millones, lo que lo convierte en la segunda fuente de ingresos en el sector no tradicional después de la agroexportación, que registró un valor de US\$ 6 541 millones ese año.





Coyuntura actual y pronósticos

Al primer trimestre de este año, la Superintendencia Nacional de Migraciones, registra una disminución de 23,3 por ciento en la llegada de turistas internacionales en comparación con igual período de 2019. Teniendo en cuenta que las medidas de aislamiento se aplicaron desde la segunda quincena de marzo y el cierre de fronteras se efectivizó desde el lunes 23 de marzo, los resultados de los meses siguientes se verán considerablemente más afectados.

En el mundo, la mayoría de aerolíneas no están operando y aun cuando se restablezcan los vuelos progresivamente, la demanda se verá influida por el miedo al contagio, por lo que se espera un bajo movimiento de pasajeros en los próximos meses. Según una última encuesta de IATA², agencia que representa a 293 aerolíneas de 120 países y concentra el 82 por ciento del tráfico aéreo mundial, para un 57 por ciento de los entrevistados, no se espera una reactivación en los próximos 6 a 12 meses y para un 25 por ciento, la recuperación tardaría de uno a dos años.

Recordemos que se han suspendido los vuelos corporativos. Skype y Zoom se han convertido en las herramientas de trabajo más usadas sustituyendo a las reuniones presenciales. A ello se añade la cancelación de seminarios, eventos y reuniones internacionales tanto públicos como privados como medidas para evitar el contagio. En esa misma línea, se han suspendido los viajes por vacaciones o reuniones familiares, presionándose tanto a aerolíneas como agencias de viaje y establecimientos de hospedaje para la devolución del pago hecho de forma adelantada.

A diferencia del resto de sectores, la normalización de las actividades en el sector turismo tomará mucho más tiempo, no solo por las medidas impuestas por los gobiernos en cuanto a restricción de viajes, que sería lo último que se levantaría, sino por la misma contracción de la demanda de estos servicios por la aversión al riesgo de los consumidores, que se irá reduciendo en la medida que la pandemia esté controlada y se haya descubierto un tratamiento eficaz y posteriormente una vacuna.

Se trata pues de un sector que fue afectado por la pandemia antes que el resto de sectores y cuya recuperación tardará mucho más que el resto, previéndose incluso que no se recuperen los niveles normales previos a la pandemia.

Ello viene generando serios problemas de liquidez en la mayoría de empresas, sobre todo en las más pequeñas y las que se encuentran en las regiones. Simultáneamente, en aquellas empresas vinculadas al sector turismo que no puedan soportar una contracción que durará varios meses estaremos viendo casos de insolvencia, que los obligarán a cerrar o despedir masivamente empleados. Es cierto que a muchas les va a ayudar el Programa de Suspensión Perfecta de labores -en donde la empresa deja de pagar la remuneración respectiva sin que desaparezca el vínculo laboral- y el subsidio de hasta S/ 760 para los trabajadores afectados por esta medida, sin embargo sería de mucha utilidad que las autoridades pudieran coordinar más estrechamente con las empresas del sector para analizar la gravedad de la crisis y el impacto de las medidas, dada la gravedad de la crisis.

Algunas sugerencias para reinventarse

El sector turismo será sin duda el más golpeado por la pandemia. En el Perú es un sector generador de empleo pero que presenta claramente evidencias de una alta informalidad. Es un sector directamente afectado por el cierre de fronteras y por la suspensión de organización de eventos y encuentros internacionales. Se estima que el 30 por ciento formal genera el 60 por ciento del valor total del sector y es el que genera divisas e ingresos fiscales. Por lo tanto, teniendo en cuenta que además del Estado y las empresas, los trabajadores y la academia también pueden contribuir a encontrar distintas salidas a la crisis se sugiere a continuación una serie de acciones que se podrían ir tomando con esa finalidad:

Estado

- Agilizar la continuidad en la Inversión en Infraestructura (Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2019-2030 y Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad, PNIC). Atar estos planes a promoción de nuevos destinos.
- Flexibilización en Regulaciones excesivas. Acelerar la puesta en marcha de la Ventanilla única de Turismo (VUT) creada en el año 2016 que tiene por objetivo digitalizar todos los procesos en la administración y obtención de permisos para las actividades turísticas.
- Incentivos para la formalización del empleo atados a fondos especiales del Estado atendiendo la naturaleza y duración de la crisis del sector.
- Elaborar y publicar más información estadística oportuna, seguir calendarios.
- Establecer agendas de trabajo común con gobiernos regionales.
- Retomar Grupos de Trabajo para refloatar el turismo en Acuerdos Comerciales. Trabajar muy estrechamente con Chile y Colombia en el marco de la alianza del Pacífico.
- Retomar Y tú qué planes (planificación de viajes familiares en el Perú de la mano con Gobiernos Regionales, Turismo con Sentido Social (Programa creado en el 2016, que permite conocer el Perú, a poblaciones más vulnerables como niños ancianos y discapacitados).

Trabajadores

- Ser conscientes de que hay mucha incertidumbre en el manejo de esta crisis y las soluciones también pueden provenir de los trabajadores.
- Buscar capacitarse de manera virtual en temas que ayuden a la sostenibilidad del sector, retomar estudios postergados, etc. Cenfortur puede empezar a certificar con el Ministerio de Trabajo esas capacitaciones.
- Los cursos de inglés a distancia son una buena alternativa para combinarlo con el teletrabajo o disminución de actividades laborales.
- Ser más solidarios entre los trabajadores y con la empresa, pensar siempre que tener un trabajo formal, que nos da acceso a servicios de salud y pensiones es muy importante.
Academia.
- Buscar a las empresas del sector y proponer agendas de investigación conjunta. El turismo es un sector dinamizador. Con poca inversión se puede generar riqueza pero hace falta más estudios.
- La investigación de mercados va a ser un elemento imprescindible en esta "nueva realidad", puede ser muy costosa porque no hay bases de datos disponibles y la información es un bien público.
- Proponer trabajos de tesis con participación de universidades de distintos lugares del país, con participación de instancias gubernamentales o participación de empresas y trabajadores y publicación de resultados.

Empresas

- Examinar su modelo de negocio, se tiene como ejemplo a Casa Andina y la Pastelería San Antonio. En el primer caso crearon el producto, Home, para propiciar estadías más largas con centros de trabajo, para aquellos que temporalmente busquen su independencia y en el segundo, reconvirtieron el salón de un té en un minimarket con servicios de delivery.
- Reestructurar procesos para hacer más eficiente su estructura de costos.
Estudiar más el perfil de sus clientes, fidelización, hacer uso de herramientas digitales, buscar nuevos segmentos.
- Reenfocar la mirada hacia la participación y capacitación del trabajador.
- Proponer temas de investigación a las universidades, revisar la currícula y los contenidos de las carreras universitarias en turismo, priorizando la "Gestión de Nuevos Destinos".
- Ser más solidarios entre empresas del rubro y con sus trabajadores.

Lecciones que nos deja esta Crisis

- Que hay mucha incertidumbre desde la declaración de la pandemia por la OMS (Organización Mundial de la Salud)
- Que el sector es uno de los más afectados. Que esta crisis puede ser una oportunidad para formalizar a muchos integrantes de la cadena turística, para capacitarse, para certificarse y repotenciar el valor del recurso humano. Que por ahora, los viajes serán internos.
- Que hace falta una mejor comunicación y coordinación entre todos los actores. Que el Estado y la Academia trabajando juntos pueden producir información actualizada y de calidad, que es un valor altísimo para la toma de decisiones de las empresas.
- Sin duda, el sector turismo, en su mayoría compuesto por pequeñas empresas, requiere un tratamiento especial para afrontar esta drástica caída de la demanda.

Reactivación del sector construcción en la región arequipa

La Cámara Peruana de la Construcción Capeco - Arequipa con motivo del impacto del COVID-19 ha presentado un estudio con el fin de reactivar este importante sector.

Relevancia de nuestros sectores para la economía nacional

Construcción

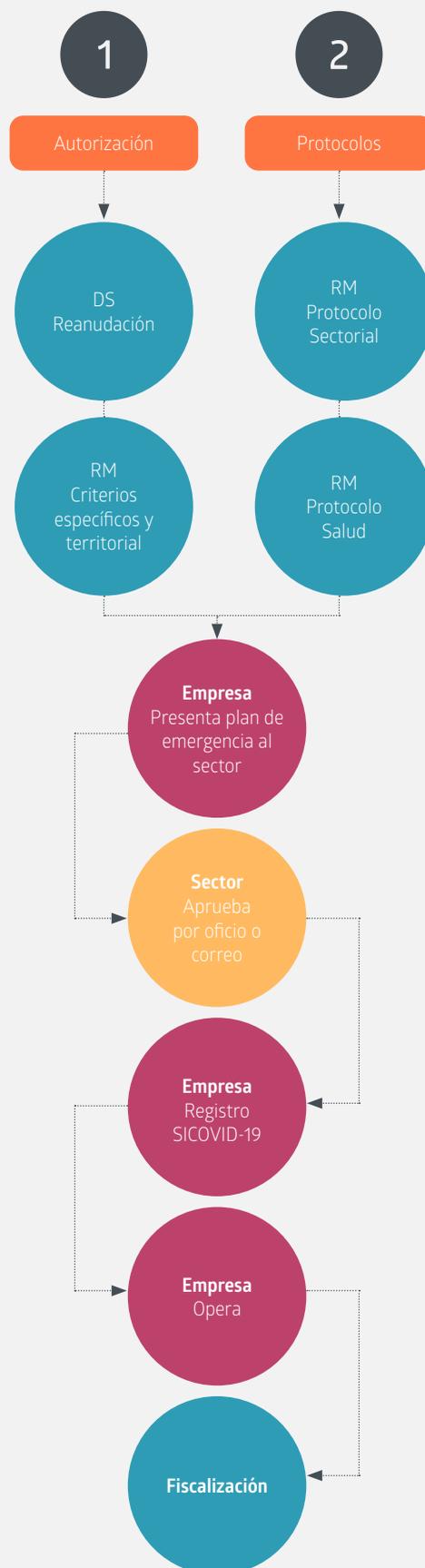
- Contribución al PBI: El sector explicó el 5.1% del PBI nacional durante el 2019.
- Empleo: La industria de la construcción emplea a 250,000 personas entre obreros y empleados de manera formal y otros 250,000 de manera informal. Se estima que, por cada puesto de trabajo directo en la industria se genera 1 puesto adicional de manera indirecta en la cadena de proveedores.
- Recaudación Tributaria: La actividad de construcción le generó al Estado S/ 6,575 millones en recaudación tributaria interna, 6.7% de la recaudación interna a nivel nacional.
- Valor económico: En el 2019 se licitaron obras públicas por más de S/15,000 millones. Asimismo, se cuenta con inversiones privadas por más de S/17,000 millones: que se encuentran actualmente paralizadas, entre ellos 1,200 proyectos de vivienda con más de 30,000 unidades, centros comerciales y edificios de oficinas.

Industria de cemento

- Empleo: La industria cementera peruana generó alrededor de 2,500 puestos de trabajo directos en el 2018. Se estima que, por cada nuevo puesto de trabajo directo en la industria se generan entre 2 y 5 puestos de manera indirecta. Esto evidencia la contribución de la actividad constructora e inmobiliaria, a través del consumo del cemento, sobre el empleo del país.
- Contribución al PBI: La contribución de la industria cementera contribuye con el 0.7% al PBI total.

El Gobierno ha propuesto una reanudación gradual y progresiva

Procedimiento de inicio de actividades



¿Y como reactivaríamos nuestros sectores?

De acuerdo con el proceso de evaluación definido por el Gobierno, las Propuestas de Apertura de Actividades Económicas con las que debemos de contar son: Protocolo Sanitario de Operaciones para mitigar los riesgos frente al COVID-19 aprobado por el Gobierno (D.S. 080-2020-PCM / RM – 239 – MINSA / RM – 085 2020 - VIVIENDA). Siguiendo los criterios establecidos, desde el Sector Privado se solicita la reactivación de todos los sectores económicos que:

Cumplan con los criterios económicos y/o de mitigación de riesgo, cuenten con un Protocolo Sanitario de Operaciones contra el contagio y propagación del COVID-19 aprobados por el MINSA, que garantice el distanciamiento social y evite la aglomeración, y cuenten con la disposición de iniciar operaciones con aforo restringido durante la primera fase, siendo este el componente de gradualidad para la reapertura de actividades.

Excepción: Sector minero, agrario, pesquero y construcción debido a su estacionalidad y condición de aislamiento para el desarrollo de sus actividades.

El gobierno ha propuesto una reanudación gradual y progresiva

· Esta se hará en 4 fases, la construcción empezará a operar en la Fase 1 (D.S. - 020 – PCM). Para reanudar lo primero a tomar en cuenta es la salud pública, la movilidad interna, la dimensión social y la evaluación de la actividad económica, es por ello por lo que el sector Construcción iniciará con un paquete de obras de infraestructura específicas: Los sectores deben de proponer sus protocolos sanitarios (tienen plazo hasta el 08 de mayo), además se deben de aprobar los “Criterios de focalización territorial y la obligatoriedad de informar incidencias”. Estaremos obligados a registrar planes de vigilancia y control previos al reinicio de actividades. Seremos supervisados y fiscalizados por las autoridades sanitarias, los gobiernos locales y la SUNAFIL, para el cumplimiento de esta norma.

Proyectos de reinicio de actividades en el sector construcción

- Proyectos del Plan Nacional de Infraestructura para la competitividad (PNIC).
- Proyectos de la Autoridad para la Reconstrucción con cambios (ARCC).
- 56 proyectos del Sector Transportes y Comunicaciones.

- 36 obras de saneamiento.
- Actividades de infraestructura agraria.
- Proyectos inmobiliarios priorizados.

· Inversiones de optimización, de ampliación marginal, de rehabilitación y de reposición (IOARR), acceso al agua y alcantarillado y comisarías, hospitales y colegios.

- Industrias y servicios conexos a la construcción.

¿Y cuales son los lineamientos para seguir en el sector construcción?

· Elaborar un "Plan para la vigilancia, prevención y control de COVID-19 en el trabajo", que debe ser previamente aprobado por el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo o supervisor de Seguridad Salud en el Trabajo. Realizar una evaluación de descarte y el registro de datos de todas las personas al ingreso de la obra. Solicitar a cada persona que ingrese o se reincorpore a laborar a la obra, suscribir la ficha de sintomatología COVID-19. Instalar paneles informativos en toda la obra. Identificar todos los grupos etarios y el nivel de riesgo del personal a través de una evaluación médica ocupacional obligatoria, previo al inicio de cualquier actividad en la obra. El personal no debe acudir a su centro laboral u obra de construcción al presentar los factores de riesgo y signos de alarma para COVID-19.

¿Y cuál es el protocolo que proponemos? Para las obras de construcción

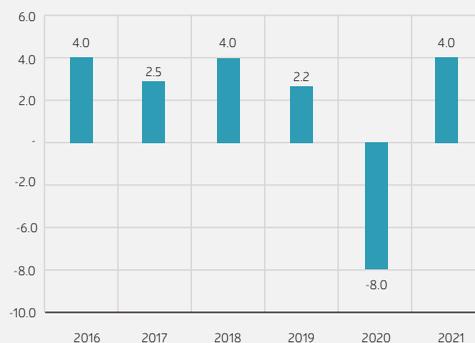
- Distanciamiento social.
- Examen médico ocupacional (protección al trabajador en riesgo).
- Ingreso al centro laboral.
- Flujo de ingreso.
- Identificación de síntomas de alarma al ingreso.
- Procesos de logística, entrega, carga y descarga de materiales.
- Desinfección y prevención en ambientes socio-laborales.
- Ventilación adecuada en comedores.
- Vestidores y baños: limpieza correcta.
- Equipos de protección para la limpieza de los baños.
- Limpieza y/o desinfección del área laboral y de comedores.

Para la producción y distribución de materiales

- Lavado de manos frecuente.
- Distanciamiento social.
- Uso de mascarillas.
- Identificación de grupos de riesgo.
- Medidas de prevención habituales.
- Procesos de logística, entrega, carga y descarga de materiales.
- Desinfección y prevención en ambientes socio-laborales.
- Ventilación adecuada en las áreas de comedores, vestidores y baños.
- Limpieza y/o desinfección del área laboral y de comedores.
- Atención al cliente / atención Post Venta / Acompañamiento social
- Acciones a tomar por los trabajadores en su transporte.

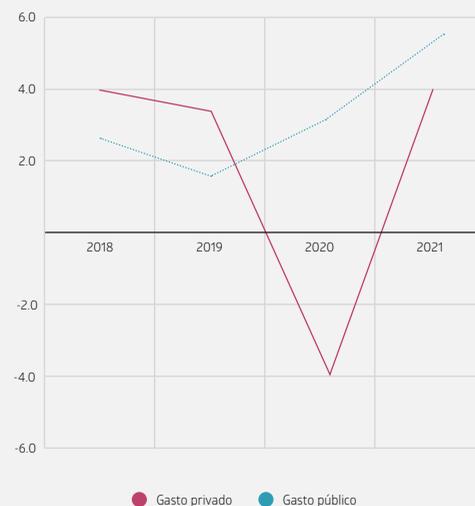
En este contexto el PBI caerá en el 2020 pero con efecto rebote en 2021

PBI (VAR % INTERANUAL)



Fuente: BCRP y BBVA Research

Gasto público y privado (VAR % INTERANUAL)



*Gasto privado no considera la variación de inventarios
Fuente: BCRP y BBVA Research

El sector construcción sera el más afectado a nivel nacional

Estimados PBI Construcción (2020-2021)



Fuente: INEI, BCRP, BBVA Research y MACROCONSULT

¿Y que esperamos para el futuro cercano?

Reactivación inmediata de la inversión pública, flexibilización del MEF, Contraloría y otros actores. Así mismo, los Municipios distritales tendrán que agilizar los trámites y digitalizar la tramitología para los permisos de construcción. Devolver anticipadamente a las constructoras y promotoras inmobiliarias el IGV que mantienen en sus balances como "CRÉDITO FISCAL". El apoyo para la formalización de todas las ferreterías, ello significará el progreso de sus negocios. El uso de tecnologías y la automatización de procesos para el desarrollo de operaciones de construcción en campo.

- El uso de dinero y monederos digitales.
- El uso del DNI electrónico.
- La robotización de las plantas industriales.
- El manejo de herramientas de conectividad.
- El E-Commerce (Compras Digitales), las plataformas de pago en línea y el servicio de delivery.

¿Y para el 2021?

Lo que proponemos para que se desarrolle a más tardar en el 2021 es:

- Una nueva ley de contratación de obras públicas
- La ley General de Desarrollo Urbano
- La modificación de la ley del CNPE
- La ley del Financiamiento Habitacional
- La modificación de la ley Tributaria Municipal
- La modificación de la Ley de creación del SENCICO
- La modificación de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (CC)

Finalmente, ¿y en arequipa como podremos reactivar esto?

Con la continuidad de las siguientes obras:

- El proyecto Majes Siguan II.
- La autopista Arequipa – La Joya
- Los proyectos mineros como Zafranal y Tía María
- Planta de Energía Geotérmica en Cabanaconde – Caylloma,
- Puente Pachas, Puente Añashuayco y Puente Sabandía.
- Eje Av. Metropolitana con la Variante de Uchumayo.
- Intercambio vial de la Av. Kennedy con la Av. Jesús.
- Ampliación de la Clínica Vallesur, Hospital Maritza Campos.
- Integración Vial del Cono Norte.
- Ampliación de la Universidad Católica de Santa María.
- Condominio Las cumbres del Mirador
- Condominio HOME
- Condominio CASAPARQ.
- Edificio de ZEGEL IPAE
- Pabellón Ing. De Telecomunicaciones de la – UNSA.
- Mejoramiento vial Ciudad de Dios – Yura (O. x Imp.)
- La paralización de los proyectos por medida cautelar contra el PDM.

El consumo de cemento sufrirá un desplome, pero volverá el 2021

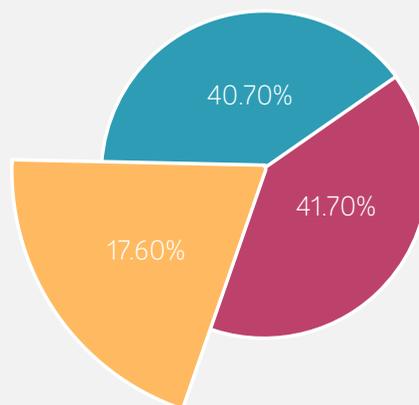
Perú: Consumo de cemento 2017 - 2022 en toneladas métricas



El consumo del año 2019 fue 11,720,000 toneladas de cemento, se estima al cierre del 2020 un consumo de 9,050,000 toneladas, lo que supone una caída del consumo de cemento aproximada del 30%.

Más del 40% de obras paralizadas son de infraestructura

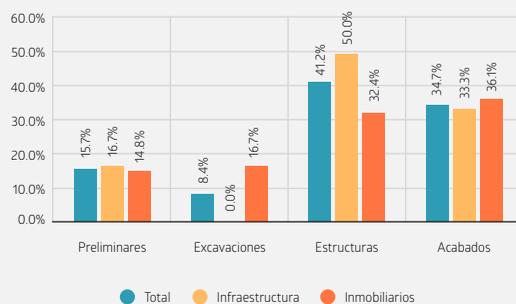
Paralización de obras según tipo de construcción



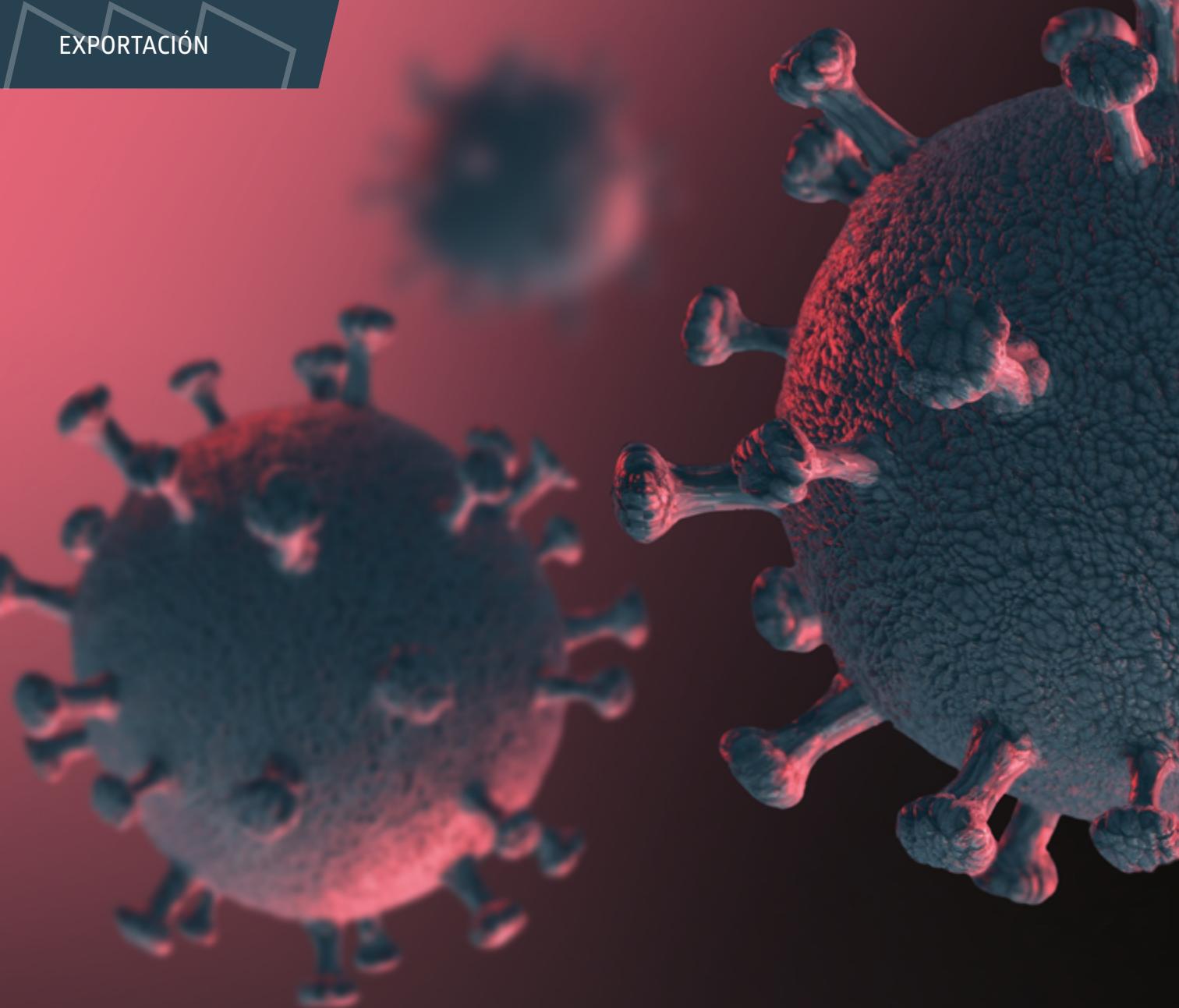
● Infraestructura ● Edificaciones ● Edificio de viviendas

El 41% de obras se paralizaron en la fase de estructuras

Atapa o fase de avance en la que se encuentra la obra



Fuente: Sondero abril 2020 - CAPECO



Impacto del **COVID** 19 **en nuestros productos bandera**

Patricio Quintanilla Paulet



La pandemia está afectando a toda la humanidad incluido el Perú teniendo consecuencias en todos los sectores económicos y a las exportaciones en particular; sin embargo el impacto no es igual en todos los productos exportables.

La Economía Mundial

En el mundo globalizado, lo que sucede en un país afecta a todos; según estimados del Fondo Monetario Internacional, este año la economía mundial se reducirá en 3.0% como consecuencia de la pandemia.

Nuestros principales socios comerciales son Estados Unidos para productos con valor agregado y China para exportaciones tradicionales. Se estima que el Producto Bruto Interno (PBI) del primero de ellos, en el 2020 se reducirá en 5.9% afectando tanto la demanda de algunos de nuestros productos como también los precios, por menor demanda.

China es el principal comprador de minerales, cuyas exportaciones son muy importantes para el país. Paradójicamente, en este país se origina la pandemia y es uno de los dos países, cuyo PBI crecerá en el 2020, pero por supuesto en un porcentaje muy bajo: 1.2% en lugar de 5.9% como se tenía proyectado.

Comentaremos el impacto en nuestros productos bandera, tema de este artículo.

Productos Bandera

La diferenciación es la mejor estrategia para el posicionamiento de las empresas y de los países en el caso de estos últimos, debe estar basada en ofrecer al mundo productos especiales por sus características o particularidades.

Los denominados "productos bandera", son aquellos especiales, de indiscutible origen peruano y de nuestra imagen; es de esperar que tengan un amplio mercado, a nivel mundial, lo que no siempre sucede. Para lograrlo se requiere alcanzar competitividad internacional, a través de dos caminos tomando como referencia el planteamiento del profesor Michael Porter, que son liderazgo de costo, esto es ofrecer menores precios que la competencia o diferenciación, ser mejor que los competidores, sea por sus especificaciones, calidad de servicio, sistema de comercialización o similares.

En el caso de nuestros productos bandera, la estrategia de posicionamiento tiene que estar por diferenciación y no por precio. Estamos "vendiendo" exclusividad, tradición, historia y en algunos casos, su procedencia de zonas vulnerables, bajo el concepto de comercio justo (fair trade), reconocido y valioso en muchos países, particularmente europeos.

Los productos bandera son importantes para el país en general por las siguientes razones:

- Posicionamiento Internacional. Por sus características, el posicionamiento que se logra a nivel internacional no es solamente de los productos, sino del país, lo que trae como beneficio el conocimiento del Perú y aumento de flujos turísticos, tan importantes para el crecimiento y desarrollo.
- Valor agregado. La mayoría de ellos son generadores de valor agregado, con importante impacto en el empleo y consecuente efecto positivo en la calidad de vida de las personas, objetivo de las autoridades de cualquier país.
- Exportaciones. Con presencia a nivel internacional, siendo fuente de divisas por el valor de sus ventas.

- Impacto social. Los productos provienen de zonas vulnerables del país, por lo que su promoción, producción y comercialización, tienen impacto positivo en zonas de bajo grado de desarrollo económico relativo, en zonas alejadas de las principales ciudades y específicamente las zona altos andinas del país.

- Aspecto cultural. Nuestra rica cultura es también difundida con la presencia mundial de estos productos, particularmente aquellos vinculados a las tradiciones u origen propiamente peruano.

Comportamiento

En el año 2004 se crea la Comisión de Productos Bandera (COPROBA), para impulsar la exportación de estos productos, lo que incluía su previa calificación, para ser considerados con esta denominación; a fines del año 2018 el Presidente Vizcarra la desactiva con un Decreto Supremo, considerando que ya había cumplido con los fines de su creación.

A partir de entonces los diferentes sectores del Poder Ejecutivo, Promperú e Indecopi, han asumido la responsabilidad de su promoción.

Los productos considerados en la lista de productos bandera son los siguientes.

- Camélidos Sudamericanos. Incluye alpaca, llama, guanaco y vicuña; todos tienen presencia a nivel internacional, sin embargo son los textiles de alpaca quienes tienen la mayor; la vicuña es reconocida como la fibra animal más fina, estando posicionada en los segmentos más exclusivos de los países desarrollados.

Es sin duda un producto de origen andino, pero nuestro país es líder en la producción industrial con las fibras de estas especies, por lo que es justificadamente considerado como producto bandera.

Las empresas privadas del sector, han contribuido de manera muy importante con su presencia internacional con productos de alta calidad.

- Pisco. Hay una polémica internacional por el origen del pisco entre Perú y Chile, alegando el país del sur la propiedad sobre el mismo. Sin duda el pisco es peruano, por su origen, al ser elaborado con uvas traídas por los españoles, que no eran aptas para la elaboración de vino.

En el año 2019, las exportaciones de pisco han sido de casi 6 millones de dólares, con un importante incremento respecto al año anterior, siendo los principales mercado de destino Estados Unidos, Chile, países de la Unión Europea y Ecuador.

- Lúcuma. Es una fruta de origen peruano, especialmente de los valles andinos, particularmente de la sierra central; una botella mochica representa cuatro lúcumas como símbolo de la producción agrícola.

La exportación se realiza en forma de harina, pulpa congelada y una pequeña cantidad como fruta fresca, especialmente a los países vecinos.

El 2019, ha sido un mal año para la exportación de pulpa, teniendo una caída de 25% con respecto al 2018, con un total de USD 695 mil, pero con ligero incremento del precio promedio de USD 3.14 por kilo en el 2018 a USD 3.58 el año pasado.

En lo referente a exportación de harina, los montos son mayores pero igualmente han sufrido una disminución; la última información disponible, a setiembre de 2019, muestra exportaciones por 1'157 mil dólares y en el mismo periodo del año 2018, fueron de 1'232 mil dólares, esto es una disminución de 6%.

- Maca. Es un producto originario de los Andes peruanos y bolivianos, que tiene propiedades energizantes y se le atribuye un efecto afrodisíaco.

La exportación es principalmente en forma de harina, habiendo alcanzado un valor de USD 10.9 millones en el año 2019, con un precio promedio de USD 5.34 por kilo; sin embargo en años anteriores los volúmenes fueron muy superiores; en el año 2016 éstas fueron de USD 14.7 millones a un precio promedio de USD 7.56 por kilo. La baja de precio desincentivó su cultivo y además China inició producción.

- Platería. La platería peruana fue calificada como producto bandera en el año 2011, por la desaparecida COPROBA, pero la Asociación de Exportadores indicó que no se había tenido el apoyo del Estado, que se esperaba al ser declarada como tal.

El valor de las exportaciones totales de joyas, no sólo de platería, ha llegado a cerca de USD 148 millones en el año 2019, con tasas permanentes de crecimiento.

- Quinoa. Es nuestro principal grano andino, siendo los mayores exportadores en un mercado compartido con Bolivia y Ecuador. Es un componente cada vez más importante de la gastronomía peruana y sus exportaciones son crecientes.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) al 2013 lo declaró "Año Internacional de la Quinoa", impulsando la demanda mundial.

El año 2019 las exportaciones fueron de USD 132.6 millones de dólares, con un incremento de 7% con respecto del año anterior. El precio promedio fue de USD 2.76 por kilo.

· Algodón. No es de origen peruano, pero contamos con variedades propias de alta calidad, justificando su calificación como producto bandera; la variedad Pima (fibra extralarga) es el algodón más fino disponible, y la variedad Tanguis (fibra larga), lleva el nombre del ingeniero peruano que lo desarrolló.

Los principales productos de exportación son los T-shirts (polos), camisas y cárdigan.

Es un mercado creciente, con alto posicionamiento a nivel internacional, por la calidad de los productos, a lo largo de la cadena productiva.

· Caballo Peruano de Paso. Es de gran belleza y se caracteriza por su suavidad al andar; se exportan a muchos países a un precio promedio de USD 30,000 cada uno; solamente Arequipa tiene 73 criadores con 250 animales y una tasa de crecimiento de 10% anual.

· Otros. La desactivada Comisión de Productos Bandera (COPROBA) ha calificado también al cacao y espárragos, a pesar de no ser productos de origen peruano, pero que por sus características tienen un alto posicionamiento a nivel internacional.

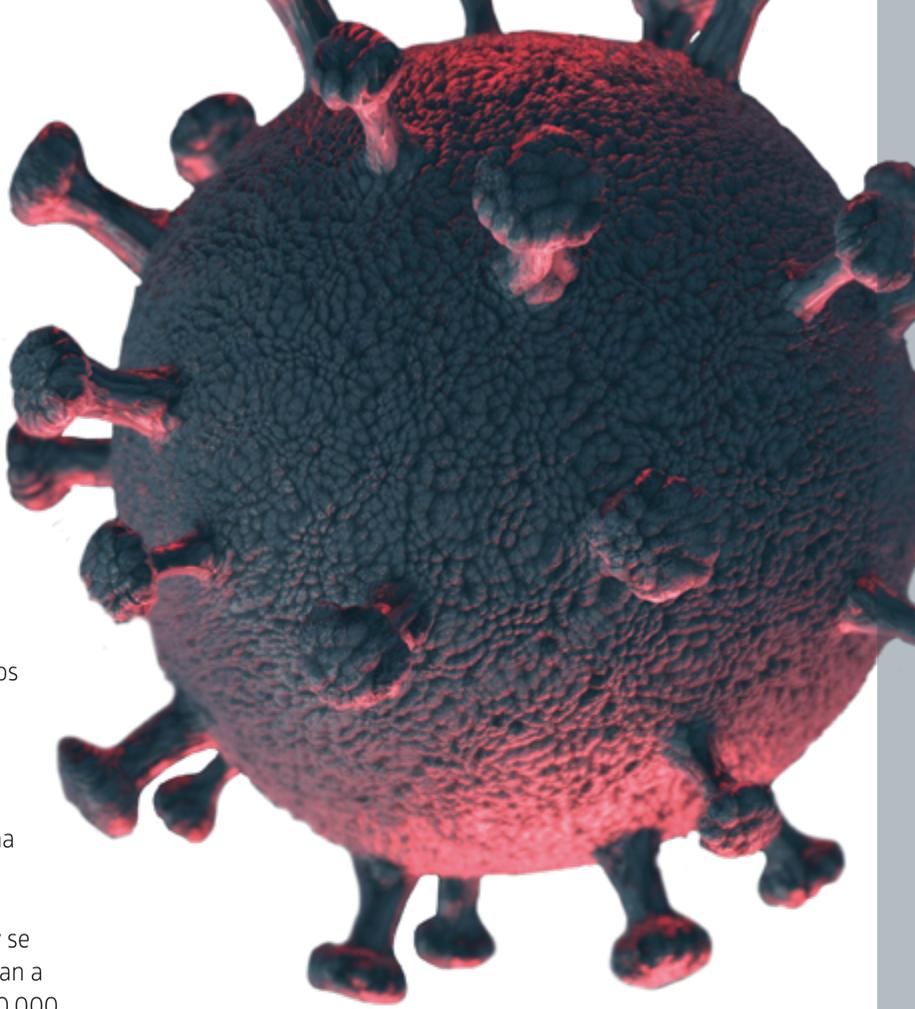
Impacto COVID 19

La pandemia que nos afecta, ha tenido diferente impacto en nuestras exportaciones de productos bandera; veamos algunos casos.

· El sector textil ha sido uno de los más golpeados por la crisis internacional, especialmente porque las prendas de pelos finos, están dirigidas a un mercado de nicho, por su precio relativamente alto, con respecto a las fibras sintéticas.

· La producción y exportación de pisco, se ha visto afectada por las dificultades para su elaboración; recientemente algunas viñas han diversificado en un producto enlatado "ready to drink", con el cual esperan recuperar mercado.

· En el caso de frutas, en los primeros meses del año, han tenido un comportamiento positivo, a pesar de dificultades por la reducción de vuelos internacionales; según opinión de MINCETUR esta tendencia continuará el resto del año.



· En el caso de los otros productos, se han visto afectados por la contracción económica de nuestros mercados de destino; la menor demanda ha afectado tanto el volumen de las exportaciones como los precios.

· Es probable que se deterioren los términos de intercambio, por el precio promedio de nuestras exportaciones.

Conclusión

El papel del Estado en este proceso fue definir los Productos Bandera por la COPROBA, que luego fue desactivada; el resultado positivo en el mercado internacional, ha sido por la gestión y acciones del sector privado. Aquellos productos que no han tenido un buen desempeño, es justamente por la insuficiente acción de las instituciones estatales, a quienes les corresponde su promoción.

Para el año 2020, el impacto de la crisis económica mundial, afectará a nuestros productos con impacto negativo en las exportaciones, salvo en frutas que esperamos no sea así. Este hecho, por la menor oferta de moneda extranjera, podrá presionar el tipo de cambio al alza.

Reactivando la economía de abajo hacia arriba

Actualmente en el marco del COVID19, se han generado migraciones (caminatas) de retorno de pobladores a sus zonas originarias, motivadas básicamente por la pérdida de las condiciones laborales, económicas, alimentarias y de vivienda que los mantenían en las ciudades. Estas condiciones las pueden recuperar en sus pueblos de origen, dado que allá se encuentran sus familias, tierras y costumbres, que años atrás abandonaron por falta de oportunidades.

En el escenario POSTCOVID19, este grupo poblacional, al igual que las poblaciones que los acogen de regreso, necesitan recibir el apoyo inmediato y prioritario del Estado. Una estrategia de este tipo puede resolver dos problemas que por décadas no hemos podido solucionar: las migraciones del campo a la ciudad y la pobreza rural y urbana. Hoy se dan un conjunto de condiciones propicias para poner en marcha la solución con éxito y se han reducido las diferencias entre el campo y la ciudad para el acceso a medios de producción (comunicaciones, vías, electrificación) y se ha revalorizado la agricultura peruana y con ella el trabajo en campo y los mercados internacionales demandantes de productos agrícolas (Norteamérica, Europa y Asia) vienen creciendo y existe tecnología local para generar mayor productividad (cantidad) y competitividad (ventanas de oportunidad).

En los últimos 10 años, las exportaciones no tradicionales han crecido favorablemente; denominadas así en clara alusión a que no conforman ese grupo de productos tradicionales (minería, petróleo, pesca y café), que sostuvieron la economía peruana durante el siglo XX, vienen cediendo su lugar al componente agropecuario de las "no tradicionales", siendo los productos más destacados las uvas, paltas, espárragos, arándanos, quinua, aguaymanto, cacao y tara.

Hoy más que nunca, todos los factores de producción (capital humano, recursos técnicos, recursos financieros y articuladores de mercado) están a mano, disponibles y esperando hace varios años que se

utilicen de la manera adecuada, hagámoslo posible ahora que es el momento en que la ansiada recuperación económica lo necesita.

El capital humano está representado por la gran cantidad de pequeños productores agropecuarios, asociaciones y cooperativas existentes, producto del trabajo de más de 20 años de los sectores MINAGRI y MIDIS; estos pueden consolidar mayor producción y/o realizar una transformación primaria, logrando mayor valor agregado. Los recursos técnicos están disponibles hace quinquenios, en manos de los programas del MINAGRI (Agrorural, Agroideas, Senasa e Inia) y de PRODUCE (ITP y Red de Cites), los que deben proveer la asistencia técnica y transferencia tecnológica adecuada y descentralizadamente. Los recursos financieros se encuentran disponibles en varios fondos concursables en manos de MINAGRI (Agrorural, Agroideas, PNIA, Procompite), PRODUCE (Innovate Perú, PNIPA, Procompite), MINCETUR (Programa de Apoyo a la Internacionalización – PAI, Turismo emprende, ferias internacionales) y los articuladores de mercado están presente no sólo por el lado público (Minagri, Produce y Mincetur), sino también por el lado privado, en una masa crítica de agroexportadores que necesitan consolidar volumen exportable de calidad, para atender la creciente demanda de los mercados que ya vienen atendiendo.

La estrategia del desarrollo japonés de postguerra, luego utilizado en casi toda Asia, se basa en el movimiento OVOP (One village one product), que en Perú ha sido denominado por MINCETUR

como: “un pueblo un producto”; la idea es que las comunidades produzcan selectivamente bienes con alto valor agregado, en los que tengan ventajas comparativas a otras. Esto funciona, lo dicen los líderes mundiales en producción y comercio, no hay que inventar, sólo ejecutar.

Debemos iniciar desde la reactivación POSTCOVID19, y sin descanso impulsar la pequeña agricultura por los siguientes meses y años; centrarnos en aquellos productos que cuentan con un claro mercado, y para ello no hay que hacer mayor investigación, la demanda ya está dada, sólo necesitamos que las zonas productoras del país se pongan a trabajar. El trabajo de identificación ya está hecho, el MEF, Mincetur y Minagri, los tienen a disposición hace varios años en la forma de Planes Regionales Exportadores (PERX regionales), Pautas Metodológicas para financiamiento PROCOMPITE de los principales 10 productos con potencial exportador y de mercados retail nacionales: berries (arándanos, aguaymanto, frambuesas), cacao, café, palta, queso madurado, quinua, tara, textiles y fibras naturales, trucha andina y turismo rural.

La estrategia se debe basar en:

Generar una red de apoyo público (sectores) y privada (industriales) de apoyo a la estrategia.

Construir una plataforma de nuevos gestores de capacitación y producción, para poder organizar la fuerza productiva que van a tocar la puerta a las empresas “tractoras” (que jalen la oferta y la acerquen a la demanda), porque ya exportan.

El MINEDU, no debe quedar fuera de la plataforma de capacitación y producción, debe ser más bien quien la motive a través de sus Institutos y Escuelas de Educación Superior Tecnológica (IEST); desarrollando sílabos para poder transmitir lo que se necesita aprender para impactar al desarrollo desde el campo.

Involucrar a los inversionistas chinos que vienen invirtiendo en puertos en costas americanas (como el caso del puerto de Chancay), donde podrían canalizar financiamiento para frutas, quinua y alpaca (carne y fibra), que son sus objetivos.

Dinamizar la inversión pública productiva desde los gobiernos subnacionales, que en el corto plazo se puede realizar a través del Procompite y el artículo 62 de la Ley de Presupuesto 2020 (transferencias financieras); con mayor razón después que el COVID19 ha generado un gran retraso en la inversión pública, que no podemos darnos el lujo de dejar sin ejecutar.

Traslapar los PERX, OVOP, PROCOMPITE y los Corredores Logísticos del MTC, para así facilitar en tiempo y calidad, la atención de los productos con demanda en China, que sin duda será el mayor mercado post pandemia.

En conclusión, estaremos potenciando la estrategia “Cómprale al Perú”, sumándole el componente “Exporta Perú”; sólo basándonos en productos estrella, con valor agregado, con apoyo de industriales y sectores públicos, con la participación de base de los institutos técnicos y de investigación. Con ello, la reactivación será posible de abajo hacia arriba y en tiempo récord. Imaginemos un futuro cercano, donde los graduados de secundaria puedan tener oportunidades económicas locales. Nuestra tierra es bendita en productos, la siguiente frontera es el desarrollo de la oferta de amaranto y habas para medio oriente.

¿Qué modelo económico nos espera después del Covid 19?

Sería una triste ironía de la historia, que después de haber encontrado el modelo de progreso, uno lo abandonase.

- Cuando pasen 50-100 años el mundo recordara con nostalgia el milagro económico de los últimos 30-40 años (1980-2020). De acuerdo a la BBC, China redujo su pobreza de 97.5% en 1978 a menos de 5% en 1917 y alrededor de 800 millones de seres humanos escaparon de la pobreza. En el Perú la pobreza se redujo de 59% el 2004 a 20.5% el 2018. América Latina, entre 1990 y 2020, con excepción de algunos países que se quedaron atrapados en sus dogmas, vivió la bonanza más extraordinaria de todos sus tiempos.

- Rusia (y casi todos los países de la ex Unión Soviética) después de experimentar 70 años el dogma del comunismo, decidió abrir su economía y adoptar los mecanismos del mercado. La China, bajo el liderazgo de Den Xiaoping, hizo lo propio y se abrió a la inversión extranjera después de 30 años de comunismo. Más claro de que este dogma no funcionaba, fue lo que experimentaron dos países de la misma raza y la misma cultura: La Alemania del Este y La Alemania del Occidente. Con la economía de mercado en los 80s, esta última crecía vigorosamente y la otra, con el comunismo, solo producía miseria y terror!

- El The Economist del 16 de Mayo del 2020 resume el milagro Peruano así: Después del descalabro y populismo de los 80s, "el Perú creó una economía de mercado exitosa que permitió reducir la pobreza, hacer que llegue el crecimiento económico a los andes y hacer que se vaya esfumando la división racial".

- Después de recorrer y estudiar por más de 30 años la historia de los países de América Latina, estoy convencido de que el verdadero inicio de la independencia política, social y económica de Perú y muchos otros países de la región, comenzó a principios de los 90s. La herramienta fundamental de esta transformación se puede resumir (simplistamente es cierto) en dos palabras: GLOBALIZACION e INVERSION. Esto transformó el rostro y estructura de los países en el mundo y abrió la esperanza de soñar en grande. Chile, más allá de sus retos de inequidad, es un gran ejemplo de ello.

- Los tiempos han cambiado dramáticamente y para bien. Si hubiese nacido en tiempos de "Los 7 Ensayos" de Mariátegui, o "El Mundo es Ancho y Ajeno" de Ciro Alegría o "Todas las Sangres" de Arguedas, yo también, como muchos otros intelectuales, hubiese sido indigenista y/o comunista. Qué duda cabe, el capitalismo del pasado era mercantilista (yo gano, tu pierdes), corrupto y abusivo, contaminaba a diestra y siniestra el planeta y para nada era socialmente responsable. Felizmente que el capitalismo se reinventó. Estaba obligado a hacerlo si quería sobrevivir al proceso de destrucción creativa político-social en el devenir de la historia. Hoy, es mucho más sostenible, impacta mínimamente el ambiente (dado que dispone de tecnología de ciencia ficción), y respeta los derechos humanos, de los animales y de la naturaleza.



Ing. Ruben Arratia Experto en Economía de Minerales

· El sector minero moderno, no solo en Perú, sino en el mundo, es tal vez el mejor exponente de capitalismo sostenible. No tengo dudas que si los grupos anti-mineros visitasen (como lo hizo el presidente Rafael Correa y su equipo en su momento) las faenas y operaciones mineras modernas no solo en EE.UU., Canadá o Australia sino también en Perú o en recientes países mineros como Panamá y Ecuador todos sus miedos, sesgos o pre-juicios desaparecerían y más bien promoverían el desarrollar urgente los proyectos mineros. Es una ironía cruel, que por un lado un país tenga una pandemia de desempleo, hambre y miseria, y por otro tenga grandes carteras de proyectos paralizados en lugar de que estén generando empleo masivo. Los proyectos Quebrada Blanca en Chile y Quellaveco en Perú, que recientemente paralizaron por el Covid-19, empleaban 15,000 y 10,000 trabajadores respectivamente. Incluyendo los empleos indirectos esto representa, en el caso de Perú, más de 70,000 trabajadores en un solo proyecto. Ante la necesidad post-Covid de crear desesperadamente empleos, el Perú necesita legislar urgentemente un "fast track" de desarrollo no solo de proyectos mineros, sino también de otros proyectos de la economía nacional.

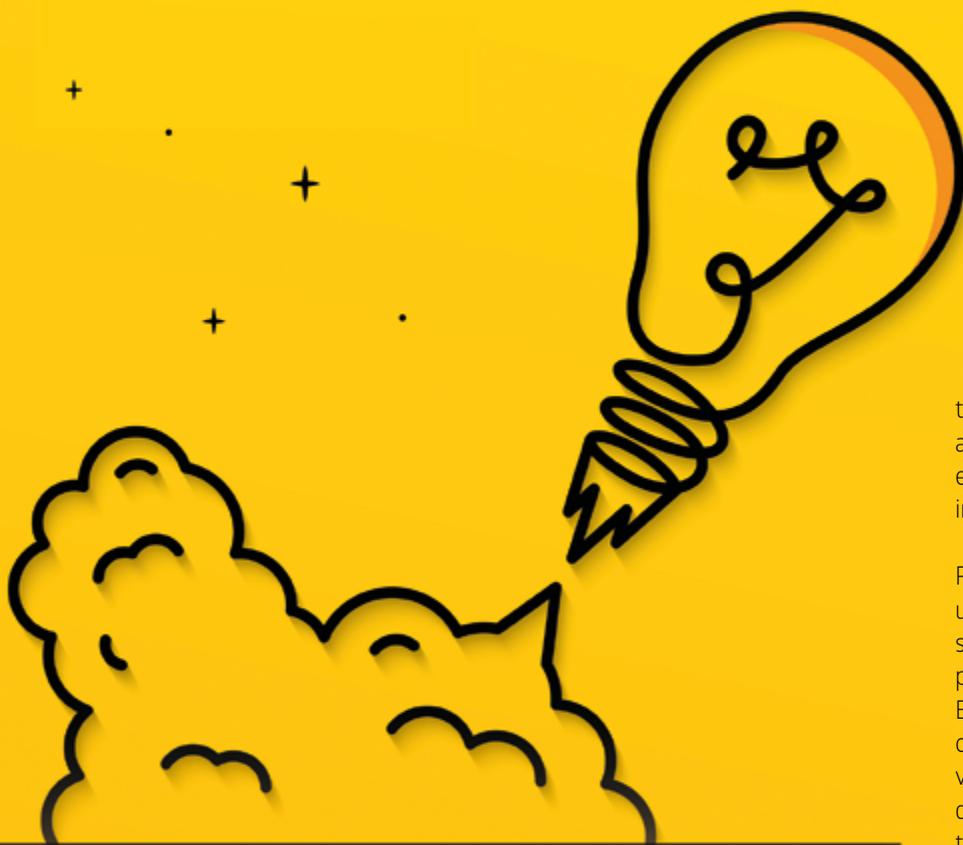
· Pero más allá de la parte micro de los proyectos, el Perú y América Latina, post-Covid, necesitan mantener el rumbo democrático y de economía de mercado que tantos resultados les ha dado los últimos 30 años. No es un modelo perfecto (nada lo es), pero ha generado millones de puestos de trabajo, que es el principal derecho humano de los pobres: el empleo. Solo así los jóvenes que vienen detrás de nosotros, tendrán una esperanza sustentada en funda-

mentos sólidos. Con modelos anacrónicos que coartan la libertad/innovación, desconociendo la naturaleza humana, será imposible generar riqueza.

· Generar riqueza (vía inversión) es una condición sine-qua-non para el crecimiento y desarrollo de una nación. Sin recursos económicos (impuestos y regalías de las empresas) es imposible combatir un cisne negro como el Covid- 19, combatir la pobreza, la inequidad o la injusticia social, etc. Pero generar riqueza no es suficiente, los gobiernos deben respetar rigurosamente el estado de derecho, combatir sin contemplaciones la corrupción, la ineptitud y la inequidad que tanto daño le hace a una sociedad. No es el modelo de democracia y mercado lo que está mal, son algunos que operan dentro del modelo los que se aprovechan para vivir como parásitos de la corrupción. Pero peor que la corrupción es la ineptitud de visión de país y gestión de los gobernantes. De esto (corrupción e ineptitud) se aprovecharon y se aprovechan grupos extremistas y miopes para promover el caos, el nacionalismo y populismo responsable de la década perdida de los 80s en toda América Latina. Felizmente que el éxito relativo del periodo 1990-2020 legitimó a la democracia y al mercado. Pero en la historia política nada está escrito en piedra. En esta etapa tan difícil que la humanidad vive, las tentaciones de caer en el populismo, proteccionismo o nacionalismos están presentes. El Perú y otros países de AL después de muchas décadas fallidas encontraron el modelo de progreso. Sería una ironía histórica atroz, abandonar este camino que tanto le costó encontrar. Dependerá de si surgen líderes dispuestos a invertir su capital político en esta visión de país.



Oportunidades en tiempos de crisis



Estamos atravesando una coyuntura que nos obliga a repensar la forma en la que nos estamos relacionando, pero también la manera en la que estamos haciendo negocios. Con seguridad, la estrategia y los planes elaborados hace algunos meses, hoy ya perdieron vigencia.

Históricamente, las crisis han sido precedidas por cambios en diferentes aspectos, desde políticos hasta socio-económicos. Existen distintas opiniones sobre el qué pasará luego del COVID-19, y aunque aún con gran incertidumbre, lo que resulta evidente es que el mundo no será el mismo, las personas y las empresas, tampoco.

Aunque este contexto lo demuestra en mayor medida, el mundo presenta ya determinadas características desde hace algunos años, tal vez décadas. Zigmunt Bauman, sociólogo polaco, llama "la modernidad líquida" a estas condiciones, concepto que hace la analogía entre la sociedad y los líquidos, siendo estos flexibles, adaptables y moldeables a nuevas realidades. El entorno de hoy es, qué duda cabe, impredecible, volátil, incierta, compleja y ambigua.

Pero, aunque todo allá afuera parezca un caos, las empresas [de hecho, las personas que las dirigen] siempre tienen la posibilidad de elegir entre dos caminos. El primero es concentrarse en las consecuencias de la crisis y asumir un papel de víctima, aceptando, sin mayor acción, lo que pueda venir. El segundo es replantear su modelo de negocio, buscando aprovechar las oportunidades que esta crisis traerá consigo, complementada con la adecuada lectura de los nuevos hábitos que se instauran en la sociedad.

Algunos de los cambios que se han dado, por obligación o por convicción, que probablemente se conviertan en hábitos de largo plazo, y a la vez podrían ser capitalizados por la forma de generar valor de las empresas:

Hugo Paz Pastor

*Consultor y coach empresarial
www.strategaperu.com*

1. Mayor utilización de tecnología: El no poder trasladarnos, nos ha obligado a utilizar en mayor medida la tecnología, ya sea para reuniones o para realizar compras, entre otros. Menos tiempo perdido en traslados y en el tráfico, mayor productividad de las personas. Algunas preguntas que podrían hacerse las empresas ¿Puedo aplicar el teletrabajo en algunas posiciones, aún después de la pandemia? ¿Puedo invertir más en tecnología para generar mayor eficiencia? ¿Puedo llevar a cabo alguno de los procesos sin trasladar tantos recursos, tal vez de manera remota?

2. Colaboración versus competencia: El contexto ha demostrado que sí podemos ser solidarios y que es posible priorizar la colaboración [trabajo en equipo] versus la competencia [trabajo individual]. Para ello es fundamental tener un objetivo claro. Esto es algo que debería evaluarse y replantearse en las empresas, en relación a todos sus stakeholders [cliente interno y externo, proveedores, sociedad]. Aunque la teoría la conocemos todos, tal vez haga falta ponerla en práctica.

3. Optimización versus reducción: Hoy las empresas tienen que “ajustarse los cinturones”, pero muchas veces estas palabras son confundidas. La reducción [de personal, de áreas, de beneficios, etc.] tiene un enfoque de corto plazo [liquidez], que no necesariamente tendrá un impacto adecuado para la organización en el largo plazo [rentabilidad]. Optimizar tiene que ver con la mayor generación de valor, no solamente con la reducción de costos. Aquí un ejemplo: Por la crisis una empresa decide eliminar su departamento de control de activos. Esta decisión podrían reducir costos en el corto plazo, pero ¿Quién se ocuparía de estos activos luego? ¿No estoy poniendo en riesgo incluso la sostenibilidad del negocio?

4. Creatividad e innovación: Estos no son términos exclusivos de los genios, de hecho, en la necesidad es donde florece la creatividad. Es posible crear e innovar dentro de la organización, pero hay que promover ese espíritu creativo, no necesariamente viene de manera voluntaria. Como dato, luego de la crisis del 2009, muchas empresas en el mundo decidieron incrementar significativamente su inversión en I+D. Otro tanto de start ups, nacieron producto de esa crisis, en realidad, de las oportunidades que esta dejó.

5. Cuidado e higiene [personal, social, empresarial]: Esto no solo tiene que ver con la higiene física, sino también con la mental, es decir, con nuestra forma de pensar. Dicho de otro modo, a las empresas les toca revisar creencias, relaciones y hasta la forma en que están atendiendo las necesidades de sus clientes y de la sociedad. Esto sin duda, conllevará nuevas formas de generar valor.

Kurt Lewin, uno de los precursores de la teoría del cambio, sostiene que existen dos tipos de fuerza que determinan el cambio en las personas u organizaciones. Las fuerzas restrictivas, que son la “resistencia que nos impide cambiar” la forma en la que hoy estamos haciendo las cosas. Por otro lado, las fuerzas impulsoras, que son las que nos motivan hacia un cambio determinado. Cuando percibimos que las fuerzas impulsoras son mayores que las restrictivas, se produce el movimiento, el cambio. Eso es lo que sucederá hoy con las empresas.

Sin embargo, son al menos cinco los factores que debemos tener en cuenta para este proceso de cambio:

1. Definir “el nuevo norte”: Lo primero que deberíamos preguntarnos, es si la forma en la que estamos generando valor hoy, es la misma que generará valor mañana, aun cuando el mundo haya cambiado. Tal vez eso nos lleve a replantear nuestra propuesta empresarial. Luego de esto, vendrán nuevos objetivos para nuevos escenarios.

2. Liderazgo y comunicación: El cambio se dará, por inercia o por diligencia, pero se dará. Si ese cambio no es dirigido, es probable que no se obtengan los resultados que se desean. El liderazgo cobra hoy un rol preponderante, al igual que la comunicación.

3. Confianza: Es clave tener objetivos de largo plazo, pero esencial fijar objetivos de corto plazo también. En un entorno con mucha incertidumbre, generar confianza en todos los stakeholders será vital.

4. Sentido de urgencia: El cambio tiene que ser hoy [no mañana, ni pasado mañana]. Así hay que hacerlo saber dentro de la organización. Se deben tomar decisiones para asegurar la supervivencia y luego la sostenibilidad de la empresa.

5. Cambio de “mindset”: Todo este proceso nos tendría que llevar no solo a ejecutar acciones de corto plazo, sino a cambiar nuestra forma de pensar, en la manera de relacionarnos y de hacer negocios.

No existe crecimiento sin incomodidad. Esa incomodidad que nos genera salir del statu quo. Aun cuando decidamos no cambiar, cambiaremos. Hay factores externos sobre los que no podemos influir mucho [o nada]. Pero nosotros decidimos sobre nuestras vidas o nuestras organizaciones, aún en tiempos difíciles. De nosotros depende estar del lado de la crisis, o de la oportunidad.

Ética en la toma de decisiones



Estando inmersos en una cuarentena ordenada por el Gobierno con la finalidad de ralentizar los efectos en las personas de la pandemia originada por el Coronavirus, qué difícil y trascendente resulta reflexionar sobre la ética en la toma de decisiones.

Reconociendo nuestras propias limitaciones y la dificultad natural de enfrentar este reto, requerimos un marco teórico breve y reflexionar desde nuestra propia experiencia basada en la observación de la naturaleza, sin pretender declarar alguna verdad o ley que permita resumir el conocimiento.

Así, desde el punto de vista de la mera observación, un árbol no discute ni argumenta la manera de crecer y la forma en que podemos percibir su apariencia, tampoco le reconocemos esa capacidad cognitiva ni racional propia de los seres humanos. A su vez, la carga genética incluida en su semilla determinará su variedad y singularidad, mientras que la manera en que se desarrollará y crecerá estará influida por su ambiente y cuidado.

Observamos también como un tordo ataca a una ardilla que corre huyendo a través de un cable de electricidad, trayendo entre manos el precioso huevo tomado del nido del pájaro, el que será su alimento o el de sus crías. Nos preguntamos ¿podemos acaso juzgar la violencia de la conducta del pájaro que actúa tratando de recuperar lo que le pertenece o, en vez de ello, acaso podemos juzgar la apropiación que ilícitamente logra la ardilla sin importar la finalidad que tiene?

Jorge Luis González Angulo . Abogado

No pareciera, pues, que los actos de las plantas y de los animales puedan ser calificados ni percibidos como buenos o malos, sino como actos propios de su naturaleza e instinto. Tampoco evidenciamos que alguna especie vegetal o animal se detenga a observar y calificar el comportamiento de las otras especies.

Son los seres humanos quienes observan la naturaleza y logran la domesticación de ciertas especies para ponerlas a su servicio mediante actividades agrícolas o ganaderas.

La domesticación, entre otras capacidades aprendidas y recursos técnicos obtenidos, les permitió a los hombres abandonar la cueva y empezar a construir la civilidad mediante la comunicación y el intercambio con sus semejantes, reconociendo a cada quién lo que es suyo, y estableciendo reglas de conducta para el desarrollo del tejido social. Es a partir de estas nuevas necesidades en las que el hombre busca respuestas para armonizar su conducta.

Siguiendo al filósofo español Fernando Savater en su libro *Ética para Amador*, todos los seres humanos quieren aprender a distinguir entre lo bueno y lo malo. Este deseo no nos resulta del todo fácil ya que definir qué es bueno o qué es malo, involucra transitar un terreno pantanoso que nos llevará a un terreno incierto, ya que podremos encontrar acciones, sino elecciones, que pueden resultar buenas en algún momento y malas en otro, además de la apreciación subjetiva que pudiera tener de ellas otra persona o el conjunto social.

Aparentemente, hemos observado que las plantas y, en especial, los animales actúan determinados por su carga genética y su instinto, por lo que nos resultaría difícil, sino inútil, calificar si sus conductas son correctas, dado que ambos carecen de esta necesidad de obrar el bien y distinguir el mal que sí tenemos los seres humanos cotidianamente.

Podríamos imaginar muchas situaciones terribles de conductas de los seres humanos llevadas a cabo por su instinto, pero a la vez tendríamos el imperativo inmediato de negarlas por la maldad encerrada en ellas.

Como seres humanos, tenemos la capacidad de discernimiento y la de actuar con libertad, que nos permiten aliviar sentimientos de pánico, odio, avaricia, entre otras generadoras de ansiedad y conductas indeseadas.

Es la capacidad de discernir y la de ser libres la que nos permite calificar las conductas como buenas o malas. Cuando nuestra decisión está afectada y coaccionada en su libertad, resultará del todo inválida y viciada.

Esta calificación de qué cosa es buena y qué cosa es mala, tiene matices como una carta de colores y, por cierto, está abierta a circunstancias insospechadas.

Casos hay y muchos, como la de la paradoja del naufragio o la del accidente aéreo, en la que se muestran situaciones extremas que ponen en relevancia cómo las personas toman decisiones y realizan conductas ante estas situaciones que evitarían en otras situaciones menos severas.

Así, lo bueno y lo malo también será el resultado de nuestra capacidad de poder decidir y elegir, que no es otra cosa que la ausencia o restricción de la libertad.

Por otro lado, la elección y la capacidad de decidir no son circunstancias ajenas a la toma de decisiones hechas por un gobierno - entendido como cualquier ente corporativo en donde las decisiones afectan a un conjunto de personas-. En los actos de gobierno, aun cuando el gobernante tenga claro cuál sería la mejor decisión para sus gobernados, su decisión estará afectada por sus capacidades y por los recursos con los que cuenta, que no es otra cosa que las limitaciones que debemos asumir en la toma de decisiones. Por ello, el "hay qué" o el "pudo ser mejor", son frases que esconden la carencia de apreciación en el discernimiento que afectó al gobernante, y, luego, también esconden la amplitud de libertades de las que se disponían al momento de tomar la decisión. En este contexto, lo bueno o lo malo, será calificado en función de su utilidad, eficiencia, resultado.

Más aún, en contextos globales en los que los gobiernos que toman decisiones se encuentran vinculados con otros gobiernos (sea de una manera territorial, ideológica, comercial), las decisiones que pueden tomar colisionan también con las libertades de los demás entes gubernamentales, por lo que otra limitante para la toma de decisiones resulta en la capacidad de coordinar y acordar que puedan tener los gobiernos. En este contexto, resulta sumamente importante canalizar el conflicto para evitar el enfrentamiento.

No olvidemos tampoco que los gobernados tienen capacidades de discernimiento y gozan de libertad para optar y realizar conductas, constituyendo éste otro límite y de la mayor relevancia para la toma de decisiones, cuya observancia resulta también en un imperativo categórico.

Finalmente, la importancia de la ética en la toma de decisiones involucra considerar y valorar decisiones que generen la menor fricción y tensión entre las partes involucradas.

Clases virtuales,

la mejor alternativa de educación

El pasado 5 de marzo, el presidente Martín Vizcarra anunció la confirmación del primer caso de COVID-19 en nuestro país, ante esta emergencia sanitaria el gobierno tomó una serie de medidas preventivas, entre las cuales fue la suspensión de las clases presenciales en las diferentes instituciones educativas a nivel nacional.

De acuerdo con la situación planteada por el gobierno y entendiendo el riesgo que esto conllevaba a nuestros profesores y estudiantes, es que en el Centro Cultural Peruano Norteamericano tomamos la decisión inmediata de implementar clases virtuales considerando los mas altos niveles de excelencia. Es así como, gracias a nuestra cultura de flexibilidad y adaptación, y al continuo desarrollo de diferentes plataformas digitales que se venían realizando, nos hemos posicionado como una de las primeras instituciones educativas del sur del País y el primer Centro Binacional de todo el Perú en impulsar este tipo de metodología de enseñanza.

Entiendo la coyuntura, asumimos este gran desafío dada la urgencia que nuestros estudiantes presentaron y así nos fijamos como principal objetivo que no se perjudiquen en su desarrollo personal, profesional y académico. La rápida adaptación es una característica de nuestra institución y denota nuestro compromiso de mejora constante, así como la velocidad para solucionar los problemas que se puedan presentar y ofrecer la mejor experiencia educativa posible.

Actualmente nuestra oferta alcanza la comunidad de Arequipa, Puno, Juliaca, Tacna, Ilo y Moquegua, donde impartimos nuestras clases virtuales en los programas de Jóvenes y Adultos y Niños y Adolescentes. Estas clases se desarrollan desde las aplicaciones: Google Meet y Google Classroom (disponibles para IOS y Android) que permiten el acceso desde cualquier dispositivo con conexión a internet, tales como: Computadoras, laptops, tablets y celulares. Gracias a nuestro desarrollo metodológico conjuntamente con National Geographic, ha sido potenciada con las aplicaciones digitales, que permite que nuestros estudiantes puedan interactuar con el docente y entre ellos, a través de nuestras clases en vivo y en directo. También les proporcionamos material digital gratuito complementario que cuenta con una metodología de aprendizaje integral basada en situaciones reales y contenidos desarrollados para las aplicaciones virtuales. Con respecto a las evaluaciones, éstas son digitales y similares a las de las clases presenciales, asegurando de esta manera correcto aprendizaje del idioma inglés.

Alvaro Salinas

Gracias a esta mejora e innovación continua es que el Cultural se ha posicionado como el mejor centro de enseñanza de inglés en el sur del país. Somos conscientes de nuestra responsabilidad, es por esto que siempre buscamos implementar nuevas metodologías que garanticen nuestra calidad educativa, por esta razón es que luego de un riguroso proceso de evaluación, el pasado lunes 24 de Abril, revalidamos nuestra acreditación con The Commission on English Language Program Accreditation (CEA) hasta el 2030; CEA es una acreditadora internacional respaldada por el gobierno de los Estados Unidos encargada de certificar la calidad académica, convirtiéndonos así en el primer y único centro de enseñanza de inglés en el sur del Perú que cuenta con esta certificación internacional.

Por otro lado, considerando que el inglés es la lengua franca que nos conecta con el mundo; el Cultural, ajustándose a las necesidades del mercado, implementará en los siguientes meses un nuevo programa de inglés para profesionales, el cual permitirá desarrollar habilidades lingüísticas orientadas al ámbito empresarial e industrial, con temas relacionados a diferentes sectores dentro y fuera del mundo organizacional, así como el desarrollo de habilidades blandas mediante el aprendizaje del idioma. Este programa contará con certificaciones a nombre del Cultural y certificaciones internacionales que fortalecerán el perfil profesional del estudiante.

El día de hoy contamos con una gran cantidad de estudiantes matriculados en nuestras clases virtuales, este logro se debe a nuestra rápida adaptación a la actual situación, que ha sido el resultado de un constante aprendizaje, desarrollo y una experiencia de 66 años, brindando una educación de calidad con la confianza de nuestros estudiantes, padres de familia y el compromiso de nuestros docentes y personal administrativo.

Estamos pasando por tiempos difíciles que evidencian el carácter y aquello de lo que estamos hechos, por eso, podemos decir que, ante cualquier evento, el Cultural siempre buscará las mejores alternativas para responder a las necesidades de nuestra comunidad, de tal manera que podamos continuar a la vanguardia de la enseñanza del idioma inglés.

Nuestras clases virtuales están abiertas para todo aquel que quiera abrirse las puertas al mundo, las barreras de la presencialidad hoy soy fácilmente derribadas por las nuevas metodologías de enseñanza, pero, sobre todo, por el ADN innovador y de calidad presente en cada uno de nuestros productos.

El Centro Cultural Peruano Norteamericano implementó sus nuevas clases virtuales.



Nuevas formas de conectar

El concepto de “desarrollo” no suele relacionarse con las conexiones logísticas de un país, sin embargo, cuando uno analiza las causas de este desarrollo, resulta imposible ignorar estas conexiones. Es por eso que en un país en vías de desarrollo como el nuestro, es fundamental analizar e innovar en estas conexiones logísticas cada vez más. Scharff, empresa que personaliza el traslado de mercancías ha diseñado una logística bajo esta visión. Se realizó un magno evento denominado: “Nuevas formas de conectar: alternativas para el crecimiento del comercio: el cabotaje, la economía colaborativa y más” que se llevó a cabo en la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.

El eje central del evento fue el cabotaje marítimo, viaje que hacen los buques entre los puertos de un país (sin apartarse de la costa) para el transporte de mercancías. Para dar marcha a esta operación, el soporte logístico es necesario pero no cualquier soporte, es importante contar con el expertise de un equipo empático, que conozca y entienda lo que necesitas para acompañarte no sólo en el proceso del cabotaje, sino que en el logro de los objetivos de tu empresa. Esto es lo que hemos conseguido a través de Scharff para nuestros clientes, ser ese socio que crea conexiones de alto valor en la cadena logística.

Creemos además que estas conexiones se hacen mucho más sólidas en nuestro ScharffLab, el primer laboratorio de innovación logística en el Perú y Bolivia, en donde intervenimos colaborativamente los procesos logísticos de nuestros clientes, buscando siempre nuevas formas de conectar. Las cuales logramos fusionar a través de nuestras experiencias y servicios donde ofrecemos toda la cadena de suministro local e internacional como: Seguimiento, Pre-Embarque, Agenciamiento de Aduanas en todos los regímenes aduaneros, Carga Internacional, Transporte de

carga local e internacional, Distribución Local y Nacional, Centro de Distribución, Almacén y Courier Internacional (representantes de FedEx en Perú).

En esta búsqueda de conexiones valiosas, además del Scharfflab y de nuestras experiencias hemos desarrollado un sistema de economía colaborativa con el que las personas pueden aprovechar sus tiempos libres para convertirse en “scharffers”, mensajeros que forman parte de la logística del día a día de nuestro servicio express en Lima y Callao.

Orgullosos de conectar también, a través de nuestra web, a muchos emprendedores peruanos con sus clientes, ayudándolos a enviar sus paquetes a nivel nacional sin tener que moverse de su casa u oficina. Cada vez más, diseñamos soluciones logísticas que conecten a los peruanos con el Perú y el mundo. Otro ejemplo claro, es el Jockey to go, servicio que te permite comprar virtualmente en el Jockey Plaza y que el producto llegue hasta cualquier zona de Arequipa o Lima. ¡Nunca antes visto! Comprar en Jockey sin ir al Jockey. O Amanda, la primera asistente virtual de logística que te ayuda 24/7 por facebook con cualquier duda que puedas tener sobre tus envíos internacionales.

Es importante saber que estas nuevas formas de conectar existen, están allí para nosotros, para todas las personas y empresas que quieran crecer y que quieran sumarse al desarrollo que en conjunto podemos alcanzar. En esta presentación los ponentes invitados que participaron brillantemente fueron:

Bruno Arcos Quispe, Líder de Cabotaje - Dirección de Políticas y Normas de Transporte Acuático del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Carlos Quevedo, Jefe de Técnica - Intendencia de la Aduana de Mollendo, José Luna Ramírez, Gerente Comercial - Tisur y Jorge Chávez, Gerente de Desarrollo - Negocio de Enapu.



Ergonomía

La mayoría de las empresas tiene un programa integral de ergonomía y evaluaciones periódicas, sin embargo es necesario considerar la adopción de la automatización, ya que puede contribuir a un entorno de trabajo más seguro, debido a que hay menos personas involucradas en las líneas de montaje y estaciones de trabajo.

Entrenamiento

Los empleadores deben asegurarse que sus capacitaciones en Seguridad incluyan áreas remotas, empleados nuevos y experimentados y líderes de la organización. Dejar a los ejecutivos fuera de las capacitaciones los deja desinformados y desprevenidos y esto no da aporte a la prevención.

Liderazgo

¿Cómo estamos evaluando el desempeño de la seguridad?. Es importante considerar desarrollar un método único para evaluar dicho rendimiento, asegurarse de que todo este informado sin importar cuan pequeño sea.

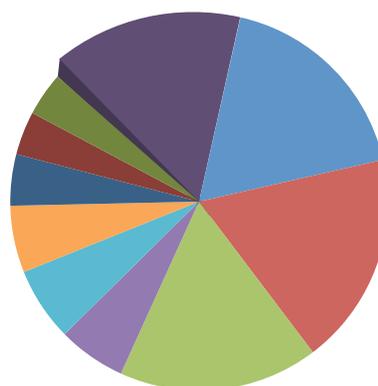
Para medir el nivel de seguridad puedes considerar: Factores psicosociales, liderazgo, clima de seguridad entre otros.

Seguridad Laboral

Notificaciones de accidentes

De acuerdo con el Sistema Informático de Notificación de Accidentes de Trabajo, Incidentes Peligrosos y Enfermedades Ocupacionales – SAT, en el mes de Enero del 2020 (Siendo éste el último reporte estadístico en la plataforma del MTPE), se registraron 2, 897 notificaciones lo que representa un aumento de 10,7% respecto al mes de enero del año anterior, y una disminución de 4,8% con respecto al mes de diciembre del año 2019. Del total de notificaciones, el 97,58% corresponde a accidentes de trabajo no mortales, el 0,59% accidentes mortales, y el 1,83% a incidentes. La actividad económica que tuvo mayor número de notificaciones fue industrias manufactureras con el 23,20%; seguido de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler: con el 15,50%; construcción con 13,57%; transporte, almacenamiento y comunicaciones con 11,32%; entre otras. Para mejorar estas estadísticas les menciono las tres áreas de enfoque para que la Industrial Manufacturera sea más segura para los trabajadores: Ergonomía, Entrenamiento y Liderazgo.

Perú: Notificaciones según actividad económica, enero 2020



- 23% ■ Industrias manufactureras
- 15.50% ■ Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler
- 13.57% ■ Construcción
- 11.32% ■ Transporte, almacenamiento y comunicaciones
- 9.94% ■ Comercio al por mayor y menor, reparación automóviles
- 6.77% ■ Explotación de minas y canteras
- 5.18% ■ Hoteles y restaurantes
- 5.14% ■ Otras actividades, servicios comunitarios
- 5.04% ■ Servicios sociales y de salud
- 4.35% ■ Otras

Golpes por objetos

En el gráfico mostrado, se aprecia cómo los “Golpes por Objetos (excepto caídas)” lideran las estadísticas, seguidos de las “Esfuerzos físicos o falsos movimientos”. Se trata de dos categorías en las que existen multitud de medidas preventivas a tomar, y algunas muy básicas y poco aplicadas, como son las basadas en Orden y Limpieza así como en Capacitación y en uso de EPPs.

Los “Golpes por objetos”, son lesiones producidas por un objeto o herramienta que se mueve por fuerzas diferentes de la gravedad. Incluye martillazos, golpes y cortes con otras herramientas u objetos (maderas, piedras, hierros, objetos cortantes, etc.). No incluye los golpes por caída.

Muchas de las veces las empresas no le dan la importancia debida a estos eventos, sin embargo representa un 14.11 % de los eventos más representativos este 2020.

Es fundamental promover iniciativas que promuevan la prevención y aplicar la jerarquía de controles para la eliminación, sustitución, Controles de Ingeniería, Controles Administrativos y EPPs, desde el más efectivo al menos efectivo, para el manejo de los peligros.

Accidentes no mortales

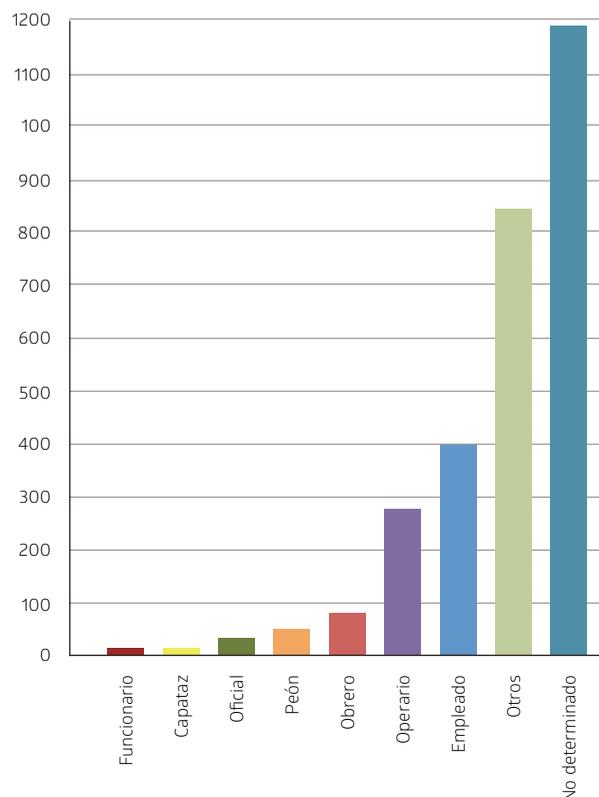
A nivel nacional las formas de accidentes de trabajo no mortales más frecuentes son: golpes por objetos (excepto caídas) (14,11%); esfuerzos físicos o falsos movimientos (12,59%); caída de personas a nivel (11,64%); caída de objetos (9,09%); entre otras formas.

Notificaciones según categoría ocupacional

Es realmente alarmante ver las estadísticas, es por ello que es necesario llevarlo a la reflexión, 400 casos en este año hace referencia a las posiciones de empleado, es decir, en la mayoría de los casos es personal que no ejecuta directamente el trabajo de la parte operativa.

Cómo mencionó la Ministra de Trabajo y Promoción del Empleo, Sylvia Cáceres Pizarro, las causas más frecuentes de accidentes de trabajo guardan relación con la no identificación de los riesgos, la falta de capacitación a los trabajadores para desarrollar su labor y la no adopción de las medidas de protección o prevención respectivas, es importante que sus medidas a estas causas se apliquen a todos los niveles de la Organización.

Perú: Notificaciones según categoría ocupacional, enero 2020



¿Por qué es Perú el mejor destino gastronómico del mundo?



Por Walter Bustamante Cano*

Presidente de CARETUR AREQUIPA, la Cámara Regional de Turismo

Quando vives en el paraíso, el turismo empieza por casa.



Por ocho años ininterrumpidamente, el Perú sigue el título máximo en el World Travel Awards: Mejor Destino Gastronómico del Mundo, gracias a la herencia de Sabiduría, Equilibrio y Armonía en el cocinar.

Miles de generaciones de abuelas, madres e hijas mantuvieron viva la culinaria peruana basada en el antiguo conocimiento de la esencia del Universo, que está en expansión. Sigue siendo creado por el Padre Eterno con la esencia de la vida, que es el amor. Respiramos y nos alimentamos de amor. Así cocinamos en el Perú, para el amor y para el amar.

¿Quién resiste la tentación?

El norte del país luce sabrosa culinaria, con punto de ebullición en Lambayeque. Asado el cabrito tierno y con zapallito loche, arroz con pato, raya en tortilla, seviches de fresco pescado con zarandaja, seviche de chinguirito con pez guitarra seco, espesado de maíz con pescado y un buen kinkón, variante gruesa del alfajor de penco, nos hacen bailar la resbalosa de pura felicidad.

Seviche de conchas negras, majarisco de plátano bañado en salsa de mariscos, bolas de pulpa de cangrejo y sudados de pescado en Tumbes; seco de chavelo, majao de yuca con sajino, cachema sudada, malarrabia de mero sudado en frijoles, zapallo en repe y frutos del rico mar de Piura; pato, seco de cabrito con frijoles negros, sopa teóloga de gallina, tiraditos de pescado, shámbar para resistir el trabajo agrícola, o sea champear, y patitas con maní en La Libertad; chicharrón con mote, picante de papa con cuy frito, caldo verde con quesillo, chochoca, caldo de cabeza, huminta, natilla y manjar blanco de Cajamarca; tokosh, kapchi, patachi, picante de cuy, picante de kinua, papa a la huancaína, wallpa chupe o caldo de gallina, pataska, kuchi kanka, charkikán y la famosa pachamanka, asado en piedras calientes de varias carnes en piedras de Huánuco, Ancash, Pasco, Junín y Huancavelica; asados y ahumados de majaz, sajino, venado, juanes de gallina, originalmente sin arroz y sí con maíz, takacho con cecina de sajino, inchikapi de gallina con maní, patarashka de pescados de río, timbucho o sopa de pescado, ensalada de chonta en la umbrosa selva de Amazonas, Loreto, San Martín y Madre de Dios.

Kalapurka, sopaseca, pallares, frejol colado y chapanas de yuca con chancaca en Ica; cuye, aichakanka y puka picante en Huancavelica y Ayacucho, chiriuchu, choclo con queso, olluquito con charqui, caldos de pollera y cordero con presa sobre la línea de flotación en Cusco; kankacho, chuñolawa con charki, chayro, kinuapesque, sajta de gallina y timpo de karachi en Puno; cuy asado al palo en Apurímac; moqueguano de camarones, carrachada de siete carnes, cuy frito y los dulces inimitables de los hijos del Apu Cerro Baúl, alfajores y alfandoques, más el pescado y mariscos fresquísimos del embarcadero en Ilo; picante y cuy a la tacneña, mientras en Lima campean causa, papa rellena, anticuchos, seviches, chanfainita y caucan reuniéndose con todas las cocinas de la tierra bendita que es nuestro Perú.

Más de trescientos tipos de cerveza, son las generosas chichas de maíz de todos los colores, el masato de yuca, el clarito, de maní... ¡salud!

Cuchara al Sur: Arequipa

Cuzco es el Ombligo del Mundo, el plexo solar, acumulador de energía y distribuidor de agua. La ciudad es cruzada por canales subterráneos que llegan de los antiguos ushnus o pirámides de Sacsayhuaman, Tambomachay, Kenko y aquellos ocultos bajo las preciosas iglesias de Santiago y Belén.

Se complementa con Arequipa, que es el corazón energético de Madre Tierra por el fuego y el agua de los volcanes, donde aflora el amor de Pachamama en forma de alimento. El Padre Sol Tata Inti asoma por las cumbres de los volcanes marcando el ritmo de los ritos agrarios y fiestas mágicas de todo el año.

Arequipa, milenario cruce de caminos en el centro de América del Sur, recibió torrentes de ingredientes y técnicas para experimentación agrícola de todo el continente. En Colca subsiste la danza "Tucumanos", dedicada a los arrieros que transportaban alimentos, textiles, ceramios y conocimiento, desde Tucumán en Argentina hasta Túcume en Lambayeque y más lejos, Túcume en Panamá.

En sabrosa actividad volcánica, las cocinas te reciben con chupes, guisos y asados brotando de las borboteantes pailas y fogones.

El famoso rocoto relleno se prepara con el fruto venido de las selvas de Puno, Cusco, Apurímac y Oxapampa, con mayor tamaño y cavidad para el relleno que el pequeño y quemante rojiverdeamarillo de esta tierra volcánica.

La civilización del alimento

En Pachamama Arequipa se generó trueque desde muy antiguo, cuando el desarrollo social fluía a partir del viejo Ayni, el compartir. Characatos, sí, por Sara Kato, que es el mercado de intercambio de maíz, con charki de llama, alpaca, pescado y mariscos, jamones asados y ahumados llamados kankacho, cuyes, camarón asado en piedra junto al río, patos salvajes y de crianza, porotos, pallares, papa seca, chuño, kinua, kañiwa, kiwicha, camote, paltas de vario tamaño y sabor, tomates de arbusto y de árbol, frutas y lo que pudieran transportar los arrieros y sus llamas, que viajaban mercando por el Qapaq Ñan, antiquísimo Camino de Riqueza y Sabiduría, desde Patagonia y Tierra de Fuego hasta Canadá y Alaska, deteniéndose en los tambos a descansar y forrajear a sus animalitos. Largo viaje harían para seguir contando historias, transmitiendo conocimiento, recogiendo sabiduría e intercambiando delicias para reponer energía y prolongar la vida.

El intercambio, así como la experimentación agrícola y ganadera aportaron a la gastronomía exquisita de Arequipa, riquísima y tan variada como la producción de alimentos, de la que se han registrado más de setecientas recetas, récord inigualable en toda la esfera terráquea.

El alimento de los constructores de maravillas

El retorno al vientre materno y al cálido líquido son los chupes reparadores, de camarones, chupe de viernes con pescado, chake, chairo, chochoca, timpo, rachi de panza, chuñolawa, menestrón, pebre de cordero, timpuska de peras y sarapela de Colca, similar a la pataska.

Los guisos guardan el secreto del cocinar, conectando mano y corazón, mente y sazón: mataskita de carne suave con papa en dados, lokro de costillar sobre picantoso puré de papas, estofados y secos de tiernas carnes, hiro de zapallo, ají de lacayote y el dominical adobo para reparar el juerguero amanecer, tan levantamuertos como los sudados de lomito, pescado o añoradas machas.

Los escabeches tienen unas quince versiones, nada más. Son las sarzas, de sencca con nariz de vaca enamorada, de criadillas con testículos de semental, de ubre, de patitas, de negra y jugosa tolina, de ishpi, de erótico erizo, el honorable soltero de queso sin carne y los afrodisíacos orígenes del sevice: chirayto frío de pescado, sivinche caliente de camarones y el sivinche de pato que se deshace en cosquilleo con la punta de la lengua.

Desde siempre, Arequipa es un punto muy alto en la calidad de las carnes que nos regalan extraordinarios asados en piedra volcánica. Los de antaño son de llama, alpaca, charki, cuy chaktay, camarones, pescados, pato, taruka y

viscacha, a los que hoy se agregan de la sartén, malaya de costilla y vacío de res, cuy frito, lechón y cordero.

Comparando las carnes, tendremos una gran sorpresa. En colesterol, la alpaca tiene 0,5 % y el cuy 1 %. Todas las demás carnes van del 4 al 15 %. En proteína, la sabrosa alpaca alcanza 25 % y el tierno cuy 21 %. Lejos están vaca y pollo con 17 %.

Siempre encontramos la ocopa, un rocoto relleno y el perfecto mestizaje del pastel de papas con queso, fundiéndose en ligoso bocado luego de ofrendar con chicha y el aroma de los alimentos a Pachamama, a Urkus y Apus, Arcángeles y Ángeles, a nuestra Gran Madre Celestial, la Virgen de Chapi en la Cruz del Sur y al Padre Eterno Wirakocha.

Los poderosos sabores tienen su razón de ser en las características de altitud y clima seco desde la costa hasta meseta, un larguísimo litoral de quinientos kilómetros abundante en peces, algas y frutos del mar.

Hay valles paradisíacos como Yauca y sus deliciosas aceitunas, Caravelí con sus piscos, Cháparra y Quicacha con sus paltas exquisitas, Majes, Tambo y Siguas de dulce tierra y portentosa agricultura, mientras en bofedales de limpidas aguas en las alturas pastan llamas, alpacas y vicuñas mirando a los conejos salvajes de larga cola, las vizcachas.

Mucho mayor que el Valle Sagrado de Urubama es el inmenso laboratorio alimentario: el Valle de Colca, paisaje creado por los antepasados, protegido bajo las alas del cóndor, mensajero de los ángeles de las montañas. El cálido Sol de Arequipa cruza cada día el cielo claro y seco, acariciando a Pachamama, para darnos vida y calor en los valles y montañas. La campiña fue diseñada y tallada sobre el desierto por nuestros abuelos con alegría, tesón y la guía de los Maestros Celestiales, su verdor es regado y enriquecido con las minerales aguas volcánicas en los suelos purificados por el fuego y las cenizas de poderosísimas erupciones.

La cuisine más vieja de Pachamama

El alimento de los constructores de maravillas completa el viaje al pasado. El fuego chisporrotea feliz con los regalos que nos hace Madre Tierra. Camarones asados a la piedra, cuy chactay, lomito de alpaca asado, chupe de camarones en olla de barro. Encendiendo pasión, pisco sour de embrujo. Magia culinaria ancestral, manjares en su sabor natural, con sal, hierbas aromáticas y cariño. Cocinar y comer es el ritual de amar y compartir.

Bienvenidos a Arequipa, el corazón de Madre Tierra.
Bienvenidos al Paraíso llamado Perú.

Larga vida para tí y quienes te aman.

La salud primero

Dr. Gonzalo Mendoza del Solar

mitos sobre el cáncer

Es un acierto que esta revista, Parque Industrial, haya tenido en cuenta incluir temas de salud tan relevantes en este tiempo. Una de las enseñanzas positivas que esta pandemia nos está dejando es la revaloración de la salud y la importancia de estar sanos, sobre la economía, la comodidad y muchos otros aspectos que antes anteponíamos a la salud. Estar más informados no significa estar mejor informados. Por eso, ahora más que nunca, es necesario distinguir los datos falsos de las evidencias científicas, especialmente cuando hablamos de salud en general y del cáncer en particular, enfermedad para la que abunda la publicidad de remedios milagrosos y prácticas no científicas. Existen numerosos mitos en torno al origen, prevención y curación del cáncer, por lo que su identificación es un requisito indispensable para comprender esta enfermedad.

Primer mito:

“Tener cáncer es una sentencia de muerte.”

Es cierto que el cáncer tiene un alto índice de mortalidad pero hay que desterrar el concepto de que se trata de una enfermedad incurable. Cada vez más, los tratamientos del cáncer son más efectivos y sobre todo se ha mejorado de manera significativa el diagnóstico en fases tempranas, lo que conlleva a un mayor número de curaciones. Datos recientes indican que la supervivencia global de los tumores a 5 años supera el 55%, sin embargo es muy importante destacar que la diferencia de pronóstico depende del momento de diagnóstico. Así, por ejemplo, un cáncer de colon en que el tumor ha afectado la primera capa del intestino (Estadio I) tiene una supervivencia a 5 años del 95%. Sin embargo cuando invade todas las capas, la supervivencia baja al 75%.

Segundo mito:

“El cáncer no presenta ningún síntoma”

Es cierto que se considera que el 75% de la vida de un tumor es subclínica, es decir que no da ninguna manifestación de su existencia. Durante este periodo el tumor ha crecido, incluso en algunos casos ha liberado células al torrente circulatorio, provocando el fenómeno conocido como metástasis. Por esta razón en ocasiones cuando se diagnostica ya los síntomas indican enfermedad tardía. Sin embargo en la mayoría de los casos si existen y aparecen algunos síntomas tempranamente y es necesario estar atento para identificarlos. Se conocen como los siete signos de alarma del cáncer que pueden ayudarnos a un diagnóstico temprano y estos son:

Cambios en los hábitos intestinales u urinarios, frecuencia, características y volumen, ulcera en la piel que no cicatriza, a pesar de tiempo prudencial de tratamiento, hemorragias, sangrados o secreciones sin causa evidente, en las heces, en la orina y otras, aparición de nódulos o tumores en distintas partes del cuerpo, dificultad para tragar o indigestión frecuente, alteraciones y cambios en las verrugas o lunares de la piel y tos o ronquera persistente.

Debemos estar atentos a estos síntomas y consultar inmediatamente al médico para aclararlos.

Tercer mito:

"El cáncer es hereditario."

Puede serlo en un número reducido de casos. De manera global no va más allá del 5% de todos los cánceres y las familias que tienen genes hereditarios lo reconocen fácilmente. Así, si mi madre y mi padre han padecido de cáncer de colon y de mama, no hay ninguna evidencia de que yo también lo vaya a tener, ya que el 90% pertenecen a los denominados cánceres esporádicos.

Cuarto mito:

"El cáncer es contagioso"

No. Nunca. El cáncer no es una enfermedad infecciosa por lo tanto no se puede contagiar de una persona a otra. Sin embargo es importante saber que algunas enfermedades infecciosas ocasionan mayor riesgo de padecer algunos tipos de cáncer, como el papiloma virus que ocasiona cáncer de cuello uterino, el helicobácter pilori asociado a cáncer gástrico; la hepatitis a algunos tipos de cáncer hepáticos, el VIH, el Epstein- Barr virus asociados a algunos tipos de linfomas y sarcomas.

Quinto mito:

"El cáncer siempre duele".

Posiblemente no. El cáncer no tiene porqué doler. La aparición del dolor depende de la zona en que se localice el tumor y generalmente se produce cuando el tumor llega a un tamaño que empieza a apretar o producir obstrucción o invasión de estructuras vecinas. En un porcentaje muy elevado de casos se puede controlar con medicamentos apropiados.

Sexto mito:

"El estrés produce cáncer. debo mantenerme positivo o no me curaré"

Falso, los estudios científicos realizados hasta la fecha no han demostrado que exista una conexión directa entre estrés y cáncer. El pronóstico de las neoplasias depende de una serie de factores como la localización, la extensión, el tipo de tejido, y la velocidad de crecimiento.

Sétimo mito:

"Si fumo pocos cigarrillos no tengo riesgo de contraer cáncer".

Falso. El riesgo de desarrollar cáncer aumenta a partir del primer cigarrillo que se fuma, pues cada cigarrillo tiene 4000 sustancias, muchas de ellas cancerígenas. De hecho, solo el respirar el humo que exhala una persona fumadora, implica mayores posibilidades de contraer cáncer y enfermedades cardiovasculares y pulmonares. La única cantidad segura de cigarrillos a fumar es: cero.

Octavo mito:

"Los edulcorantes producen cáncer".

Los edulcorantes artificiales son un grupo de aditivos utilizados para dar sabor dulce a los alimentos, en vez de utilizar azúcar, el sorbitol, sacarina, ciclamatos, sucralosa, y aspartame. Las funciones de estos aditivos son básicamente dos: controlar los niveles de azúcar en las personas diabéticas, y hacer productos dulces menos calóricos para personas que están siguiendo una dieta para perder peso. Todos los organismos de control internacionales se encargan de vigilar la dosis consumida diariamente para que sean seguros a lo largo de la vida de las personas. Se han hecho estudios con altas dosis de edulcorantes en animales produciendo algunos tipos de cáncer, sin embargo nunca los humanos llegamos a consumir estas cantidades incluso consumimos en toda la vida, cien veces menos que la cantidad utilizada en estudios. Así, podemos concluir que no existe evidencia alguna que los edulcorantes artificiales estén relacionados con el riesgo de cáncer en humanos. De todos modos, al tratarse de una sustancia química se desaconseja su consumo en altas dosis y se deben utilizar con prudencia.

Noveno Mito:

"Los Celulares, las antenas y cables de alta tensión así como cocinar con microondas produce cáncer"

Para poder aclarar dudas sobre el posible efecto carcinógeno de los celulares, antenas, cables de alta tensión y microondas, primero tenemos que saber que lo que tienen en común es la "energía electromagnética". Esto son radiaciones, es decir energía transmitida por ondas, tanto eléctricas como magnéticas, que se desplazan simultáneamente, se propagan a la velocidad de la luz y están caracterizadas por una frecuencia y una longitud de onda.

Lo que diferencia las radiaciones electromagnéticas es la frecuencia, ya que cuanto mayor es esta, mayor es la energía transportada por la onda. Así, podemos dividir las radiaciones electromagnéticas en ionizantes y no ionizantes. Las radiaciones ionizantes, transmiten energía suficiente para romper enlaces químicos y dañar el ADN. Están presentes en rayos gamma, rayos X o radiaciones ultravioletas de alta frecuencia. Las radiaciones no ionizantes, son ondas de baja frecuencia, que no ocasionan daños en el ADN. Están presentes en ondas de radio, microondas e infrarrojos. Así que tanto una red de cables de alta tensión, un teléfono móvil como un horno microondas, emiten radiaciones no ionizantes, por lo tanto no puede producir cáncer.

Existen algunos mitos más, pero habrá otra oportunidad para seguir desarrollándolos, lo importante es informarse de buenas fuentes, estar sanos y hacerse chequeos de salud periódicos para lograr diagnósticos oportunos.



Productos bandera *de exportación*

Cacao, Café, Espárragos, Algodón, Quinoa Maca, Lúcumá, Palta, Arándanos, Pisco, La Chulucana, Los Caballos de Paso y los textiles de Alpaca

EL CACAO PERUANO.-

Uno de los productos agrícolas de exportación peruano denominado bandera, es el cacao, muy apetecido en todo el mundo y por lo tanto más del 80 % de la producción nacional se destina a este fin.

El Cacao se ha convertido en un producto importante para el consumo humano por su alto nivel nutricional, es rico en un mineral vital para el organismo que es el Magnesio, también contiene Hierro, Calcio, Fósforo, Cobre y en menor cantidad, Selenio, Potasio y Zinc.

Zonas peruanas productoras de cacao

Los principales departamentos en donde se cultiva este excelente producto son: Cusco, San Martín, Amazonas, Piura, Ayacucho, Ucayali y Junín, que representan el 80% del total de la producción nacional. También se cultiva en la parte baja de la vertiente occidental de los andes, y en la selva peruana, entre los 300 y 900 metros sobre el nivel del mar.

Nuestro cacao se ha convertido en uno de los productos peruanos de mayor calidad mundial al igual que el café.

Datos de exportación en los últimos años

El año pasado el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) dio a conocer que la producción de cacao generó 11 millones de jornadas, beneficiando así a más de 100 mil familias dedicadas a la agricultura familiar y de cooperativa.

Los productores de cacao orgánico de San Martín y Ucayali cerraron contratos por 1.8 millones en la feria Biofach 2020, realizada en la ciudad de Núremberg. (Alemania) justo antes de la pandemia.

Países y mercados de cacao

Los principales países a donde se exporta nuestro cacao peruano son: la Unión Europea especialmente, España, Suiza, Alemania, Bélgica, Italia, también Indonesia, México, y un gran porcentaje en Estados Unidos.

Precios de cacao en grano al exterior

Actualmente el precio del cacao peruano bordea los 2,400 dólares por tonelada y se rige por la bolsa de valores de Nueva York, sin embargo, este producto puede cotizarse a un mayor precio si cuenta con diversas certificaciones que le brinden un valor agregado.

Una de esas certificaciones es la "denominación de origen", en donde los compradores internacionales podrían pagar hasta mil dólares adicionales por tonelada

Notas actuales sobre el cacao

· El salón de cacao y chocolate estará disponible en formato virtual y de manera permanente a partir de julio ayudando a que pequeños productores tengan accesibilidad de venta a otras partes del mundo con la modalidad de stands virtuales vía online. Dando pie a que esta crisis sea una oportunidad para que la mayor cantidad de productores a nivel nacional puedan exponer sus productos.

· ADEX informa que en el primer trimestre del año las exportaciones peruanas registraron un stock de 635,847 puestos de trabajos a nivel nacional, - 9,1 % respecto al mismo periodo del año anterior, lo que representó la pérdida de 63,573 empleos por el complicado contexto actual.

· En la actualidad existen alrededor de 200 mil hectáreas de cacao en 16 regiones, las principales son 7: San Martín, Junín, Ucayali, Cusco, Huánuco, Amazonas y Ayacucho.

· Ghana y Costa de Marfil, los 2 principales productores de cacao en el mundo, anunciaron que suspenderán la venta del producto hasta que no se instaure un precio mínimo.

Obtener un cacao de calidad

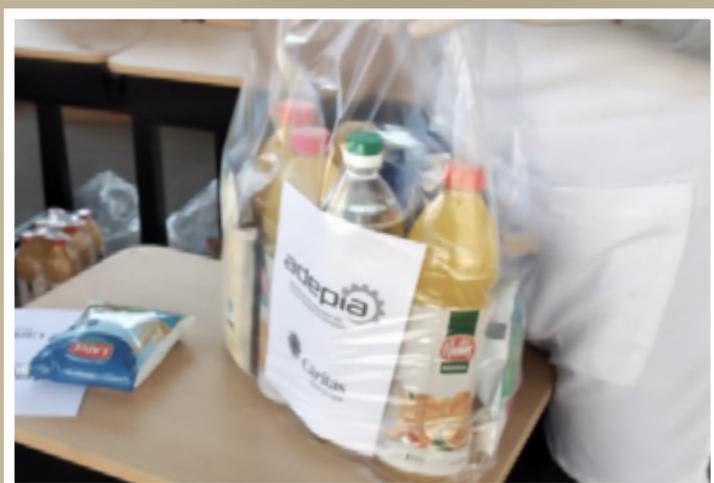
La post cosecha es la tarea más importante del productor para obtener un grado de cacao de calidad.

La mejor forma de obtener mejores ganancias es dándole un valor agregado al cacao, cosecha, tiempo de fermentación, secado, almacenamiento, espacio, ventilación y certificación.

Esperanza en la emergencia

A raíz de la declaración de Emergencia Sanitaria decretada por el Gobierno Peruano para combatir la pandemia por el COVID-19, la misma que contempla medidas como la cuarentena obligatoria, muchas familias pobres de todo el país se han visto afectadas seriamente en su economía, la misma que de por sí es precaria y de sobrevivencia.





Frente a esta realidad el Arzobispado y Cáritas Diocesana de Arequipa iniciaron el 28 de marzo la campaña "Esperanza en la Emergencia", con el reparto de canastas de alimentos a la que se ha unido la Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa – ADEPIA, para atender a las personas más necesitadas a través de las parroquias de: San Juan Diego de Cerro Juli, Virgen de Fátima de Hunter, El Buen Pastor de Alto Selva Alegre y San Francisco de Asís de Pocsi, de la provincia de Arequipa.



DIRECTORIO DE ASOCIADOS

ALICORP S.A.A.

"Alicorp S.A.A. es una de las empresas peruanas líderes en la elaboración de productos industriales, de consumo masivo y nutrición animal. Nuestros productos están presentes en más de 23 países. Contamos con

una serie de certificaciones internacionales que demandan altos estándares de gestión ambiental, seguridad industrial y calidad de producción".

Dirección: Av. Parra 400 - Arequipa
Teléfono: (51)(54) 382930 Fax: (51)(54) 232755
Web: www.alicorp.com.pe
Representante: Percy Valencia Durand
Productos: Harinas, fideos, galletas alimentos balanceados, aceite, jabones y otro.

AGROINCA PPX

Empresa agroindustrial del Grupo Inca, inicio sus operaciones en Mayo de 1986 bajo la denominación de Agroindustrias del Colca S.A.; realizando sus actividades en dos centros agrícolas experimentales ubicados en el desierto de La Joya,

a unos 60 Km. al sur oeste de la ciudad de Arequipa. Hay en día las unidades de negocio que abarca son: Palta, Clementina, Cochinita, Tara, Quinua y Granado, que son cultivados y comercializados en el mercado mundial. Además de contar con una curtiembre que produce cueros exóticos como el Pecari y pieles de Baby Alpaca para la exportación. Todas nuestras actividades se desarrollan bajo una filosofía de respeto al hombre, a la tierra y a nuestros grupos de interés, que se resumen en nuestro slogan corporativo: TRABAJANDO RESPONSABLEMENTE.

Dirección: Calle Cayetano Arenas 143 Parque Industrial - Arequipa
Teléfono: (51-54) 226256 - 289464 Fax: (51-54) 288367
E-mail: sales@agroinca.com Web: www.agroinca.com
Representante: Antonio Bustamante Olivares - Gerente General
Productos: Palta, Clementina, Cochinita, Tara, Quinua y Granado / Cueros de pecari, baby alpaca, caprino, entre otros / Guantes de vestir y guantes industriales / Casacas y accesorios de cuero.

BODEGA NAJAR

"Bodega Najär tiene su origen en Arequipa el año 1854. Cuenta con una planta industrial donde se fabrican licores de alta calidad acreditados por su antigüedad y procedimientos empleados en su elaboración. Bodega Najär armoniza lo tradicional con lo moderno, combinando el empleo de técnicas ancestrales e insumos 100% naturales de origen nacional con la utilización de tecnología de punta y normas de calidad internacionales."

Dirección: Av. Arturo Ibáñez 130 Parque Industrial - Arequipa
Teléfono: (51) (54) 232456 - 232812 Fax: (51) (54) 213576
Email: info@mmn.com.pe Web: www.mmn.com.pe
Representante: Diego Muñoz-Najar Rodrigo - Director Gerente
Productos: Anís Najär, Pisco Centenario Najär, Vino Señorío de Najär, Destilados Alferado

CÁRITAS DIOCESANA DE AREQUIPA

Cáritas Diocesana de Arequipa es una institución de la Iglesia Católica, que promueve y ejecuta proyectos de desarrollo social sostenibles, a favor de las comunidades de escasos recursos, en cooperación con la empresa privada y entidades gubernamentales. En el Parque Industrial, se ubica el CEETPRO San Alberto Hurtado S.J., que imparte formación a jóvenes con necesidades educativas especiales.

Dirección: Calle Federico Barreto 146 - Ferroviarios
Teléfono: (51) (54) 608800 Fax: (51) (54) 226642
Email: carequipa@caritas.org.pe
Representante: César Arriaga Pacheco Secretario General
CEETPRO San Alberto Hurtado S.J.
Dirección: Calle Eduardo López de Romaña 0 -13 - Pque. Industrial Teléfono: (51) (54) 220896
Actividad: Servicio Social

CORPORACIÓN PERUANA DE PRODUCTOS QUÍMICOS S.A.

ABRALIT por más de 40 años investiga, desarrolla, fabrica y comercializa abrasivos sólidos y flexibles, combinando trabajo especializado, tecnología de punta y un estricto cumplimiento de las normas internacionales de control de

calidad. Desde su fundación, ABRALIT ofrece a sus consumidores más de diez mil productos de calidad que se ajustan a cada una de sus necesidades, convirtiéndonos en el aliado perfecto para su industria o negocio. No obstante, para poder satisfacer las altas exigencias del mercado contamos con más de 25,000 m² de área en dos plantas (Parque Industrial, Arequipa - El Agustino, Lima) con infraestructura de punta y personal técnico especializado que nos permiten atender de manera eficiente al mercado local e internacional.

Dirección: Av. Miguel Forga 222-224, Parque Industrial - Arequipa
Teléfono: (51) (54) 605050 - 605052 Fax: (51) (54) 605051
Email: aisa@abralit.com.pe Web: www.qroma.com.pe
Representante: Giancarlo Joseph Alarcón Medina - Administrador - planta Arequipa
Email: galarcon@qroma.com.pe Productos: Ruedas de esmeril y lija

ANIXTER JORVEX S.A.C.

Empresa peruana del grupo Anixter, líder en distribución y comercialización de productos de alta calidad en el sector minero, pesquero, petrolero, de construcción, eléctrico, metal-mecánico e industria en general. Más de 40 años en el mercado e inventario permanente que permite rápida atención. 450,000 productos, más de 7000 proveedores de clase mundial. Proveemos productos y soluciones: cables y alambres para cualquier aplicación, tuberías de PVC y HDPE, fajas transportadoras, eslingas, estrobos y accesorios para su instalación predial o industrial.

Dirección: Calle Francisco La Rosa Mz. 1 Lt. A2 Parque Industrial Arequipa
Teléfono: (054) 285508 - 288305
Email: mkt.ees@anixter.com
Ventas: arequipa@jorvex.com
Web site: <https://www.anixter.com/es/la.html>

ASOCIACIÓN CIVIL PATRULLA ECOLÓGICA

Árboles y arbustos: Diferentes especies (mioporo, fresno, huaraguay, vilco, tara, huarango, molle serrano, molle costeño, ciprés, papaya, álamo, caucho, ceficio, guayaba y menta), además de abono, compostas de hogares y hoteles, huertos orgánicos.

Libros: Árboles y leñosas de Arequipa, Jardinería de Interiores y Exteriores, Huertos Orgánicos.

Patrulla Ecológica es una asociación sin fines de lucro cuya misión es ejecutar acciones sostenibles de responsabilidad social y ambiental en Arequipa y el sur del Perú. Nuestras actividades se dividen en un ámbito "Sociedad": llevando a cabo campañas enfocadas al apoyo de comunidades de bajos recursos en Arequipa y todo el sur del país, y el ámbito "Planeta": reforestación, descontaminación del medio ambiente y concientización de la población. Queremos que la comunidad que estamos construyendo esgrima estas actividades como suyas, dado que es ésta comunidad la que hará su realización posible.

Dirección: Av. Miguel Forga No. 348, Parque Industrial Arequipa
Teléfono: 054-602500 Anexo 706
Correo-e: info@patrullaecologica.org.pe
Rep: Sr. Andrés Fernando Chaves Cuzzi

BUENAVENTURA

Empresa dedicada a la extracción minera, dentro del departamento de Arequipa. Es un grupo de mucho arraigo en el Perú y con énfasis en la explotación minera, comprometida con el desarrollo y crecimiento del Perú.

Dirección: Calle Cayetano Arenas Mz. D Lt.4A
Teléfono: (51-54) 289442 Fax: (51-54) 289432
E-mail: mercedes.pachos@buenaventura.pe Web: buenaventura.pe
Representante: Mercedes Pachos Cabrera

COMPAÑÍA DE BEBIDAS ARTESANALES

En Compañía de Bebidas Artesanales, combinamos todo el arte, conocimiento y carácter de 2 generaciones de auténticos maestros cerveceros para compartir nuestra gran pasión por la cerveza. Nuestro standard es la excelencia, y lo aplicamos en cada detalle, contando con ingredientes de excelente calidad, con recetas conscientemente elaboradas y exigentes estándares de producción. "Dos Generaciones de Auténtica Maestría Cervecera".

Dirección: Pasaje Pedro Muñoz Najar 121 - Parque Industrial
Teléfono: (51) 959 213 689
Email: ecaro@cbaperu.com Web site: www.cbaperu.com
Representante: Esteban Caro Luciani - Gerente General
Producto: Cerveza Artesanal

CONSORCIO INDUSTRIAL DE AREQUIPA S.A. CIDASA



Consorcio Industrial de Arequipa S.A. con más de 40 años en el mercado, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos de tocador y de aseo personal. Nos preocupamos por suministrar productos de alta calidad, acordes con las especificaciones regulatorias y las exigencias de nuestros clientes.

La calidad de nuestros productos, sumada a la competitividad de nuestros costos y el alto nivel de servicio, nos permiten tener como clientes a reconocidas empresas nacionales y extranjeras.

Dirección: Calle Juan Barclay H. 380 -382 - Parque Industrial - Arequipa

Teléfono: + 51-54- 232768 / 232457 / 286599

E-mail: pedidos@cidasa.com.pe Web: www.cidasa.com.pe

Representantes: Edward Cannock Brignardello - Director Gerente

Hugo Fernando Manrique Jimenez - Sub-Gerente General

Productos: Jabones de Tocador, Hoteleros y de Lavar , Shampoo, Acondicionadores, Jabón Líquido, Cremas Humectantes, Gel Antiséptico, Talcos, Colonias, Aguas de Florida, Vaselinas y Brillantinas Reuter y Tónicos Capilares.

CORPORACIÓN CISNE S.R.L.



Automotriz Cisne SRL: Concesionario Autorizado marcas Chevrolet e Isuzu, venta de automóviles, camionetas, camioneros y demás vehículos comerciales. Reencachadora Cisne SRL: Reencache de llantas al frío para ómnibus,

camiones y camionetas; fabricación de bandas precuradas y otros compuestos de caucho. Llantas Cisne SRL: Dedicada a la venta de llantas nuevas accesorios y servicio: alineamiento, balanceo y suspensión de vehículos. Gasocentro Cisne SRL: Comercialización de combustibles: GLP, Gasohol 84 y 90 octanos y Petróleo B5. Transportes Cisne: Transporte especializado de vehículos en cigüeñas a nivel nacional.

Dirección: Calle Jacinto Ibañez 490 Parque Industrial

Teléfono: (51) (54)204100

Fax: (51) (54)243765

Email: c.arenas@cisne.com.pe

Repres: Tomás Linares Pauca - Gerente General / Tommy G. Linares Zegarra - Gerente de Venta

Yaquely Linares Zegarra - Gerente Administrativa

Productos: Conglomerado de empresas que busca satisfacer las necesidades comerciales del sector automotriz.

CRUBHER S.R.L.



Productos: Perforadoras rotativas, retroexcavadoras, cargadores frontales, compresores de aire, plantas de asfalto, chancadoras, pavimentadoras, torres de iluminación y otros equipos para la construcción. Empresa

líder en la comercialización de maquinaria para la minería, industria y construcción de las marcas INGERSOLL RAND, TEREX y DOOSAN. Ofrece los equipos más confiables y eficientes del mercado. CRUBHER brinda servicios de mantenimiento para minería e industria y cuenta con mecánicos entrenados por los fabricantes.

Dirección: Av. Miguel Forga 0-2 Parque Industrial

Teléfono: (51- 54) 22 2244 Fax: (51-54) 22 2277

Email: claudia.cordova@crubher.com Web: www.crubher.com

Representante: Claudia Cordova - Administradora

FÁBRICA DE CHOCOLATES LA IBÉRICA S.A.



La Ibérica, con más de un siglo de pasión por el chocolate, fabrica sus productos con ingredientes naturales de excelente calidad, bajo cuidadosos recetas y exigentes estándares de higiene. "Tradición y Calidad desde 1909".

Dirección: Av. Juan Vidaurrázaga 131 - Parque Industrial

Teléfono: (51) (54) 215670

Lima: (51) (01) 4324143

Email: chocolates@laiberica.com.pe

Web: www.laiberica.com.pe

f /LaIbericaPeru

@LaIbericaPeru

Repres: Bernardo Suarez Vivanco - Gerente General

Debbie Manrique - Gerente de Administración

Claudia Vidaurrázaga - Gerente Comercial

Julio Mogrovejo - Gerente de Producción

Productos: Bombones, chocolates, mazapanes, toffees y turrones.

FAMAI SEAL JET S.A.C.



Diseño, fabricación y reconstrucción de cilindros hidráulicos y neumáticos para maquinaria pesada, Minería e industria. Soporte técnico permanente.

Dirección: Calle Jacinto Ibañez 510 Parque Industrial

Teléfono: (51)(54)232827 Fax: (51)(54)243999

Email: stejadoc@famaisealjet.com

Web: www.famaisealjet.com

Representante: Ing. Jhon Tejada - Gerente General

Productos: Cilindros hidráulicos y neumáticos. Sellos y retenes de todo uso.

FLSMIDTH S.A.C.



FLSmidth es un proveedor líder de equipos y servicios para la industria de cemento y minerales. FLSmidth provee desde una simple maquinaria hasta plantas de cemento e instalaciones de procesamiento mineral incluyendo Servicios antes, durante y después de la construcción.

Dirección: Lima: Av. Juan de Arona 151 Of. 801-I San Isidro

Teléfono: 01-708-0500

Fax Lima: 01-708-0547

Arequipa: Variante de Uchumayo Km 5 - Sachaca - Arequipa

Email: flsmidthperu@flsmidth.com

Representante: Jesús Cabrera Costa - Gerente General

FRANKY & RICKY S.A.



Franky y Ricky confecciona productos en tejido de punto en algodón, cuenta con un proceso productivo integrado con plantas de tejeduría, tintorería, corte, confección, bordado y estampado. Cuenta con maquinaria de última generación y con un excelente proceso de acabados de tela y confección, que permite ofrecer productos de alta calidad y con alto valor

agregado. La calidad de sus prendas confeccionadas en 100% algodón peruano (Pima o Tanguis) se percibe a la vista por sus colores vivos y confección de altos estándares, así como el tacto por su tersura y suavidad.

Dirección: Calle Cayetano Arenas 133 Parque Industrial

Teléfono: (51)(54) 282020 Fax: (51)(54) 239791

Email: fyrsa@frankyandricky.com Web: www.frankyandricky.com

Representantes: Oliver Nuñez Paz - Gerente General - onunez@frankyandricky.com

Abraham Carrasco Castro - Gerente de Operaciones - acarasco@frankyandricky.com

Productos: Prendas de vestir 100% en algodón.

INCA TOPS S.A.



Desde su fundación en 1965, INCA TOPS ha logrado desarrollar con gran éxito tops e hilados cuya calidad cubre las más exigentes expectativas de los estándares internacionales, mediante la fusión y amalgama de una vieja y noble tradición, con criterios innovadores y un servicio al cliente altamente especializado y oportuno; todo ello dentro de un marco de respeto al medio ambiente, haciendo eco a nuestra filosofía empresarial, expresado en nuestro eslogan corporativo: "TRABAJANDO RESPONSABLEMENTE".

Dirección: Av. Miguel Forga 348 Parque Industrial

Tienda Francisco Velasco 126 - Parque Industrial - Arequipa

Lima: Av. Angamos Oeste 671 Miraflores

Teléfono: (51) (54) 602500

Fax: (51) (54) 288861

Email: sales@incatops.com

Web: www.incatops.com

Representante: Roberto Fioretto Colombo - Gerente General

Productos: Tops e hilados de pelo de alpaca y lana de oveja.

LAIVE S.A.



Más de 100 años Innovando con Alimentos Saludables Empresa Centenaria Fundada en 1910, dedicada a la elaboración de derivados lácteos y cárnicos. En Arequipa se afina en 1980 para fabricar quesos de maduración de alta calidad, destacando el Edam, Parmesano, Danbo, Gouda, Cuartirolo, Gruyere, Mozzarella

y Andino, los que se comercializan en su mayoría en el Perú. LAIVE, acopia diariamente 250,000 litros de leche arequipeña combinando así, la gran calidad de esta materia prima, con alta tecnología y más de 100 años de experiencia y tradición quesera.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña 112 - Parque Industrial

Teléfono: (51) (54) 234639 Fax: (51) (54) 215588

Email: mperez@laive.com.pe Web: www.laive.com.pe

Representante: Mauricio Pérez-Wicht San Román - Gerente Regional

Productos: Elaboración de derivados lácteos.

LY B NEGOCIOS Y REPRESENTACIONES S.A.C.



L y B Negocios y Representaciones SAC fundada en 1992, dedicada al diseño, producción y comercialización de formatos continuos, comprobantes de pago, rollos contómetros para terminales de venta. Envases Flexibles, bolsas y láminas de polietileno, mangas y láminas termocontraíbles, polipascalles publicitarios a todo color.

Dirección: Variante de Uchumayo Km. 6 Cerro Colorado

Teléfono: (51) (54) 607777

Fax: (51) (54) 607757

Email: ventas@lyb.com.pe / jbcerra@lyb.com.pe

Web: www.lyb.com.pe

Representantes: José Becerra Cremidís - Gerente

Fernando Lira Gonzáles - Gerente

Productos: Impresión de formatos comerciales y envases flexibles. En Ofset y flexografía

MAQUINARIAS E INGENIERÍA METAL MECÁNICA S.A. MAQUINSA



Productos y servicios: Diseño, fabricación y montaje de estructuras metálicas, fajas transportadoras, tanques, tuberías, máquinas, mecanizado de piezas, corte, plegado y rolado.

Minería e Industria en General Con más de 30 años de experiencia al servicio del desarrollo empresarial de la Región Sur. MAQUINSA una metalmecánica que proyecta, fabrica e instala, para los diversos sectores de la economía: Minería e Industria en general.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña 188 - Parque Industrial
Teléfono: (51)(54) 205188 Fax: (51)(54) 233410
Email: gerencia@maquinsa.com.pe Web: www.maquinsa.com.pe
Representante: g. Víctor A. Tejada Paredes - Gerente

MEGACENTRO - MEGAMADSA INDUSTRIAL S.A.C.



Red Megacentro: Es una empresa con trayectoria internacional con más de 18 años de excelencia, que cuenta con actividades en Estados Unidos, Chile y Perú. Especializada en la actividad de Arrendamiento de oficinas y almacenes, bajo los estándares de calidad más altos y con un nuevo y moderno concepto de alquiler de espacios

Dirección: Calle Jacinto Ibáñez 315 - Parque Industrial - A
Teléfono: (054) 221268
Email: contacto@megacentro.pe
Web site: www.megacentro.cl
Representantes: José Miguel Sanz Laguna / José Pedro Tocornal kast
Productos: Alquiler de oficinas y almacenes

METALURGICA QUIMICA S.A.C.



Metalúrgica Química cuenta con más de 30 años de experiencia en la fabricación de productos de fibra de vidrio y metalmecánica. Somos la primera empresa peruana del rubro de fibra de vidrio con certificación ISO 9001:2008. La calidad de nuestras fabricaciones nos ha permitido estar presentes en los proyectos más importantes del país.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña 149 - Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 282853 Fax: (51) (54) 284770
Email: ventas@metaquim.com Web: www.metaquim.com
Representante: Alfonso Ramos Cárdenas - Gerente General
Productos: AREA DE FIBRA DE VIDRIO, Parrillas para Piso (Grating) FRP, Escalerillas Portables FRP, Tanque, Tuberías y Fittings en FRP, Escaleras / jaulas de Protección en Fibra de Vidrio, Estanques de pre-alevinaje, bateas y canastillos para incubación de truchas, Celdas de Concreto Polimérico, Coberturas de Fibra de Vidrio (Calaminas, Calaminones, Perfil TR-4). AREA METALMECANICA, Equipos para Minería: Chancadoras, Zarandas, Maquinaria y Equipos especiales a desarrollar.

MICHELL & CIA. S.A.



Pasión, innovación, servicio al cliente, calidad, tecnología y cuidado del medio ambiente son los pilares de Michell & Cia, empresa líder en la industrialización de hilado de Alpaca en el mundo. Estamos estratégicamente integrados desde la crianza de Alpaca, clasificación de la fibra, lavado, cardado, hilatura y teñido de hilados clásicos y de fantasía para tejido a mano, máquina y tejido plano.

Dirección: Av. Juan de la Torre 101 - Arequipa
Teléfono: (51) (54) 202525 Fax: (51) (54) 202626
Email: michell@michell.com.pe
Representantes: Mauricio Chirinos - Gerente Administrativo
Juan Pepper - Gerente Comercial
Productos: Tops e Hilados de Alpaca, Lana y Mezclas.

MOLY COP ADESUR S.A.



Molycop es una empresa líder del mercado mundial en la producción y suministro de medios de molienda para la minería. Con alrededor de 40 años en el mercado peruano y presencia global en 14 países ubicados estratégicamente en todo el mundo, Molycop suministra bolas de acero para molienda de 1" a 5.5", y productos químicos que maximizan el rendimiento de los minerales para así proporcionar valor agregado a sus clientes. Todo esto dentro de un marco de responsabilidad social y sostenibilidad.

Dirección: Calle Jacinto Ibáñez No. 131 Parque Industrial
Teléfono: (54) 234705 - 241808 | Email: rafael.chirinos@molycop.com
Representantes: Javier Castro - Gerente General
Alfredo Bustamante - Gerente de Operaciones
Rafael Chirinos - Gerente de Finanzas
Roberto Campos - Gerente Comercial

NATURGY PERÚ S.A.



Multinacional pionera en la integración del gas y electricidad, con 170 años de experiencia, presente en más de 30 países y con más de 23 millones de clientes en los cinco continentes. En Julio de 2013 el gobierno de Perú adjudica a Gas Natural Fenosa la concesión para la distribución masiva de gas natural en las regiones de Arequipa, Tacna y Moquegua. Redes subterráneas llevarán el gas natural a industrias, domicilios, comercios y vehículos, siendo este un energético: económico, seguro y amigable con el medio ambiente.

Dirección: Arequipa: Av. Ejército 306, Yanahuara.
Email: ajbustamante@gasnatural.com
Web: http://www.gasnaturalfenosa.com
Representante: Alejandro Bustamante Romero (Responsable Grandes Clientes)

OSCAR PÉREZ VIZCARDO S.R.L. OSCAR P. S.R.L.



Nuestra empresa fue gestada por iniciativa del Sr. OSCAR PEREZ VIZCARDO, en el año 1974. En su casa de Av. Paris N° 100 Hunter, su principal actividad. Era la fabricación y mecanizados de piezas de precisión para la industria y minería sus principales Clientes eran Leche Gloria SA., Plastisur SA. Casopi SA. Ahora nuestros principales clientes son Corporación Aceros Arequipa. Plastisur SA. Sstrata Tintaya Graña y Montero, y otros.

Dirección: Pedro Muñoz Najar 150 Parque Industrial
Teléfono: (054) 285891 - 981 668 686
Servicios: Mecanizado de piezas de precisión para la industria y minería

PAPELERA PANAMERICANA S.A. PANAM



Papelera Panamericana S.A., es una empresa industrial constituida en el año 1980, dedicada a la producción de papeles absorbentes - tissue - transformando fibra de celulosa en artículos de consumo masivo como papel higiénico, servilleta y toalla, orientados al aseo y cuidado personal, para sus prestigiosas marcas IDEAL, TESS, También contribuye a la preservación del medio ambiente, gracias a sus avanzados sistemas de depuración de fibras y a la utilización de insumos certificados.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña R-4 Parque Industrial
Sucursal Lima - Jr. Río Piura N° 291 - San Luis
Teléfono: (51) (54) 214736 - 203973 - 204548 Fax: (51) (54) 236591
Email: mail@panam.com.pe Web: www.panam.com.pe
Representante: Alberto Muñoz Najar Friedrich - Director Gerente
Productos: Papel higiénico, servilletas, papel toalla, papel kraft y monolúcido.

PERU QUIMICOS S.A.C.



Es una empresa dedicada a la comercialización de productos químicos industriales con más de 30 años de experiencia en diversos segmentos de la industria como son, Textiles, papeles, productos de limpieza, construcción y minería.

Contamos con una infraestructura adecuada a los requerimientos del mercado, además de apoyo técnico de nuestro propio personal y de las empresas a las cuales representamos.

Dirección: Calle Manuel Vinelli No. 140
Teléfono: 222442 - 959920441
E-mail: wvong@peruquimicos.com.pe
Web: www.penuquimicos.com.pe
Representante: Víctor Hugo Wong Calderón

PRAXAIR PERÚ S.R.L.



Con cien años de experiencia en el mercado, es una de las compañías de gases más importantes a nivel mundial. El contar con tecnología propia, personal altamente capacitado y altos estándares de calidad nos permiten brindar soluciones integrales que le proporcionaran productividad y mejoras en sus procesos. Praxair cuenta además, con un eficiente sistema de distribución y sucursales ubicadas estratégicamente a nivel nacional, lo que nos permite asegurar a nuestros clientes una cobertura y atención eficaz.

Dirección: Calle Víctor Lira N° 151 - Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 232770 - 233258
Email: Serguei_Stakeeff@praxair.com
Representante: Serguei Stakeeff Tijero
Web site: www.praxair.com.pe
Productos: Gases industriales, medicinales, especiales, equipos para corte y soldadura, cilindros para GNV.

RANSA COMERCIAL S.A.



Ransa es el operador logístico 3PL Líder en el Perú y Latinoamérica, con una importante presencia en Ecuador, Colombia, Bolivia, El Salvador, Guatemala y Honduras. Somos el principal aliado estratégico de nuestros clientes, participando en el soporte de toda cadena de suministros con soluciones innovadoras que permiten optimizar su operación y generar mayores retornos. Nos especializamos en ofrecer servicios que integren procesos logísticos, con alto valor agregado en sectores como minería y energía, consumo masivo & retail, hidrocarburos, construcción e infraestructura, salud, agenciamiento de aduanas, soluciones financieras para la logística, procesamiento de frutas y hortalizas, industria, gestión documental y logística refrigerada. Resolvemos tramo de la última milla en la distribución.

Dirección: Dirección: Av. Pizarro 113 J.L.B y Rivero / Arequipa - Perú
Teléfonos: (51) (54) 400324
Email: cibanezg@ransa.net
Representante: Carlos Ibáñez Guillén - Gerente Regional
Web site: www.ransa.net
Productos: Soluciones logísticas integrales especializadas por sector económico

SCOTIABANK PERU S.A.A.



Scotiabank Perú forma parte del Grupo Scotiabank, una de las instituciones financieras líderes de Norteamérica, con 180 años de experiencia en el mundo. Se ha consolidado como la tercera entidad financiera más importante del país.

Dirección: Av. Juan Vidaurrázaga esquina Calle Jacinto Ibáñez - Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 282382 - 282376 Fax: (51) (54) 282369
Email: fredy.besich@scotiabank.com.pe Web: www.scotiabank.com.pe
Representante: Fredy Besich Ponze - Gerente Agencia Parque Industrial

SENATI AREQUIPA

SERVICIO NACIONAL DE ADISTRAMIENTO AL TRABAJO INDUSTRIAL



El Senati es una institución de formación y capacitación profesional, dinámica e innovadora, reconocida nacional e internacionalmente. Se distingue por la modernidad de su organización y por la sostenibilidad técnica, metodológica y económica de sus servicios. El Senati está considerado entre las veinte mejores instituciones de formación profesional a nivel mundial. Única a nivel americano certificada con el sistema integrado de la calidad y gestión ambiental.

Dirección: Dirección: Av. Miguel Forga 246 Parque Industrial - Arequipa
Teléfonos: (51) (54) 605999 Fax: (51) (54) 232428
Email: arequipa@senati.edu.pe
Representante: Ing. Pedro César Brevo García - Director Zonal
Web site: www.senati.edu.pe
Productos: Servicio de enseñanza

SGS DEL PERÚ S.A.C.



Líder mundial en servicios de inspección, verificación, análisis y certificación, con más de 1,750 oficinas y laboratorios en más de 140 países. En Arequipa lideramos con los servicios medioambientales; contamos con laboratorios acreditados por el Instituto Nacional de Calidad INACA, para el análisis de agua. Nuestras operaciones están certificadas con las tres normas ISO9001, ISO14001 y OHSAS18001. Brindamos el servicio y preparación de muestras inorgánicas para las empresas mineras del sur y dictamos cursos de interpretación y formación de auditores internos en sistemas de gestión integrados en las normas ISO.

Dirección: Ernesto Gunther N° 275 Parque Industrial, Arequipa
Teléfono: (054) 213506
Email: pe.servicio@sgs.com Web site: www.sgs.pe
Representante: Patricia Espinoza Soldarriaga
Productos: Servicio de Análisis de laboratorio, supervisiones de construcción y seguridad, outsourcing de laboratorios onsite, certificaciones, cursos de formación, entre otros.

SOCIEDAD ELECTRICA DEL SUR OESTE S.A. SEAL



Empresa fundada en 1905, con capitales arequipeños que dieron inicio al servicio de energía eléctrica en Arequipa. La actividad principal de la empresa es la distribución y comercialización de energía eléctrica en la zona de concesión del departamento de Arequipa, manteniendo adicionalmente la generación de energía eléctrica en sistemas aislados. SEAL mantiene el carácter de empresa estatal de economía mixta.

Dirección: Calle Consuelo 310 - Arequipa (Oficina Principal)
Av. Miguel Forga 131 Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 381377 Fax: (51) (54) 381199
Email: seal@seal.com.pe Web site: www.seal.com.pe
Representante: Julio Montoya González
Producto: Distribución y Comercialización de Energía Eléctrica

SOLAR REPRESENTACIONES S.A.C.



Solar Representaciones es una empresa 100% Arequipeña, fundada en el año 2005 y fue creada con el objetivo de especializarse en eficientes sistemas de distribución, principalmente en productos de consumo masivo, y desde esa fecha viene manejando la representación exclusiva para el Sur del país en la venta, comercialización y servicios de la empresa SHELL LUBRICANTES DEL PERU.

Dirección: Av. Fray Martín de Porres 806 CP Semirural Pachacutec Cerro Colorado (Paralela a Vía de Evitamiento Rico Pollo)
Teléfono: (51) (54) 445102 - 445237
Email: administracion@solarperu.com.pe
aaranzaens@solarperu.com.pe
Representante: Aldo Aranzaens Yukimura - Gerente General
Productos: Representante de productos Shell en la zona sur peruana.

SUR MOTORS S.A.



Productos: Comercialización y servicios automotrices en general. Sur Motors S.A. fundada el año 1945 con 68 años de experiencia, especializada en comercialización y servicios automotrices, contamos con el complejo automotriz más moderno y grande del sur de país, que incluye salones de exhibición, talleres de mecánica (mesa de traccionamiento), talleres de planchado y pintura (horno y laboratorio de pinturas). Representante de las marcas: VOLKSWAGEN AUTOS, VW COMERCIALES, VW CAMIONES, HYUNDAI, SSANG YONG y JMC.

Dirección: Av. Venezuela 2515 Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 232660
Email: Rogelio.diaz@surmotors.com.pe Web: www.surmotors.com.pe
Av. Dolores 141 - José Luis Bustamante y Rivero - (054) 420 777
Av. Aviación km. 6.5 Cerro Colorado - (054) 607 466
Representantes: Percy Olazabal Carnero - Gerente General
Rogelio Diaz Villalverde - V. Comercial

TRANSALTISA S.A.



Con más de 30 años de experiencia, Transaltisa S.A. es una empresa de Corporación Cervusur, uno de los principales grupos económicos del Perú, líder en la prestación del servicio de transporte terrestre de mercaderías, materiales peligrosos y productos para las principales minas del país. Cuenta con las certificaciones ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 y Código Internacional de Cianuro, cuyo alcance se da a todos los procesos, negocios y rutas de transporte en que opera la compañía. Los servicios de transporte son diseñados de acuerdo a la necesidad de cada cliente, brindando una atención personalizada que garantiza la calidad de nuestro servicio.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña s/n
Teléfono: +51 054 606868
Lima: Calle 6 Mz. B, Lote 05, Urb. Industrial Oquendo - Callao / Panamericana Sur Km 25.6 Lurín
E-mail: contac_us@transaltisa.com.pe
Web: www.transaltisa.com.pe
Representante: Comité de Gerencia General
Productos: Servicio de Transporte Terrestre de Materiales Peligrosos.

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA



La Universidad Católica de Santa María, fue creada mediante D.S. N° 024-61 rubricado por el presidente Dr. Manuel Prado Ugarteche el 6 de diciembre de 1961, constituyéndose como la tercera universidad particular o privada a nivel nacional y la primera fuera de la ciudad capital, siendo Santa María Virgen, patrona de la cada Marianista, se acogió como fecha de celebración, el 8 de setiembre por tratarse de la fiesta de la Natividad de María.

Ap. Postal: 1350
Teléfono: (51) (54) 382038 Fax: (51) (54) 251213
Email: ucsm@ucsm.edu.pe Web site: www.ucsm.edu.pe
Representantes: Dr. Manuel Alberto Briceño Ortega - Rector Universidad Católica de Santa María
Dr. César Cáceres Zárate - Vice Rector Académico
Dr. Gonzalo Dávila del Carpio - Vice Rector de Investigación
Dr. Jorge Luis Cáceres Arce - Vice rector Administrativo

UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN PABLO



La UCSP, a través del Centro de Servicios Empresariales - CENDES, y comprometida con el desarrollo del sector empresarial de la región, pone a su disposición todo el conocimiento y experiencia acumulada de sus departamentos académicos y centros de investigación, otorgando en una gama de servicios empresariales de alto impacto, que estamos seguros favorecerá el logro de objetivos en su organización.

Dirección: Urbanización Campiña Paisajista s/n Quinto Vivanco, Arequipa
Teléfono: (51) (54) 605630
Email: smattos@ucsp.edu.pe
Representante: Sebastian Mattos Palao - Coordinador de Servicios Empresariales
Producto: Centro de Servicios Empresariales.

YURA S.A.

YURA

Construcción.
Material de Construcción.
Somos una empresa especializada en la producción y comercialización de cemento de alta calidad. Tenemos participación en el mercado interno y en el extranjero en países como Chile, Bolivia, Ecuador y Brasil.

Dirección: Avenida General Diez Canseco N° 527 Arequipa
Teléfono: (51)(54) 495060 - 225000
Email: jcaceres@yura.com.pe / www.yura.com.pe
Representantes: Ramon Piza Pluma - Gerente General
Julio Cáceres Arce - Gerente de Gestión Comercial
Productos: Producción y comercialización de cemento, concreto, agregados, cal, nitrato.

adepia

DIRECTORIO DE ASOCIADOS

adepia

Lee la revista digital en: adepia.com.pe



Síguenos en Facebook: [ParqueIndustrialdeArequipa](https://www.facebook.com/ParqueIndustrialdeArequipa)

PARQUE INDUSTRIAL



Edición digital

adepia

www.adepia.com.pe

Contáctenos:

Jacinto Ibañez 509, oficina 203

Parque Industrial, Arequipa

Teléfono: (054) 219640

informacion@adepia.com.pe

Parque Industrial Edición digital

