

PARQUE INDUSTRIAL

Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa

JUL.2019 ED. Nº 45

Arequipa 479 Años

Turismo

· *Industria sin chimeneas*

Cuarta Revolución Industrial

· *Tecnología y turismo*

Gastronomía

· *Motor que impulsa el turismo*

EY

Building a better
working world

5 años celebrando juntos

Hoy queremos rendirle un homenaje a la Ciudad Blanca, a su espíritu emprendedor y a su riqueza cultural. En estos 5 años de vida de EY Arequipa, hemos sido testigos del crecimiento de esta maravillosa región que día a día nos inspira a seguir trabajando para construir un mejor Perú.

EY Perú | Nuestros Líderes

Paulo Pantigoso
Country Managing
Partner

Juan Paredes
Auditoría

Jorge Acosta
Consultoría

David De la Torre
Impuestos

Enrique Oliveros
Transacciones y
Finanzas Corporativas

José Carlos Bellina
Consultoría para
la Industria Financiera

Fernando Nuñez
Desarrollo de Mercados

Iván Frías
Región Sur

EY Arequipa

Av. Bolognesi 407, Yanahuara - Arequipa - Telf: +51 54 484 470

EY Chiclayo | EY Lima | EY Trujillo

UNIVERSIDAD
LICENCIADA



Estudia con la
**mejor tecnología
del país**

EXAMEN DE ADMISIÓN: 21 JULIO



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ

POTENCIA TU EMPLEABILIDAD

**CARRERAS
PARA GENTE
QUE TRABAJA**

INSCRIPCIONES ABIERTAS



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

REPORTERA GRÁFICA

Yulissa Herrera Medina

DIAGRAMACIÓN

Juan Carlos Denegri Ballón

DIRECCIÓN:

Jacinto Ibañez 509 of.203,
Parque Industrial
Teléfonos: 054-219640 y 054-608060

ÍNDICE

- 05** EDITORIAL
- 06** TECNOLOGÍA Y TURISMO EN AREQUIPA
- 08** POTENCIEMOS EL ECOTURISMO
- 10** AREQUIPA, SEGUNDA REGIÓN EN CIFRAS
- 12** EL TURISMO EN AREQUIPA
- 16** TURISMO GASTRONÓMICO Y DESARROLLO SOSTENIBLE
- 18** HOTELERÍA
- 20** LA ANTIQUÍSIMA CIVILIZACIÓN SOLAR EN AREQUIPA...
- 23** AREQUIPA ES TURISMO DE CULTURA Y NATURALEZA
- 24** ROL DE LA MUJER EN EL SECTOR TURISMO
- 26** UN FLASH DEL PASADO
- 28** ENERGÍA RENOVABLE Y TECNOLOGÍA APLICADA
- 29** LA INDUSTRIA COMO MOTOR DEL EMPLEO
- 30** SOCIAL EMPRESARIAL
- 32** DIRECTORIO

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

Industria sin chimeneas



Para dar inicio, me siento muy agradecido de ser parte de esta gran asociación, ADEPIA, y de poder trabajar junto con el nuevo consejo directivo en diferentes proyectos para todos los asociados. Sé que juntos haremos grandes cosas y lograremos muchos objetivos.

Enfocándonos en este número, presentamos la edición especial “Industria sin chimeneas”, en la cual se están incluyendo artículos muy interesantes como: “Ecoturismo” y “La tecnología y el turismo”; los cuales constituyen actividades con gran potencial, que generan impacto en el empleo y en la generación de valor.

En este número también realzamos el valor de nuestra Gastronomía, que complementa el turismo y deleita a los visitantes con nuestros potajes abanderados. Ello ha traído franquicias internacionales que permiten aumentar las cifras económicas de nuestra región, marcando un antes y un después con gran contraste.

El turismo y la gastronomía son sectores que deben ser aprovechados puesto que presentan oportunidades de crecimiento, expansión y diversificación, y están empezando a verse como factores clave para el desarrollo de la Región. Por ello es importante identificar las principales necesidades de este nicho para poder tener la visión correcta que nos permita resaltar entre los diferentes destinos del mundo.

Arequipa y sus atractivos turísticos atraen alrededor de 1,8 millones de personas cada año, tanto turistas como inversionistas, lo que nos hace orgullosos de la ciudad que nos ha visto crecer. No hace mucho, la revista Forbes incluyó a nuestra ciudad dentro de su lista de las 10 ciudades más “cool” para visitar en el 2018, principalmente por su riqueza gastronómica, cultural y paisajista. Esto sin duda es una prueba del gran potencial turístico que posee nuestra ciudad y lo mucho que queda por desarrollar.

Cabe resaltar que nuestra ciudad se ha vuelto sede de muchos eventos y congresos, en gran parte debido al desarrollo de la hotelería, que ha ido mejorando con el pasar del tiempo, atrayendo la mirada de diferentes cadenas hoteleras. No obstante, podemos seguir trabajando con la finalidad de mejorar la calidad de la infraestructura y seguridad en los servicios, no solo en el sector hotelero, sino que también en todos los sectores que forman parte de la cadena de valor turística de nuestra ciudad.

Aprovecho la oportunidad para agradecer la colaboración de los autores de estos artículos, ya que con su contribución podemos elaborar revistas con información y datos importantes para todos nuestros lectores. Finalmente, un agradecimiento especial a todos los asociados por su colaboración y compromiso.

Iván Herrera Enríquez

PRESIDENTE DE ADEPIA

Tecnología y Turismo

en Arequipa

Magali Silva Velarde-Alvarez Ex Ministra de Comercio Exterior y Turismo

La cuarta revolución industrial llegó para transformar nuestras vidas. Un ejemplo muy cercano es el de los teléfonos celulares. Antes sólo los usábamos para comunicarnos. Hoy, es la herramienta indispensable sin la cual no salimos de casa. Por medio de nuestros teléfonos móviles nos enteramos de las noticias, investigamos, leemos, redactamos y avanzamos nuestro trabajo aún sin llegar a la oficina. Y todo ello sin dejar de interactuar permanentemente con las comunidades virtuales globales a las que pertenecemos vía las redes sociales o el whatsapp.

El big data, el internet de las cosas, la robótica, la inteligencia artificial, la realidad virtual y el machine learning cambiaron la manera en la que estábamos acostumbrados a hacer negocios. El sector turismo no ha sido la excepción.

Analicemos cada una de ellas para poder entender qué ventajas nos da el uso de dichas herramientas tecnológicas en un sector que en nuestro país ha venido creciendo año a año.

En el caso del big data se trata de aprovechar todos los datos que dejan los viajeros cuando por ejemplo deciden hacer un viaje y empiezan a buscar vuelos, hospedaje, transporte y actividades. Cada vez que buscan información en la web o cuando usan medios digitales de pagos hay información valiosa que se queda grabada. Las herramientas disponibles actualmente nos permiten utilizar esta información acumulada de cualquier cliente potencial, y al saber lo que

está buscando podremos ofrecerle justamente lo que busca al menor costo. También es útil para recibir la retroalimentación del cliente y medir la satisfacción. Si el cliente publica fotos en las redes sociales será también una forma de dar a conocer el destino y el servicio prestado. Esta información nos servirá para trazar mejores estrategias de ventas y agregar mayor valor a la experiencia del cliente.

El big data también nos ayudará a hacer crecer las ventas observando y analizando las innovaciones que va aplicando la competencia.

El internet de las cosas se refiere a la forma remota en la que diferentes aparatos, máquinas o sistemas se pueden interconectar entre sí para producir un efecto integral. En Lima, tenemos el ejemplo de los scooters que se activan a través de una plataforma remota que activa el sistema tan pronto realizamos el pago. Sistemas como el Airb&b ya están usando este mecanismo para permitir la instalación de sus huéspedes, activar la calefacción, encender y apagar las luces, etc. sin necesidad de disponer de recursos humanos para la realización de dichas tareas. La aplicación del internet de las cosas explica también que a veces recibamos en nuestros teléfonos mensajes con recomendaciones de dónde cenar, por ejemplo, si a determinada hora pasamos por ciertos lugares. Otro uso se da en las grandes cadenas hoteleras que ya utilizan pequeños dispositivos en las luminarias para anticipar el cambio de los focos o bombillas de luz en las habitaciones y así incrementar la seguridad que le ofrecen al cliente.

La aplicación de la robótica en la industria del turismo es muy variada. Va desde la atención en los hoteles, robots que chatean por whatsapp indicándonos datos sobre nuestros vuelos, maletas que buscan a sus dueños, robots que arman programas de viaje completos en agencias de viajes, o robots policías que prestan seguridad en aeropuertos.

La inteligencia artificial está relacionada con el hecho que de tanto repetir nuestras acciones y decisiones somos predecibles y este comportamiento es captado por la máquina que llega a actuar de la misma manera en la que actuaríamos nosotros en presencia de las mismas circunstancias. Si perdemos un vuelo por ejemplo, con ayuda de la inteligencia artificial, la aerolínea será capaz de reprogramarnos la mejor conexión teniendo en cuenta nuestras limitaciones de tiempo, restricciones presupuestarias y preferencias. Esta es una herramienta que ha permitido la aparición de muchísimas alternativas de las llamadas aerolíneas de bajo costo.

El machine learning es uno de los subcomponentes de la inteligencia artificial. Utiliza algoritmos, (aprendizaje a partir de grandes cantidades de datos) para construir modelos que ayudan a predecir comportamientos con bastante exactitud. Ha venido siendo usado por grandes plataformas globales que proveen información sobre pasajes aéreos y hospedajes como Booking.com y Expedia por ejemplo.

Finalmente, la realidad virtual se está usando muchísimo para entusiasmar al cliente por un nuevo destino turístico y a la vez para disminuir el riesgo de accidentes en áreas alejadas o de poco acceso. Esta herramienta es ideal para prevenir a los turistas de los riesgos en los que pueden incurrir si exploran el Cañón del Colca por su cuenta y en horarios que no son los recomendados.

Como decíamos al inicio, el turismo ha venido creciendo ininterrumpidamente en nuestro país. Entre el 2011 y el 2018, el flujo de pasajeros que se movilizaron por el Aeropuerto Jorge Chávez de Lima creció 106 por ciento, el de Cusco 124 por ciento y el de Arequipa 69 por ciento. A nivel nacional pasamos de recibir 2,6 millones de turistas en el 2011 a 4,4 millones el 2018. Ello significa que Arequipa tiene que remontar su actividad turística para no perder su participación a nivel nacional.

Cuando en Arequipa celebrábamos al finalizar el 2018 el record de los 300 mil turistas en el Colca, lugar turístico que recibe la mayor cantidad de visitantes, nos tocó un primer trimestre con lluvias intensas, interrupciones de carreteras y cancelaciones de vuelos. El saldo fue una caída de 20% en lo que va del año. Y para mantener esa cifra, deberíamos crecer 5 por ciento en el resto del año.

Estoy convencida que ha llegado la hora en que Arequipa empiece a aprovechar el conocimiento tecnológico que se ha venido gestando desde las universidades (San Pablo y UNSA, principalmente) conjuntamente con los empresarios y emprendedores para la construcción de un ecosistema digital que ya sobrepasa entre todas las regiones del país. Los ejemplos que hemos revisado nos permiten avizorar que existen suficientes espacios y áreas de trabajo para lograr posicionar a Arequipa como un destino turístico de primer nivel. La oferta turística es amplia y variada. Se requiere trabajar de la mano con las autoridades del sector, el gobierno regional y los municipios provinciales y distritales para con ayuda de la tecnología hacer lo siguiente:

1. Promover el uso del big data. Los funcionarios públicos involucrados en el sector deben ser capacitados para reconocer la trascendencia de mantener directorios, bases de datos y métodos de recolección debidamente actualizados.
2. La data, respetando los protocolos de confidencialidad, debe ser compartida y estar al servicio de todos. Está probado que la economía colaborativa es la única forma de remontar desigualdades.
3. Las autoridades del sector en unión con los empresarios deben ser capaces de trazarse un plan de corto, mediano y largo plazo, priorizando actividades. A través de las herramientas analizadas el marketing digital se convierte en el camino más rápido y de menor costo para difundir las maravillas con las que cuenta Arequipa y lograr que vengan cada vez más visitantes.
4. Con soluciones innovadoras, creando productos nuevos, buscando que los datos de los viajeros hablen por sí mismos para ver dónde están sus preferencias y sobre todo por dónde van sus quejas.
5. En la industria de las fintech, ya hay una fintech arequipeña, Pagatudeuda, plataforma digital que ayuda a los clientes morosos a ponerse al día en sus deudas de acuerdo a sus posibilidades y con total privacidad, que ha planteado soluciones innovadoras a problemas existentes y opera a nivel nacional. Con ayuda de las start-ups, es posible encontrar soluciones para el despegue del turismo en Arequipa.

6. Otro desafío es la preparación del recurso humano para poder responder a los cambios de las tendencias mundiales en el sector. Se podrían crear centros de entrenamientos promovidos por Cenfutur, universidades y empresarios de la Industria de Viajes y turismo.

La tecnología nos puede ayudar a darle un impulso al turismo en Arequipa pero la decisión es nuestra. Sin un trabajo articulado difícilmente lo lograremos.

POTENCIEMOS EL ECOTURISMO en Arequipa

Econ. Mario Zúñiga Martínez

Hoy por hoy, la industria sin chimenea es, sin lugar a dudas, uno de los movimientos culturales, económicos y educativos más significativos con las que puede contar una nación o determinada región.

Actualmente, gran número de países viven prácticamente del turismo, el cual ha tenido un crecimiento sostenido durante las últimas décadas y es la primordial fuente de ingresos de gran número de ellos. Es el caso de países como Brasil, España, Francia, México, República Dominicana y, en el ámbito de la Comunidad Andina, Colombia y Chile. Esto se debe, a diversas razones; y no solo económicas, sino además por las características y las variedades para hacer turismo de los lugares que se visitan y la hermosura de los lugares.

Esta trascendental actividad anida en dos cimientos principales. El primero, está relacionado con el movimiento y reactivación económica que crea en la circunscripción territorial en donde se efectúa, razón por la que muchas naciones en el ámbito mundial lo han potenciado porque se ha constituido en un dinamismo económico que forja puestos de trabajo, labores de construcción, avance de establecimientos comerciales, gastronómicos y hosteleros, evolución del transporte: aéreo, marítimo o terrestre, etc. Indubitablemente, hay territorios en el universo que se encuentran clasificados como cualesquiera de los destinos turísticos más trascendentes y eficientes, mientras que otros no lo son, y ello está directamente relacionado con el cuidado y el ofrecimiento turístico que cada país puede facilitarle a esta actividad, creando mayores medios para complacer a los visitantes y hacer más placentera su permanencia.

Para que se tenga una idea del vertiginoso incremento de esta actividad, habría que señalar que mientras en el año 1950 esta actividad registró veinticinco millones de turistas internacionales, durante el año 2014 esta actividad registro mil ciento treinta y tres millones de turistas, instituyéndose en una de las divisiones económicas más sustanciales del mundo, pues está estrechamente relacionado con el progreso

de un país o región y comprende una cifra progresiva de nuevos destinos. Esta emprendedora industria se ha transformado en una pieza clave del engranaje para lograr el adelanto socio económico.

En efecto, el turismo se ha erigido como un animador primordial del comercio mundial y constituye una de las vitales fuentes de ingresos para cuantiosos países. La meteórica evolución trajo consigo un acrecimiento de la multiplicidad y la competitividad entre distintos destinos turísticos quienes bregan por concitar la atención de un mayor número de turistas.

La OMT señala que es una actividad generadora de empleo, pues uno de cada once trabajadores apoyan en divisiones vinculadas a él: hoteles, restaurantes, tour operadores, transportistas, entre otros, que son beneficiados por este movimiento. Pero eso no es todo, hay otras industrias que de manera indirecta también se favorecen como la de los proveedores de los servicios, los distribuidores de alimentos, las estaciones de combustibles, etc.

La actividad del turismo también es una fuente significativa de dividendos que ayudan a la estabilidad macro económica. Adicionalmente, en la mayoría de economías emergentes, los migrantes que trabajan en el exterior en el sector turismo generan un considerable flujo de envíos. Los países que recogen esta mano de obra igualmente se ven efectivamente impactados por las remesas de servicios de periplo y turismo que provienen de los egresos consumados por los trabajadores forasteros en sus economías.

Es importante señalar que el turismo favorece a encumbrar el perfil del lugar en general, mostrando a nivel internacional todo lo que tienen para brindar. Asimismo, puede suministrar un aliciente para la inversión en infraestructura: redes viales y ferroviarias, así como el fomento de los servicios médicos y educativos locales, lo que nuevamente impacta en la dinamización de las economías locales y en la mejora de la calidad de vida de las colectividades.



Por otro lado, el turismo tiene un segundo cimiento que podremos señalar como “socio cultural”. Aquí, el valor del turismo reside en el hecho que por su intermedio las personas pueden estar al tanto, en vivo y en directo, respecto de otras culturas, otras poblaciones, otras formas de vida y otros ambientes geográficos y solo mediante el turismo, la persona puede intercalar claramente con esas circunstancias disímiles a las que suele percibir normalmente, pudiendo así atesorar su propia sapiencia y usanza particular.

El turismo presenta algunas variedades, por cuanto hay distintas tipologías de turismo: cultural, gastronómico, de aventura, de entretenimiento, de relajación, el ecoturismo, entre otros. Precisamente, una de las variedades que ha adquirido mayor auge, durante los últimos años, es el denominado “ecoturismo” que es una manera de hacer turismo donde el interés de los viajeros está puesto en viajar por áreas naturales sin perturbarlas con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar tanto sus atractivos naturales (paisajes, flora y fauna silvestres) como las manifestaciones culturales que allí puedan encontrarse.

Desde hace algunos años atrás, esta forma de realizar turismo ha concitado la atención de gran parte de los más de mil doscientos millones de turistas que se movilizan alrededor del mundo entero, según cifras proporcionadas por el último barómetro de la OMT, lo que ayuda a la sostenibilidad de las regiones, contribuye a la dinamización de las economías locales, la generación de empleos, mejora la capacidad adquisitiva y diversifica las fuentes de ingresos de la población, promueve el contacto intercultural y la salvaguarda del patrimonio natural y cultural, así como el desarrollo de actividades económicas sustentables.

La región Arequipa cuenta con importantes áreas naturales que no han sido debidamente explotadas ni promocionadas como atractivo y destino turístico natural ni, mucho menos, se ha instituido un proceso que promueva la conservación de dichas áreas naturales.

Un claro ejemplo, es la Laguna de Mamacocha, que gracias a una iniciativa del suscrito, recientemente fue declarada

por la Plenaria del Parlamento Andino como una maravilla natural de la Comunidad Andina, en mérito a ser la laguna de manantial más grande del mundo, su abundante diversidad biológica, así como a su relevancia paisajística y cultural.

Si deseamos potenciar el ecoturismo en la región Arequipa, requerimos la articulación de acciones multinivel entre el gobierno nacional, el gobierno regional y los gobiernos locales situados en el entorno de la Laguna de Mamacocha a efectos de promover la conservación de esta significativa área natural que también es considerada como una zona arqueológica, pues en ella se ha ubicado arte rupestre e importantes restos arqueológicos que han sido declarados como monumentos arqueológicos intangibles.

Para ello, debemos iniciar las gestiones para que la Laguna de Mamacocha sea declarada como “área natural protegida” a perpetuidad y, de esta forma, lograr los objetivos de asegurar la continuidad de los procesos ecológicos y evolutivos; evitar la extinción de especies de flora y fauna silvestre; evitar la pérdida de la biodiversidad genética; mantener y manejar los recursos de la flora silvestre, incluidos los recursos hidrobiológicos; mantener y manejar las condiciones funcionales de la cuenca hidrográfica donde se sitúa el manantial de modo que se asegure la captación, flujo y calidad de agua; se proporcionen las oportunidades para el monitoreo del estado del medio ambiente; se mantenga el entorno natural de los recursos culturales, arqueológicos e históricos que allí se encuentran; se conserve la identidad natural y cultural existente en el área; y, esencialmente, se proporcionen las oportunidades para la recreación y el esparcimiento al aire libre, así como para el desarrollo turístico de la zona basado en sus características naturales y culturales.

El desarrollo de la “industria sin chimenea” para visitar la región con la finalidad de hacer ecoturismo puede traer innumerables beneficios para Arequipa y sus provincias, no desaprovechemos esta brillante oportunidad que se nos presenta como plaza para atraer un mayor número de visitantes hacia nuestra región.

Arequipa

Segunda Región

en cifras

Paulo Pantigoso Managing Partner EY

El dinamismo económico y potencial de crecimiento, sitúan a Arequipa como la segunda región más competitiva del país, después de Lima y antes que Moquegua. Es gracias a ello que la región se mantiene entre los primeros puestos en algunos de los diferentes pilares del Índice de Competitividad Regional 2019, destacando en: salud (1°), entorno económico (3°), infraestructura (3°) y Laboral (3°).

Es uno de los departamentos que concentra una de las mayores poblaciones en edad de trabajar –junto con Moquegua, Tacna, Tumbes e Ica (sin contar Lima y Callao). Y de acuerdo con el INEI, su Población Económicamente Activa (PEA) ocupada al 2018 fue de 701 mil personas; hoy el ratio de la PEA ocupada sobre el total de la población de Arequipa es 50.7%. Todo ello reflejó un crecimiento de 16.6% de la PEA ocupada de Arequipa entre el 2007 y 2018.

En cuanto al despegue económico, el Producto Bruto Interno (PBI) de Arequipa creció 85.3% entre el 2007 y 2018. Lo cierto es que el crecimiento de la región ha estado desde hace muchos años por encima del crecimiento país, el PBI de la región creció 56.2% (2018 vs. 2014), frente al 40% del crecimiento nacional, salvo el último año (2018) que la región creció 2.5%, por debajo del 4% del Perú.

Principales sectores

Uno de los principales ejes económicos del país es la minería, y Arequipa destaca también por ello. Entre enero y marzo del 2019, la región se ha posicionado como uno de los principales productores nacionales, produciendo el 21.18% de cobre de todo el país (1°), 14.09% de oro (3°) y el 59.38% de Molibdeno (1°). Hoy el Perú es el segundo productor mundial de cobre, por detrás de Chile y seguido de China, y Arequipa destaca como el primer productor de cobre del país. Adicionalmente, concentra el 9.06% del valor del portafolio de los futuros proyectos de inversión minera del país – US\$59,135 millones a nivel nacional. Cabe resaltar que se crearon 203,799 empleos en el Perú a marzo del 2019, de los cuales el 15.12% se generó en Arequipa.

En cuanto al sector agropecuario, el año pasado (2018) las agroexportaciones de la región batieron récord al alcanzar los US\$135 millones, según Mincetur. Con importantes crecimientos con la palta (166%) y las uvas (41%). Hoy Arequipa es el cuarto productor agropecuario después de Lima, La Libertad e Ica (2018). Se espera que el incremento de hectáreas de cultivo y la tecnificación de la industria conlleve a alcanzar aún mejores indicadores. A esto se suma también, la importancia de la exportación de productos de lana o pelo fino por US\$201 millones en el 2018. Un sector exportador que debe prepararse para aprovechar las oportunidades que se presentarán, como el futuro TLC con India, que nos abrirá un mercado con un segmento objetivo de 600 millones de personas. Y el mercado potencial de superfoods que alcanzaría cifras incalculables.

Estos son algunos de los principales sectores, que han permitido que Arequipa alcance en el 2018 el récord histórico de exportaciones (US\$5,197 millones). Concentrando los envíos de sus principales productos a China (40.2%), EE.UU. (14.9%), Japón (13.6%), India (7.6%) y Suiza (4.5%). Hoy Arequipa es el primer exportador regional del Perú –después de Lima- y su oferta exportable alcanzó 84 destinos, teniendo al cobre, oro, molibdeno, plata, productos de pelo fino, uvas, paltas y cebollas como los más exportados. Es de mencionar que de acuerdo a PromPerú, Arequipa tendría 150 Pymes exportadoras este año, lo que representaría un 50% más que el 2018. Expectativas optimistas para una región con un gran potencial de inversión y desarrollo.



**LA VIDA QUE MERECEES
EN EL LUGAR QUE IMAGINABAS**



**TU DEPA SE
PAGA SOLO**

Más info: www.tuvidaencayma.com/adepia



 Calle Los Arces 706, Cayma
 (054) 370 370  921 001 090

 **EDIFICA**

El turismo en Arequipa

Cultura y naturaleza como atractivo turístico patrimonial.

Q ¿Qué tan importante es el turismo en la región Arequipa? respuesta sencilla cuando observamos que las principales universidades del medio ofrecen la carrera profesional de Turismo; cuando en Arequipa ocho de cada diez personas que conocemos están vinculadas directa o indirectamente a la actividad turística; o cuando potenciamos cada vez más atractivos como museos, rutas y actividades turísticas en la región, esto sin contar la proliferación de servicios turísticos como agencias de viajes, hoteles y restaurantes dirigidos al visitante nacional y extranjero.

Según PROMPERU, Arequipa como destino turístico ocupa el tercer lugar de las visitas internacionales después de los destinos Lima y Cusco. Por otro lado, Arequipa es la región preferida por los arequipeños para realizar turismo, ya que el 64 % de ellos lo practica dentro del límite regional, generando un importante desembolso económico en las zonas que visita; este fenómeno no se repite en otras regiones del país, pues el resto de peruanos prefiere salir de su región de origen cuando hay tiempo libre.

La gran variedad de recursos turísticos se encuentra en proporción al vasto espacio territorial, abarcando desde los paisajes naturales, donde además de la mínima contemplación de las especies animales y vegetales se puede disfrutar de sensaciones extremas con las actividades de

riesgo ofrecidas en este tipo de espacios. Además, Arequipa tiene una identidad cultural muy marcada dentro de la diversidad cultural peruana; principalmente contamos con el Convento de Santa Catalina y el Cañón del Colca, dos de nuestros baluartes turístico patrimoniales más representativos, muy aparte del folklore.

En el año 2000, la Ciudad Blanca de Arequipa fue reconocida como Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, propulsándola como destino turístico cultural a nivel mundial, a pesar de ser un título de conservación del patrimonio histórico arquitectónico, logró desviar hacia nuestro territorio un importante flujo de turistas nacionales e internacionales con motivaciones culturales, el propósito de este tipo de turistas es conocer la cultura propia de lugar que visita sin importar el gasto económico que ello represente, estos turistas están dispuestos a pagar para conocer todos los aspectos culturales durante su estadía, al invertir también exigen calidad en lo que consumen, su importancia la encontramos en la activación y desarrollo de la economía del destino.

En la ciudad del Misti, el principal atractivo turístico es el convento de Santa Catalina de Siena de Arequipa, construido en 1579 y reconstruido después de cada terremoto hasta la actualidad, esta ciudadela aún conserva en la espectacularidad de su arquitectura de los siglos XVI al XX



los colores con los que está pintado: el añil, ocre y amarillo, redescubrimos en ellos los colores originales de las fachadas de muchas de las casonas y edificios públicos de Arequipa, esto hasta el terremoto del 13 de agosto de 1868, fecha en que el sillar dejó de pintarse adquiriendo la ciudad el aspecto blanco actual del Centro Histórico. En el 2019, el Convento de Santa Catalina conmemora el 440 aniversario de su creación. Otros conventos también abiertos al turismo son Santa Teresa y La Recoleta.

La religiosidad de la sociedad arequipeña nos permite disfrutar del arte contenido en los templos, altares, pulpitos y cuadros, calidad de cuadros como los de Bernardo Bitti, un religioso jesuita italiano representante del estilo pictórico manierista en el virreinato peruano, quien pintó la obra conocida como "La virgen con el niño", y que se guarda en el altar mayor de la Compañía de Jesús; este espectacular complejo jesuita es visitado por los turistas que recorren sus ornamentados claustros a la vez que capturan fotográficamente a las fachadas y naves barrocas, cúpulas, bóvedas, arquerías, contrafuertes y otros elementos arquitectónicos exquisitos para el ojo del visitante pues están erigidos en sillar.

Al otro lado de la Plaza de Armas, los turistas encuentran a la Basílica Catedral de San Pedro de Arequipa, de estilo neoclásico que esconde el sentimiento separatista del

yugo colonial Austria y borbónico del siglo XIX, en su longitudinal fachada se levantan más de 70 columnas y un enorme frontón y tímpano triangular, bajo las torres de estilo ecléctico encontramos dos medallones obsequiados por el presidente de la República de Bolivia general don Andrés de Santa Cruz a la ciudad de Arequipa en mérito a la nobleza y valentía de los arequipeños dados a demostrar en las batallas de la Confederación Peruano-boliviana de Uchumayo y Socabaya en 1836, enfrentamientos que concluyeron con el fusilamiento del Jefe Supremo general Felipe Santiago Salverry a un costado del siempre presente Tuturútu. Otros templos y claustros cuya visita es impostergable para los turistas son San Agustín, Santo Domingo y San Francisco.

La universidad Católica Santa María, ofrece al visitante el museo arqueológico Santuarios Andinos, en este se exhibe permanentemente a la momia Juanita, que incluye varios cuerpos con sus ajueres funerarios, mismos que datan del periodo inca, su descubrimiento se dio casualmente en 1996 gracias al derretimiento del glaciar perpetuo del Ampato por acción de una erupción del volcán Sabancaya. La universidad Nacional de San Agustín, por otro lado, ofrece el museo arqueológico José María Morante, cuya colección comprende muestras del arte lítico regional compuestas por puntas de flecha de sílex y obsidiana hasta diversos objetos y artefactos incaicos de bien entrada ya la época

colonial; la UNAS, dedica también el complejo cultural José Chaves de la Rosa a la realización de exposiciones temporales de arte contemporáneo, muestras pictóricas, escultóricas y fotográficas que incrementan el acervo artístico de la Ciudad. Otros museos recomendados son: el museo Catedralicio, el museo Histórico Municipal, el museo de Arte Contemporáneo, el museo y la ruta del Sillar.

No muy distante, cruzando el puente Bolognesi o según la ruta el puente Grau, llegamos a dos importantes pueblos tradicionales: Yanahuara y Cayma, poblaciones cuyos orígenes se remontan a las reducciones de indios que aplicó el Virrey Don Francisco de Toledo en Arequipa a partir de 1572; para las autoridades españolas de la colonia, las reducciones tuvieron como propósito administrar mejor los tributos, organizar adecuadamente la mano de obra y favorecer un eficiente proceso de evangelización de los indígenas reducidos. Ambos templos incluidos en las rutas turísticas más importantes de la ciudad, sorprenden al turista por sus fachadas de estilo barroco regional, su importancia converge en la influencia ejercida a través de las rutas comerciales, en la construcción de los templos del valle del Colca y el altiplano peruano boliviano.

Una vez en el Mirador de Yanahuara, el visitante puede contemplar la plenitud de la Ciudad Blanca y su skyline, el que está compuesto por el conjunto volcánico Chachani, Misti y Picchu Pichu en contraste con el cielo azul. Otros miradores recomendados son: el mirador de Sachaca, Carmen Alto y Hunter.

Pero no todo atractivo histórico arquitectónico arequipeño proviene del patrimonio religioso, el molino de Sabandía es una clara muestra del patrimonio industrial del siglo XVII, en él se molía por acción de la caída del agua sobre dos enormes piedras molineras al maíz, el trigo y la avena que eran llevados en carretas desde las zonas aledañas de Paucarpata y Charcato y desde allí en talegas a la plaza para su comercialización, extrapolarlo este importante centro industrial a otras zonas de la vega del Chili, tendríamos para el siglo XVIII y XIX hasta cuarenta molinos similares. Pueden también los turistas visitar el molino de San Juan, la Casa de la Moneda, los tambos de la Cabezona, el Solar y tambo de Oro; en regular estado de conservación del siglo XIX y XX el tambo Ruelas y la fábrica de textiles del Huayco. En actual uso, el Hospital Goyeneche y el mercado de San Camilo, entre otros.

El Cañón del Colca, expuesto al mundo por la expedición polaca CANOANDES en 1981 es el otro gran destino turístico arequipeño, se accede por una vía asfaltada que atraviesa majestuosos paisajes naturales ocupados por algunas comunidades andinas que cohabitan con grupos de llamas, alpacas, huanacos, vicuñas, vizcachas, aves

alto andinas, etc. ejemplares convertidos en acompañantes de la ruta de aproximadamente 140 km. (3 horas). Una vez en Chivay, capital de la provincia de Caylloma, el patrimonio cultural supera las expectativas de los turistas, encontramos por ejemplo a la danza del Witiiti, declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco en el 2015, interpretación coreográfica grupal que recibe al turista en la plaza mayor del pueblo chivayeno cada mañana; los danzantes del amor, habidos de las cámaras fotográficas se contorsionan a ritmo de quenás, zampoñas y bombo con sus coloridos trajes y distintivos tocados.

La sociedad collagua que se expandió antes del siglo XV desde el área circunlacustre Titicaca por su ruta natural hacia la costa para evitar la conquista del poderoso señorío inca, pasó por el valle y el cañón del Colca cuya profundidad supera los 4,160 metros, en él se encontró con la sociedad autóctona Cabana y junto a ella se estableció desarrollando interrelaciones económicas y sociales, juntas fueron conquistadas años más tarde por el Estado imperial inca, quedando sometidos como otros pueblos con el culto al Sol, el tributo al inca y el uso obligatorio del idioma quechua, entre otros. Sin embargo, sus costumbres oriundas e incas han prevalecido a lo largo de los siglos, constituyéndose como fundamentales recursos turísticos del valle. La andenería del Colca, abasteció a gran parte de la zona denominada como Contisuyo a través del intercambio y la reciprocidad, aún hay andenes activos que nutren la despensa local y regional.

El vultur gryphus o cóndor andino que sobrevuela en el sector de la Cruz del Cóndor, es peculiarmente interesante para los turistas que no están familiarizados con esta especie, ya que esta ave tiene una envergadura de casi 4 metros con las alas extendidas, su vuelo lo realiza aprovechando las corrientes de aire ascendentes que salen del cañón por las mañanas. Sin duda, la fauna característica de la esta zona, a pesar de su eventualidad, brinda los ingredientes de exotismo y misticismo al visitante.

Finalmente, hecho este pequeño itinerario por el quehacer turístico de Arequipa, es preciso señalar que nada del patrimonio cultural o natural descrito, ha sido diseñado para ser visitado como atractivo turístico, por tanto su uso masivo y constante genera una vulnerabilidad importante sobre él, una mala gestión del recurso podría alterar su integridad física deteriorándolo irreversiblemente; en este punto, comprender que el patrimonio turístico patrimonial es un recurso no renovable, debería merecer toda la atención de los gestores patrimoniales y los servicios turísticos, pues es la materia prima de la actividad de la cual ellos se benefician.

¡Muy buenos días!

DESAYUNO BUFFET Dominical Arequipeño

25% dscto.
sobre el precio regular.

Precio regular: S/92 por persona.

NUEVA SEDE AREQUIPA



Domingos - 6:00 a.m. a 10:30 a.m.

(054) 215 110 | repcionarequipa@costadelsolperu.com

HOTELES
COSTA DEL SOL
Arequipa

WYNDHAM

Precio incluye impuestos y servicios

Impacto mundial y oportunidad del turismo gastronómico para el desarrollo sostenible y comercial de un destino



Dalma Díaz Pinto Periodista de Turismo Gastronómico / CEO Founder

El turismo es una actividad que poco a poco ha ido tomando fuerza en el mundo, como una herramienta de sostenibilidad que los países están incorporando en su gestión territorial. Cuando un visitante llega a un lugar, deja recursos donde aloja, en las tiendas donde compra souvenirs y obsequios para sí mismo o para esas personas especiales que le esperan en casa, y muy especialmente en lo que come y bebe. Paga no por los productos, sino por la experiencia que vive allí y que estos elementos transmiten como canales de comunicación del relato tangible de esta última.

Todos comemos, y es en este escenario donde el turismo gastronómico constituye una oportunidad potente y transformadora, en beneficio de las economías locales para el mundo. Comer y beber en un contexto turístico, abre para los habitantes de un destino, la posibilidad de generar dinero y mucho. Se trata de una innovación que cada vez toma más fuerza y que lleva por nombre Food Tourism, Culinary Tourism y Gastronomic Tourism también. Tres sinónimos para una efectiva manera de generar impacto económico y cultural.

“La gastronomía es uno de los principales motores que impulsan a los turistas a elegir un destino y, pese a ello, todavía no se ha aprovechado el potencial del turismo gastronómico como patrimonio cultural inmaterial”, precisó el Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Zurab Pololikashvili, en junio de 2018, durante la 4ª edición del Foro Mundial de Turismo Gastronómico hecha en Bangkok, Tailandia. Y es muy cierto. Hay ejemplos destacables de países que están capitalizando su oferta turística a través de la gastronomía; de los que se puede aprender mucho. España por ejemplo. Según el informe “Turismo gastronómico y enoturismo en España: gasto, distribución y perfiles”, elaborado por Ostelea el año 2018, “España se ha posicionado entre los países más representativos de la guía de los mejores restaurantes mundiales. Cerca del 15% de las visitas a ese país en 2016 estuvieron promovidas por esta motivación. Una tendencia de claro crecimiento respecto al 11,8% de 2013 y el 12,7% de 2014”. Esto en cuanto al gasto promedio que hacen los viajeros

de alimentos en turismo gastronómico, es interesante porque impactamos desde nuestro continente en España a la hora de hablar de consumo de su turismo gastronómico. América Latina deja 418 euros, convirtiéndose en el principal cliente, seguida por Estados Unidos con 390; Rusia con 360; Canadá con 316 y el resto del mundo, 311.

En Perú han aprovechado el turismo gastronómico de manera increíble. Con visión y trabajando de forma sistemática en el tema. Durante siete años consecutivos a sido elogiado como Mejor Destino Culinario del Mundo por los World Travel Awards; el 2º Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Promperú y el Basque Culinary Center se hizo en este país el 2016. La Feria Gastronómica Internacional de Lima conocida como Mistura, constituye una referencia permanente como modelo de éxito en la materia a nivel internacional. Tan así, que es un imperdible en la formación de los estudiantes de gastronomía y turismo en América Latina que visitan al menos una versión del evento durante su etapa de alumnos. El año 2009, el libro “Gastón Acurio. 500 años de fusión” fue elegido el mejor del mundo en los Gourmand World Cookbook Awards. Una competencia equivalente a los premios Oscar del cine, pero que galardona la gastronomía. Han pasado 10 años y sólo haciendo un click en google, se aprecia cómo este hito no ha quedado en el olvido, sino que forma parte del relato orgulloso de la historia nacional, y se capitaliza con un Gastón Acurio como parte de los atributos de la experiencia Perú a través de la gastronomía con historia.

Arequipa tiene mucho que decir sobre turismo a través de la cocina con identidad cultural. Lo sé porque estuve allí hace un año atrás en un viaje turístico. Si hay algo que recuerdo intensamente cuando pienso en Arequipa, es que tuve el privilegio de conocer y comer en la picantería Los Guisos Arequipeños de Sara Carpio Rodríguez. Una mujer fantástica, que junto a sus hijas Sandra y Milagros, representan el legado femenino que sustenta el valor agregado de la gastronomía típica que se disfruta en su local, y que cuenta con 45 años de esfuerzo familiar atendiendo a miles de peruanos y de turistas que pagan no sólo por la chicha de gúñapo y el almuerzo sabroso con chochoca,

chairo y picante durante todo el año, sino por la experiencia comunitaria donde compartí la mesa con otros viajeros, en un espacio donde todos éramos iguales unidos por este exquisito patrimonio alimentario que entrega un barrido de sabor desde el mar al altiplano, con una fusión de los pueblos indígena y español que se inicia en el siglo XVI y que les honra con una armonía de alimentos y preparaciones que salvaguardan esta combinación.

Esta picantería de Sara, es una de las más de cuarenta que están en el registro de la Sociedad Picantera de Arequipa, institución que desde el 2012 contribuye a la protección, promoción y desarrollo de la picantería arequipeña, a la que define como "la expresión más significativa de la práctica alimentaria tradicional que caracteriza a la ciudad de Arequipa y su entorno rural". Qué mejor ejemplo de que Perú te conquista por su cocina con historia, corazón y orgullo de sus raíces y esencia.

Apoyados por National Geographic, podemos revisar los 10 destinos gastronómicos del mundo publicados en su sección de viajes del 30 de abril de este año. Perú está en la lista. Sigue Italia, con su cocina que da valor al slow food con Toscana como su cuna, sus pastas y unos helados tan posicionados y recomendados, que un viajero de alimentos no puede visitar dicho país y partir de él sin saborear el pistaccio en un gelato artesanal. Grecia con el Mediterráneo presente en la comida fresca; ensaladas aliñadas con aceite de oliva; el queso de cabra; la musaka (lasaña con berenjenas) y el gyros (carne asada) son parte de su propuesta tradicional. México ofrece los nachos, quesadillas, enchiladas, fajitas, tacos, tamales. Una combinación de cocina ancestral de mayas y aztecas, con la influencia española y la norteamericana, sumando un abanico de ajíes, llamados allá chiles, que le dan sazón a la comida haciéndola inolvidable.

Francia es un viaje único. El año 2010 su cocina fue elegida como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, por constituir una práctica social que evoca los acontecimientos importantes de las personas, con el buen comer y el buen beber. Posee una amplia gama de restaurantes con estrellas Michelin y también, pequeños lugares para disfrutar deliciosas preparaciones que identifican la cultura cosmopolita que convierte a este país, en la meca de la cultura gastronómica donde están Le Cordon Bleu, La Gourmand World Cookbook Awards y que inspiró la película Ratatouille. Copenhague, tiene como insumos destacados el cerdo y el arenque, preparados de distintas formas sabrosas. Japón, se presenta con sus tempuras, el sushi, especialidades hechas con arroz, pescado y verduras cocidas. Nueva York entrega un safari de sabor con sus calles llenas de restaurantes y carritos con comida del mundo: italiana, china, rusa, japonesa, italiana, española y norteamericana, con papas fritas y hamburguesas, son sólo algunas de ellas. Tailandia, ofrece una gastronomía de street food. Se come y se



cocina en la calle, con condimentos que juegan un papel protagonista. Intensos aromas que evocan los campos de oriente se mezclan con sabores dulces, ácidos y salados, presentes en sus guisos Tom Kha Gai, Nevayum, Khao Mangal y Pad Thai.

Chile con sus vinos, mariscos e influencia de sus colonos y pueblo mapuche; Argentina con sus viñas, y la cocina con influjo español e italiana; Paraguay con sus carnes; Colombia con su café; Brasil con su serra gaucha y chocolates. Eventos y rutas para disfrutar, comer y beber para tener una experiencia turística.

Para WFTA, el turismo gastronómico "es el acto de viajar por el sabor de un lugar para obtener un sentido del lugar". Una oportunidad para que el destino fortalezca su identidad, su marca y que reciba ingresos que benefician a todos sus habitantes. En su Food Travel Monitor 2016, el proyecto de investigación sobre turismo de alimentos y bebidas más grande del mundo, y el cuarto informe de investigación más importante de la misma WFTA, los datos son concluyentes. Los viajeros de alimentos, llamados también foodies, gastan más dinero en comida y en bebida cuando viajan que cuando están en casa. Invierten un 25% más en comida y bebida mientras hacen turismo, en comparación con el turista tradicional. Creen que la comida y la bebida ayudan a crear la última impresión que un turista se lleva de un destino, y cada vez, son más los que prefieren la cocina auténtica por sobre lo gourmet.

El impacto de la tecnología en la industria del turismo gastronómico ha abierto también un nuevo segmento de clientes que toman decisiones a través de redes sociales y aplicaciones. Comparativamente, el 52% de los Generación X (nacidos entre 1969 - 1980) y Millennials (nacidos entre 1981 - 1993) son viajeros de alimentos a diferencia de los baby boomers (nacidos entre 1946 y 1964), que se acercan al 42%. Considerando que una campaña de redes sociales es de alto impacto y de bajo costo, si se compara con los medios de comunicación tradicionales, se abre una puerta para hacer buenos y grandes negocios a nivel mundial desde cualquier punto del planeta donde hay una propuesta de experiencia de turismo gastronómico para comprar.

◆ HOTELETERÍA ◆

Durante los últimos años el incremento del número de viajeros alrededor del mundo ha sido marcado, superando la barrera de los 1,400 millones de turistas en el año 2018. En nuestro país, según señala el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR, la cifra de arribos internacionales bordea los 4.4 millones de personas que producen casi 5,000 millones de dólares en actividades turísticas. Si bien la cifra que se ha logrado el año pasado no es la que se había estimado de cara al Bicentenario de la Independencia del Perú, se está logrando un crecimiento aceptable en el sector con crecimientos promedio de 9.5% anuales en cuanto a llegadas de extranjeros y un 12.5% anual en lo referido a lo económico. En el caso de Arequipa, si revisamos las cifras de CORPAC descubrimos que, respecto al 2013, el 2018 ha cerrado con un crecimiento del 150%; adicionalmente, Promperú viene realizando un conjunto de actividades para que continúe el incremento del turismo en el Perú, tanto el receptivo como el interno, todo esto coloca a Arequipa, y al resto del país, en la necesidad de dar respuestas adecuadas a los viajeros que nos visitan.



Junto con lo anterior, debemos reconocer que el mundo del Turismo está en constante cambio, no sólo por el hecho de que los clientes tienen cada vez más y mayores expectativas si no, también, por velocidad en que los proveedores de servicios ofrecen nuevas y mejores “experiencias” para ser “vivas”. Como en todos los mercados, una correcta diferenciación marcará la brecha entre el éxito y el fracaso; y, en la hotelería, que es el arte de los detalles, la diferenciación la determinarán esos detalles y serán ellos los que determinen la diferencia entre ser simplemente bueno o ser excelente. Hoy no basta con ser “bueno”, sabemos que se debe ser el mejor. En los últimos años, diferentes cadenas hoteleras han ingresado al país y, las que ya tenían presencia, han incrementado su oferta buscando dar respuestas más orientadas a la experiencia que al producto en sí mismo. Arequipa no se queda atrás en ese sentido y ya tenemos, nuevamente en la ciudad, al Hotel Sonesta, el Sure Stay Plus Hotel by Best Western Tierra Sur Colonial, el ingreso de la marca Costa del Sol (con la compra del Ex Hotel Libertador); así como nuevos ingresos en el corto tiempo como el Hampton by Hilton.

Si se tiene claro que no basta con ser buenos en términos de productos y servicios, la interrogante que se desprende en este aspecto es: ¿cómo se puede lograr ser el mejor? y la respuesta es, aunque trillada, superando las expectativas de los clientes, y esto ¿cómo se alcanza?, pues atendiendo sus necesidades en todo sentido ya que muchas veces los viajeros buscan y esperan mucho más allá de lo que realmente manifiestan. Ante ello, entonces, surge una nueva pregunta: ¿cuánto y como conocemos a nuestro cliente hoy en día? ¿cuánto y cómo conocemos esas necesidades?

El perfil del cliente actual ha variado mucho de lo que era hace sólo 10 años. Las tecnologías de la información y los desarrollos sobre éstas han permitido cambios que, tal vez, algunos no esperaban. A diferencia de hace algunos años, en los que era difícil conseguir información, hoy el Internet nos permite mantenernos conectados y tener acceso a facilidades como realizar reservas, efectuar el check in, dejar comentarios en redes sociales, hacer seguimiento de sus solicitudes, entre otros; de allí la importancia de la buena reputación. Por otra parte se tiene que las generaciones que viajan también han sufrido cambios: los Baby Boomers viajan prácticamente por placer; la Generación X por trabajo principalmente, y si lo hacen de vacaciones no logran desconectarse de lo laboral; la Generación Y es muy aventurera, con capacidad adquisitiva y buscan constantemente hacerse notar; mientras que los Nativos Digitales no conciben un ambiente sin conectividad, requerimiento que es trasladado a sus padres (básicamente Generación X) quienes hacen suya dicha necesidad.

Trip Advisor, en su publicación anual sobre el turismo mundial, el Trip Barometer, nos da una visión sobre las expectativas de los clientes para los próximos años, destacando la importancia que tiene para los futuros huéspedes: las facilidades para reservaciones vía web, la reputación on line que mantiene el hotel (tanto en lo que respecta a rankings de acomodación como a los comentarios de otros viajeros), conexión gratuita a Wi-Fi (en este punto la Generación Y espera que no sólo sea libre de costo sino que goce de una súper velocidad), entre otras. Dicho estudio también pone de manifiesto que, para los siguientes años, más del 40% de los turistas están dispuestos a gastar más dinero en la medida que sus expectativas sean atendidas. Tal vez por ello es que vemos que las grandes cadenas hoteleras van migrando, casi de modo radical, el contenido de su oferta al presentar nuevas marcas en sus portafolios que están netamente orientadas a la tecnología y conectividad.

Ante este escenario, el mayor reto de la hotelería actual está en lograr satisfacer todas aquellas expectativas de los clientes, tanto las que se enfocan en el producto (lo que implica la realización de inversiones para satisfacer a un público, no sólo exigente y demandante si no también, muy variado), como también superar todas aquellas esperanzas no tangibles (el servicio, la atención, el contacto de nuestro personal, el ambiente, etc.) para, desde la perspectiva de la calidad, marcar diferencias que no sólo signifiquen fidelización sino también mayores rentabilidades. Es por esta razón que uno de los principales detalles que se debe tomar en cuenta en hotelería es cómo conectar con el huésped, con sus emociones y con sus intereses a llevar a cabo, tanto en el hotel, en particular, como en el destino en general.

El uso de la tecnología y de la información que está en la red no es sólo para beneficio de los clientes. Para los mismos hoteleros existen varias herramientas que permiten conocer cómo los evalúan los huéspedes. Una de las principales herramientas para la gestión de la calidad de una propiedad hotelera es Revinate (www.revinate.com), herramienta virtual cuyo contenido en su totalidad se encuentra en la “nube” (por lo que es accesible desde cualquier lugar que cuente con una conexión a Internet) y que permite calificar cada uno de los puntos de contacto con los huéspedes y, a la vez, compararlos con nuestro competidores en plaza o con nuestros modelos a seguir.

En resumen, podemos decir que la hotelería actual requiere un conocimiento detallado de sus clientes, un programa de calidad orientado a fidelizar a los huéspedes, un sistema que le permita cuantificar sus resultados y una dirección que esté dispuesta a asumir los retos que los viajeros plantean.

La antiquísima civilización solar en Arequipa y el Perú

Walter Bustamante Cano

Presidente de Caretur Arequipa, Miembro del Directorio de la Cámara Nacional de Turismo y Maestro en Culinaria Ancestral Peruana

Diseño del Creador, mapa del Cielo y corazón de Pachamama, Arequipa es la cuna de la civilización del alimento y territorio de los constructores de maravillas.

El origen divino de la civilización

El Padre Sol acaricia a la hermosa Madre Tierra con luminosos dedos. Cálidamente, le besa el corazón en Arequipa, donde fluye la energía del amor. Ella danza y al girar gesta la vida, alimentando a los hijos en el primer acto maternal. Pachamama siente, piensa, es sabia y consciente, nos escucha, nos habla. Como cada ser vivo del cosmos, tiene portales energéticos y órganos. Su corazón ígneo late en Arequipa. La casa de Nuestra Señora de la Asunción, Pachamama Arequipa, es la bellísima Plaza de Armas.

El Universo vivo se expande en espiral. Es Wirakocha, Océano de Energía y Fuerza Maravillosa del Amor. Sus enviados, los arcángeles Urkus y los ángeles Apus, instruyeron a los Pukina y sus antecesores, que construyeron montañas, pirámides, canales de agua y reservorios, convirtiendo el seco desierto en fértil campiña con agua de los glaciares internos y externos de los Titanes de Arequipa, que recibe nombre de Brasil, Bolivia, Paraguay, Uruguay, norte de Argentina, sur de Colombia y Venezuela. Arequipa es "detrás de los volcanes". De todo el continente traían animales y vegetales a experimentar con el Sol, agua, altura, suelo, sequedad y temperatura de Arequipa, desarrollando su culinaria incomparable, sabrosa y variada compartiendo luego los avances con los pueblos de América, a donde las migraciones llegaron de toda la Tierra en busca del Origen y el Paraíso.

Un ejemplo del compartir, es nuestra exquisita mataskita, guiso de carne, papa, tomate, rocoto y un detalle de menta. Con pan es riquísima, reminiscencia de comerla con huminta, pan de maíz. Pasó por Bolivia y les encantó, llegó a Salta, en Argentina y la metieron dentro del pan, haciendo una especie de arepa, taco o tacutacu. Ya en la colonia, cambiaron la harina de maíz por trigo y le añadieron azúcar para imitar el toque dulzón del maíz. Siguió viaje, y sorprendió a Buenos Aires, donde inquirían su procedencia. "Salta" ¡Qué buena salteña! dando nombre a la empanada, que empezó el viaje de retorno. Pasó por tierra ay-mara y reclamaron "es boliviana". Llegó a su origen en Arequipa y muy diplomáticamente le llaman salteña boliviana.

El Perú es reconocido como el Mejor Destino Gastronómico del Mundo por siete años consecutivos. Más de setecientas recetas documentadas hacen de Arequipa la capital gastronómica. Sol primaveral todo el año, el día tiene las cuatro estaciones. Deliciosa, el agua es muy mineral. El suelo fue purificado por ceniza de erupciones volcánicas. Por el clima seco de altura, los lípidos se calientan de día, el frío nocturno cierra los poros y los sabores afloran fuertes, concentrados.

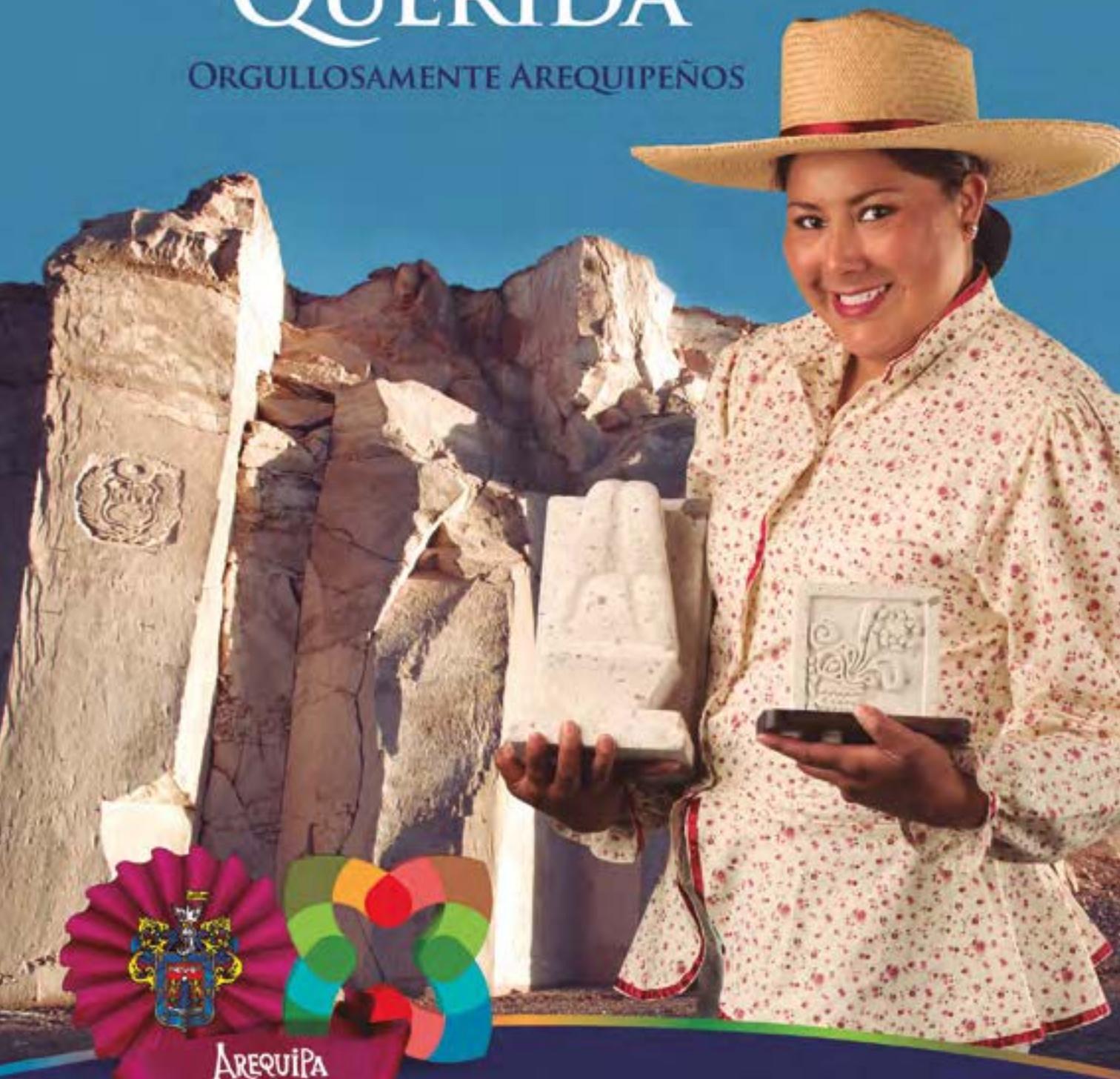
Los volcanes de Arequipa al amanecer son un gigantesco marcador solar que abarca de Picchu Picchu al Misti. De las cumbres del grupo volcánico Chachani reciben al Sol en Yura. Lo propio en Chivay con su Apu Cotallauli y las cumbres adyacentes, en Cabanaconde con Apu Sabancaya, en Tuti con Orkoyri, en Tacna con Arunta e IntiOrco y así en todo el Perú, que es una sola gran civilización anterior a los Incas en muchos miles de años capaz de reformar y construir montañas.

La alineación solar de Arequipa es con Belén, el lugar de nacimiento de Jesús, con Uruk, el sitio de los arcángeles en Mesopotamia, con Tiawanaku, Chukiago, Oruro, Potosí, Hacha Pukara, Nasca, islas Hawai y Fiji, Olgiv en Mongolia.

Estos hechos y descubrimientos hacen de Arequipa un gran atractivo turístico, que sumándose a los reconocidos Valle de Colca, Monasterio de Santa Catalina, Petroglifos de Toro Muerto y por difundir Monasterio de Santa Teresa y Andagua, más Cotahuasi, Caravelí, Cháparra, Tarucani y el Valle de las Pirámides, son la oportunidad inmensa para el desarrollo económico del pueblo arequipeño, ya que el turismo genera puestos directos de trabajo y compras a la industria. Además de exquisitos chocolates y delicadas prendas de vicuña, alpaca y algodón, el turismo consume agua, lámparas, focos, mesas, sillas, confortables, camas, mesas de noche, uniformes, sábanas, frazadas, almohadas, pintura, jabón de tocador y de lavandería, cocinas, lavadoras, cubiertos, ladrillo, acabado cerámico, equipos de sonido, tubería de luz, agua y desagüe, cable de sonido y eléctrico, piedra laja, granito, basalto, sillar, madera, carbón, leña, gas, diésel, gasolina, automóviles, buses, motos, bicicletas, productos farmacéuticos, artesanía, carnes de alpaca, llama, cerdo, cordero, res, cuy, pescado, pollo, vegetales. El turismo hace

FELIZ 479 ANIVERSARIO TIERRA QUERIDA

ORGULLOSAMENTE AREQUIPEÑOS



Impulsando tu bienestar



caja
arequipa

INDUSTRIAL

el 80% de la exportación de servicios de Arequipa. Cuando hay turismo, el bienestar está en la sonrisa de la gente. En cambio, con las huelgas y tomas de carretera sólo he visto tristeza.

Se realizan más de mil trescientos millones de viajes por año en el mundo, un inmenso mercado por aprovechar. Anualmente España recibe 82,6 millones de turistas, Francia ochenta millones y México treinta y cuatro millones, sin hablar de Estados Unidos, China, Japón, Italia, Egipto, Brasil, Argentina. Chile recibe siete millones de turistas, en parte a costa de nuestro país.

La estadía promedio del turista en el Perú era veintiún días hasta el 2012, año en que se redujo a la mitad.

La inteligencia económica y de negocios del gobierno chileno instruyó a los operadores de su país que venden paquetes a Perú, agregar a la oferta Salar de Uyuni y desierto de Atacama para salir por Santiago. Vemos al hotelero cusqueño jalarse los cabellos porque sus ingresos bajaron a pesar de haber más turistas y es que no se da cuenta de que la permanencia en Cusco bajó de siete a cuatro días promedio. En Puno se quedaban tres días y dos noches, ahora duermen en Amantani una noche y apenas visitan las Chullpas de Sillustani, mientras a Pucará, Tiahuanaco y Amaru Muru van por casualidad. En Nasca, los hoteles viven de la minería porque los turistas sobrevuelan las líneas y se van. La economía es una guerra entre países. Chile lo sabe y apoya a sus empresarios, a quienes trata como sus aliados. Mientras más negocios hagan las empresas de un país, los impuestos crecen con el empleo y el consumo. El Perú tiene que aprender.

Al menos cuatrocientos millones de turistas por año están en busca de historia y monumentalidad arquitectónica, que es la fortaleza del Perú. De los tres y medio millones de turistas que recibimos anualmente, 80 % viene por la maravilla cultural de nuestro país. El 20 % restante viene en busca de naturaleza, con la que el peruano de antaño convivía en armonía, modificándola con cariño, para el bien. Con lo que el 100 % del turismo viene por la obra de sabiduría en nuestro Perú.

¿Qué podemos hacer con los impuestos que pagamos?

1.- Promover nuestros tesoros de manera coherente, mercadotécnica, para que el mensaje penetre la mente del turista potencial. La Cámara de Turismo de Arequipa ya tiene acciones concretas promoviendo nuestra Arequipa.

2.- Vías de comunicación; la carretera Panamericana tiene más de medio siglo con 2 carriles. Merece al menos 6 carriles; debiera hacerse otra supervía o tren de los Apus en paralelo a la costa y a la cordillera sobre 1500 metros de altura; Colca y Cotahuasi necesitan 6 carriles. Se debe asfaltar Yura

- Huambo - Pedregal; las carreteras de penetración a Espinar, Omate, Puno, Ayacucho y Apurímac deben tener también 6 carriles, permitiendo el comercio de alimentos. La salida de Arequipa debe ser directa por Yura a Camaná pasando por Majes; Arequipa necesita transporte masivo por teleférico de Congata a Alto Cayma y Alto Selva Alegre - Mariano Melgar y no más combis.

Una solución parcial es que funcione el tren de pasajeros del Cono Norte al Parque Industrial descongestionando las horas punta y negociando con Perú Rail.

3. El Ministerio de Cultura debe instalar Unidades Ejecutoras en Arequipa dotándolas de presupuesto para rescatar nuestros tesoros arqueológicos, ponerlos en valor y promoverlos en labor conjunta de protección con los pueblos involucrados, que los deben proteger con miras al desarrollo económico que trae el turismo.

4.- El Corso de la Amistad debe retornar al Centro Histórico, que sigue siendo nuestro mayor atractivo turístico, fortaleciendo el posicionamiento de Arequipa.

Marketing turístico

La neurociencia llamada marketing utiliza lo que tiene el cliente potencial en la mente. Para quien quiera hacer turismo al Perú, aflora Machu Picchu. Ni siquiera Cusco. Sólo Machu Picchu, por lo que las campañas millonarias para meter Trujillo al circuito, así como Loreto, Amazonas o Lambayeque, siguen sin tener efecto.

¿Qué hacer? Servirse de Machu Picchu como locomotora de todos los vagones que son las regiones del Perú. Lima es sólo una región como las otras, con tesoros y belleza para la Humanidad que sus habitantes y promotores de turismo desconocen.

El auténtico marketing sólo puede basarse en la verdad para ser efectivo:

La construcción de Machu Picchu como montaña y observatorio astronómico tiene muchos miles de años, al igual que Cusco como acumulador energético dedicado al agua y su distribución. Es muy largamente anterior a los primeros Incas, quienes llegaron de Titikaka a limpiar el barro del Diluvio Universal, más de diez mil años atrás. ¿Quiénes eran? Las obras monumentales en torno al Lago Titikaka fueron hechas por los sabios Uro Pukina, llegados de la costa desértica de Arequipa, Ica, Moquegua, Tacna. Por más alimento que les diera expansión demográfica y más mano de obra, irrigaron el desierto y subieron a mesetas y montañas construyendo reservorios y canales, hasta llegar a la gigantesca cuenca semivaciada de Titikaka. En Arequipa encontramos el Origen.

Arequipa es turismo de cultura y naturaleza

El turismo es una actividad de desarrollo económico de gran importancia a nivel mundial, es la que genera la mayor cantidad de fuentes de trabajo y desarrollo de la economía diversificada en los lugares de destino, son muchos países en el mundo cuyo principal ingreso económico e inversiones son del turismo y no solo hablamos de España o Francia, también de pequeños países como Costa Rica y Bélgica y otros.

Lamentablemente en Arequipa pareciera que es una actividad marginal para su desarrollo económico y social pese a tener excelentes condiciones para captar un importante turismo dados sus atractivos culturales y naturales que la destacan en la oferta internacional del país y que complementan la oferta de Cuzco y Puno.

Se ha determinado que el futuro de Arequipa es la agro exportación (majas) y la minería..... Y el turismo ???

El desarrollo del turismo lo hace principalmente el sector privado con la oferta de servicios los cuales son una larga cadena desde la captación de los turistas en lugar de origen hasta los servicios en el destino como transporte, alojamiento, gastronomía, deportes, organización de eventos, oferta de productos locales como pueden ser prendas de alpaca, chocolates, licores y muchos otros de necesidad o interés para los visitantes,

También son de importancia museos, áreas naturales protegidas a cargo de universidades y el estado, pero sobre todo facilidades para los turistas en infraestructura y servicios generales como seguridad y salud y que exista una buena reglamentación y sanciones que se cumplan para la operación del turismo y su adecuada promoción

En Arequipa el sector privado ha sido determinante en el desarrollo de esta actividad como se demuestra con la puesta en valor y operación del monasterio de Santa Catalina en los 70, la gestión y promoción en el Colca, y las áreas protegidas como la Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca y el Santuario Nacional de Lagunas de Mejía en los 80, Cerro de Juli en los 90, las convenciones mineras en los 2000, el Hay Festival desde el 2016, la calidad en su gastronomía y productos textiles de alpaca, chocolates, licores etc.

El reconocimiento de la Unesco para crear el Geoparque teniendo como base las condiciones de sus atractivos naturales, culturales, en el desarrollo social y económico generado con la puesta en valor del turismo en el Colca desde 1985 y últimamente en proceso para el Valle de los Volcanes y en la conservación y protección de la Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca es un acierto y una exitosa gestión del gobierno regional de Arequipa e Ingemet

Este reconocimiento es solo un inicio, de un importante trabajo en el que hay que reglamentar, proteger y desarrollar en especial, en sus niveles de educación, calidad de vida y economía en general, que son los objetivos de la creación de los Geoparques, lo cual es factible si Ingemet trabaja profesionalmente ya que fue el objetivo para su creación y no solo como una junta de obras públicas

En la actualidad el turismo en Arequipa es una actividad con tendencia a la informalidad, no hay un plan de desarrollo consensuado entre los sectores públicos y privados considerando que estos no solo son los alcaldes y los gremios del sector, sino que también deben participar otras instituciones directamente vinculadas como universidades, expertos experimentados en el tema y otras instituciones del estado y empresas privadas relacionadas.

Se tiene la impresión de ser una actividad secundaria.

Rol de la mujer en el sector turismo

Durante los últimos años el turismo a nivel mundial ha experimentado un crecimiento continuo, llegando a convertirse en un sector económico de gran importancia para cada país. El turismo se ha convertido en un motor del progreso socio económico, contribuyendo a la creación directa e indirecta de empleo. En nuestro continente, las mujeres sumamos una fuerza importante en este sector, llegando a representar el 58,5 % de la fuerza laboral en América Latina según lo informa la Organización Mundial del Turismo. El personal del sector en todo el mundo está formado en su mayoría por mujeres.

Son muchas las razones, por las que los turistas visitan los diversos países, que se engloban en dos grandes categorías, de ocio y vacaciones como el turismo cultural, de salud, de historia, de playa y sol, de gastronomía, de observación de aves, de esoterismo, de esparcimiento, de aventura, vivencial y hasta cosas vedadas por la moral y las leyes, como la explotación sexual de niños, que aunque no se ven a primera vista, existen y lo que es peor, existe en nuestro País y en menor escala, en nuestra ciudad y por otro lado el turismo de trabajo y negocios como la celebración de congresos o reuniones de diferentes rubros, viajes de incentivos, que son otorgados a los trabajadores por las empresas, como gratificación al buen desempeño. Categoría ésta, que ha venido creciendo exponencialmente en las últimas décadas.

Los diversos países han tomado preocupación en desarrollar las condiciones de infraestructura y servicios de acuerdo a sus ventajas comparativas, atrayendo hacia ellos a las diversas categorías de turistas de acuerdo a la oferta que proponen.

Hay países que sin tener muchas ventajas comparativas en sectores específicos, se han preocupado en desarrollar atractivos artificiales que han terminado siendo la razón principal, por la que los turistas deciden visitar esos destinos.

En el Perú la Ley General del Turismo N°29408, ha declarado de interés nacional el turismo y su tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del País y ha implementado el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional del Turismo, PENTUR, como una herramienta para planificar el crecimiento y el desarrollo de esta actividad, este plan ha tenido una indiscutible virtud, que no ha sido elaborado en un escritorio de manera teórica e impuesto para su ejecución, sino que ha tenido la fortaleza de haber sido trabajado desde las bases sociales que fueron consultadas para exponer sus propuestas y luego pasar por el análisis técnico, que ha dado como resultado un producto que expresa la realidad del turismo nacional y que viene siendo el motor del desarrollo de este sector en los últimos años.

En el Perú, de acuerdo al estudio realizado por la Asociación Femenina de Ejecutivas de Empresas Turísticas, AFEET PERU, las mujeres representamos el 60% de la fuerza laboral en el sector turismo.

Este bondadoso sector, ofrece un amplio abanico de posibilidades para que la mujer pueda desarrollarse tanto de forma dependiente como independiente. Siendo los empleos con horarios más flexibles y que pueden llevarse a cabo en diferentes ubicaciones, como el lugar de trabajo, la comunidad o el mismo hogar. Teniendo en cuenta que la mujer además cumple un importante rol en la sociedad al tener bajo su responsabilidad la atención de la familia.

Cada vez más, vemos a mujeres ocupando cargos de mayor importancia y alta responsabilidad en el Sector, tanto público, como la anterior Vice Ministra de Turismo del Perú, Dra. Blanca Chirinos Cuadros o la ex Ministra de Turismo de Paraguay, la Sra Marcela Bacigalupo, que realizaron una excelente labor en su cartera y ni que decir del sector privado, donde ocupan cargos de alta gerencia en hoteles, restaurantes, agencias de viajes, instituciones asociativas y otras relacionadas con el Sector.

En nuestra ciudad, somos mujeres las que llevamos el liderazgo en el Sector Turismo, como la Presidenta de la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, la Subgerenta de Turismo

Teresa Rubina Valencia Dongo

Presidenta de la Federación Internacional de Ejecutivas de Empresas Turísticas FIASEET

Relaciones Exteriores de la Municipalidad Provincial, la Presidenta de la Asociación de Hoteles y Restaurantes y la presidenta de FIASEET, así como otras varias instituciones y por lo tanto, son principalmente las mujeres, las que deben asumir la responsabilidad de plantear soluciones valederas para los principales problemas del Sector.

Arequipa, siendo la tercera región más visitada del Perú por el turismo receptivo, tiene el grave problema de la escasa permanencia del turista que alcanza a 1.5 días, lo que tiene serias consecuencias económicas que estamos obligados a superar y para ello es necesario seguir ejemplos de otras ciudades en el mundo, que sin tener las condiciones nuestras, han logrado atraer el turismo en grandes cantidades y con una mayor permanencia, para ello lo que han hecho es utilizar su imaginación y han construido atracciones artificiales que convocan a los turistas que dejan dinero en la ciudad.

Solo basta ver en Cancún, México, el Parque Xcaret; en Orlando, Estados Unidos, Disney World; en Gramado, Brasil, la celebración de Natal Luz; en Mendoza, Argentina, La Ruta del Vino; el Pueblito Paisa, en Medellín, Colombia, así como cientos de ejemplos en el mundo.

Es por eso que urge encontrar y desarrollar un atractivo sostenible en el tiempo, que permita alargar la estadía del turista en nuestra ciudad y quienes deben asumir ese reto, somos las mujeres que tenemos un rol protagónico en este sector, es por ello que desde este espacio las convoco para que asumamos esa alta responsabilidad y con la fuerza que nos da el haber nacido al pie de un volcán, superemos este reto en beneficio de nuestra ciudad.





Un flash del pasado:

la fotografía en arequipa

Se presume que la fotografía se introdujo al Perú a mediados del siglo XIX, siendo la capital del país uno de los principales escenarios de la producción fotográfica. Su aparición se debe al “daguerrotipo”, una técnica surgida en agosto de 1838 en París que permitía fijar imágenes mediante un lente. Dicho procedimiento fue invento del francés Louis Jacques Mandé Daguerre, resultando una verdadera revolución para la historia de la imagen.

A partir de entonces, se realizaron extraordinarios registros del territorio en diferentes pueblos peruanos y retratos a las familias pudientes de nuestra sociedad, quienes generaron gran demanda fotográfica impulsando toda una industria y condujo a la creación de varios estudios fotográficos desde el francés Philogone Daviette hasta el estadounidense J. Newland en Lima. Posteriormente, se formaron talleres nacionales.

El pionero en la fotografía arequipeña fue Maximiliano Telésforo Vargas (conocido como Max T. Vargas) y Emilio Díaz, luminosos artistas del sur peruano que caracterizados por su variedad te-

mática triunfaron en numerosos concursos y proyectaron a la localidad como cuna y residencia de destacados fotógrafos. Y es que el paisaje arequipeño, no solo concentraba la atención de los pintores y poetas que mediante el pincel y la pluma resaltaban la riqueza natural y cultural, también de expertos del lente como Carlos y Miguel Vargas Zaconet (Hnos. Vargas), Martín Chambi, Manuel Jesús Glave, entre otros.

Max T. Vargas (Arequipa, 1873 – Lima, 1959) inauguró su estudio de fotografía en 1896 en la calle Santo Domingo. Desde aquella fecha además de fundarse un taller artístico, se creó un centro de aprendizaje que permitió cultivar otros talentos en dicha rama, tal es el caso de los hermanos Vargas o el puneño Martín Chambi, que trabajaron como ayudantes en su estudio. Bajo su sello se han rescatado innumerables panoramas de la ciudad, entre los cuales podemos mencionar: el Púlpito de la Catedral, Interior-Catedral, la Catedral, Piedra camino a Yura y la Calera, el Cráter del Misti, Puente de hierro y el Misti, Observatorio Astronómico de Arequipa, Cumbre del Misti, Iglesia Yanahuara, vista panorámica de la ciudad, etcétera; y, personajes y familias de la alta sociedad mistiana como los Wagner o Gibson.

Ciertamente, en la primera década del siglo XX se incrementó la producción fotográfica, y dos jóvenes –orientados por Max Vargas– comenzaron a producir sus propias imágenes, nos referimos a los Hermanos Vargas. Así, Carlos (Arequipa, 1885 – 1979) y Miguel (Are-

quiipa, 1887 – 1976) se convirtieron en maestros de la composición y el retoque, sobresaliendo por su autenticidad manifiesta en: la entrada de la Cabezona, Reclutas-Cuartel de Santa Marta, Coristas sobre el escenario, Escuela Fiscal, Casa Forga, Día de cometas, vista de la Plaza de Armas y de Yanahuara, Plaza de Santa Marta, Puente del acueducto San Lázaro, la casona Ricketts y la del Moral, etcétera. Ambos tuvieron su propio establecimiento en 1912, el cual quedaba en el Portal de San Agustín No. 11.

Los hermanos Vargas –hijos de Ángel Custodio Vargas y María Zaconet Bueno–, dejaron como discípulo al arequipeño Manuel Jesús Glave Corrales (nacido en 1903), dando continuidad a la fotografía profesional, es decir, aquella que requiere de una indumentaria adecuada (desde el traje hasta los entornos) y se preocupa de las posturas, los gestos y las técnicas visuales. No obstante, se enriquecía del debate y la crítica entre colegas que buscaban sustentar su arte.

Volviendo a los discípulos de Max T. Vargas, es fundamental destacar la actividad de otro de sus asistentes, el recordado Martín Chambi, quien mantuvo vigente la versatilidad de su maestro. Chambi, a los 17 años de edad comenzó a trabajar en el estudio de Vargas, aprendiendo muchas técnicas y conservando la excelencia de su antecesor. En aquella época de excelencia, Maximiliano Vargas tuvo una fuerte competencia en la rama de la fotografía, se trataba del arequipeño Emilio Díaz Flores, quien en 1896 fundó su estudio en la calle Guañamarca No. 7 (hoy Rivero) y cuyos trabajos fueron premiados en una exposición parisina de 1900. Díaz Flores fue un fotógrafo que nació en 1870, hijo de José Manuel Díaz y María Flores, se casó con Julia Flores, y falleció en su tierra natal, un 15 de octubre de 1931. Tanto Vargas como Díaz, enorgullecieron el arte fotográfico en la Ciudad Blanca.

La prensa escrita, las postales y exposiciones contribuyeron a la difusión de la calidad artística fotográfica de nuestra localidad, cosechando lauros y otorgando reconocimiento nacional e internacional a los fotógrafos experimentados que desarrollaban su trabajo en regiones alejadas de la capital republicana. Historiar la fotografía en la localidad significa valorar el aporte de los daguerrotipos y analizar la evolución de las cámaras fotográficas, ya que su demanda generó toda una industria.

Mientras a inicios del siglo XX, ésta práctica era exclusiva pues no todos podían “fotografiar”, en 1928 encontramos la propaganda de unas de las primeras cámaras para cualquier usuario, evidenciando la popularización de la actividad. Se trataba de la marca Kodak's, vendida en la tienda de Belón & Cía (Moral 111-113), distinta a la marca Agfa, que tenía una cámara de doble lente anastigmático de 6 x 9 cm., es decir, buscaba corregir los puntos que suelen

aparecer en la imagen, además tenía diez rollos de película y se vendía en la librería L. Albareda (San Juan de Dios 109-113). Agfa ofertaba sus productos ofreciendo precisión, simplicidad y lujo, así entregó otro modelo como fue Agfa-Standard en 1930.

La aparición de las cámaras femeninas Brownie en 1931, revolucionó a la firma Kodak. Su moderno diseño (en color encarnado, gris, verde, marrón y azul), su sencillo sistema y su elegante estuche “ad hoc”, resultaron ser la innovación entre las cámaras económicas. La empresa, también ofreció la Cine-Kodak Modelo K, que tomaba “películas con tanta sencillez como una kodak toma instantáneas”, y las ofertaba prometiendo la revelación gratuita de las películas en sus laboratorios. Otra marca que destacó a fines de la década del '30 en Arequipa fue la cámara Voigtlander, que se vendía en M.A.T. de Scollo (Portal de San Agustín 113). Hacia los años '50, encontramos cámaras nocturnas con portalámparas y a pilas.

Cabe mencionar que los establecimientos de artículos para fotógrafos a fines de 1930, fueron: Albareda León, Belón & Co., César Bustamante, Concha Fernández & Pacheco, Gamón Bedoya & Cía, Hinojosa Felicitas, Octavio Sosa, Vargas Hnos. y Valdivia Rolón A.; y, entre los establecimientos fotográficos destacaban: Cano del Carpio, Caro Eleodoro, Fotografía Gonzáles, Gonzáles V. José J., Perea Portugal, Glave & Alcázar, Shiomura Sucs., Rodríguez Zaconet Guillermo, Rodríguez Zaconet J. de D. y Vargas Hnos.; de éste último grupo, Perea Portugal y Rodríguez Zaconet Guillermo, sumando a Zapana, realizaban fotograbados.

La comercialización de diferentes máquinas en la primera mitad del siglo XX, advierte dos situaciones fundamentales: la fotografía se volvió un trabajo rentable para algunos “fotógrafos ambulantes” (realizaban tomas personales) y existía la necesidad de perpetuar a través de lo impreso los recuerdos memorables de las familias en circunstancias especiales de la vida; volviendo a la fotografía una práctica tanto para profesionales como aficionados.

Por otra parte, de dicha perspectiva de estudio, se desprende la necesidad de catalogar las fotografías hechas por algunos viajeros como las tomas de Charles F. Lummins y Adolph Bandelier, quienes en 1892 emprendieron su viaje al Perú con la Expedición Villard de fines arqueológicos. Lummins y Bandelier llegaron a Arequipa con una cámara de 5” x 8” y su trípode, realizando varias reproducciones de la ciudad.

No cabe duda que la fotografía constituye el testimonio de muchas generaciones, los colores de un tiempo, una fuente para la historia republicana y contemporánea del país, cuya importancia se traduce en la expresión inmediata de las emociones.

Energía Renovable y Tecnología Aplicada

I+D+i

en la Universidad
Tecnológica del Perú

Dr. Juan José Milón Guzmán,

Director de Investigación

La Dirección de Investigación de la UTP ha finalizado con éxito 15 proyectos en los últimos dos años y, en lo que va del 2019, viene desarrollando 21 proyectos en el área de Energías Renovables y Tecnologías de la Información y Comunicación.

En su mayoría, estos proyectos, están orientados a resolver problemas en zonas aisladas y de escasos recursos (agricultura, pesca artesanal, entre otras). El financiamiento para estos proyectos proviene principalmente de entidades del gobierno, empresas privadas, fondos Internacionales y recursos propios de la UTP.

Los proyectos más destacados son:

- Mejoramiento del proceso de pesca artesanal en Matarani, abordando el proceso de identificación de cardúmenes, mejorando la cadena de frío en la pesca, almacenamiento y conservación; y ofreciendo tecnologías renovables para corregir las deficiencias en la seguridad de las personas a bordo de la embarcación.

- Abastecimiento de energía solar fotovoltaica para los equipamientos del Aula Digital, orientado a instituciones educativas de comunidades aisladas.

Almacenamiento de Energía Solar para Comunidades Aisladas que forma parte de la Red Internacional para el uso Eficiente y Sustentable de Energía, iniciado en 2017.

También se están investigando temas de Realidad Aumentada, con el fin de promover el turismo regional, cocina solar con tecnología fotovoltaica, Human Capital, secador solar de alta presión, Smartparking IoT, sistema de tratamiento de agua para consumo humano, biorremediación de agua contaminada y tratamiento de colorantes textiles por fotocatalisis.

El área de investigación cuenta con más de 500 m² entre oficinas y laboratorios en la nueva sede de la UTP, ubicado en la avenida Parra, permitiendo que las actividades de I+D+i se desarrollen de manera más cómoda y exclusiva.

El equipo de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i), en Arequipa, cuenta con plana docente y profesionales con características orientadas a la docencia y a la investigación, con grado académico de Magister y Doctorado de universidades de prestigio internacional.

La Dirección de Investigación de la UTP tiene por objetivo principal generar nuevos conocimientos para mejorar la calidad de vida de las personas, principalmente de aquellas comunidades alejadas y así contribuir al desarrollo de la región Arequipa y, por ende, al desarrollo del país.

La industria como motor del empleo nacional

Foro Industrial Regional 2019, organizado por la SIN y la UCSP

Fuimos invitados como ADEPIA al reciente Foro de la Sociedad Nacional de Industrias, impulsamos la industria...ya!, en el auditorio de la Universidad Católica San Pablo de Arequipa, para comentar de cómo impulsar el empleo; el empleo desde las industrias locales, no a través de la Minería y sus clúster, sino desde la importancia de los Parques Industriales de qué si es o no importante un Parque Industrial. Y claro, para que existan Parques Industriales tiene que haber industrias, nuevas industrias que se instalen en los mismos, y lamentablemente en Arequipa hace ya muchos años que nos se instalan nuevas industrias. Empresas sí, ampliaciones de industrias locales también y en buena hora, pero ¿por qué no han llegado a nuestra región nuevas fábricas, que se instalen en el Parque Industrial o en una zona hoy que les resulte más propicia?

La respuesta, a un problema complejo, es sencilla: No estamos dando ninguna facilidad para que eso ocurra, al contrario año a año hemos ido complicando nuestra legislación laboral, no hemos tenido éxito en lograr la llegada del gas como un combustible más barato y hemos ido encareciendo cada vez más el agua y el costo del desagüe, para la producción industrial.

Esta vez no es para sentirse orgullosos de ser la segunda ciudad del país, ni mucho menos, por que en otros departamentos ó regiones , no se han estado presentando de la misma manera estos altos costos, creándonos una fuerte desventaja competitiva , que años atrás nunca la tuvimos. Con combustibles e insumos caros y pagando los mismos sueldos y salarios que a nivel nacional, difícilmente "estamos jugando en las mismas condiciones que por ejemplo tiene Lima"

Invitados en el auditorio de la Universidad Católica de San Pablo, una de las tres universidades que crearon e impulsaron la Agenda para el Desarrollo (*), la misma que estuvo presente en las últimas elecciones regionales y locales, se hizo un llamado para que el actual Presidente Regional, tome los lineamientos básicos de la Agenda en la búsqueda del orden y el liderazgo que una ciudad como Arequipa necesita, para su crecimiento y posterior desarrollo. Así todos los actores de nuestro medio volveremos a dar el impulso que la industria arequipeña necesita para generar el empleo que hoy buscamos y reclamamos.

(*) En lo personal formé parte de esta interesante propuesta, plenamente vigente, en representación de la UCSP.





Edgardo Carrasco, Luis Canny, Mario Cuzzi, Pablo Carpio, Enrique Valenzuela y Alberto Ugarte en cóctel Aniversario.



Juan Ignacio Bustamante, Alvaro Neuenschwander, Javier Delgado, Paúl Díaz y Juan Pardo Olazábal en importante evento.



Juan Manuel García Calderon, Paúl Díaz y Mauricio Pérez Wicht en cóctel Aniversario.



Miguel Belón, Mauricio Pérez Wicht, Renzo Cané Pardo, Álvaro Delgado y Carlos Saca Abugattas en cóctel de gala.



Luis Felipe Pardo, Alfonzo Corzo, Klaus Ackerman y José Soto en evento social.



Pablo Alcázar, Julia Toreblanca, Ivan Frías, Mauricio Matos y Paulo Pantigoso en Conferencia Magistral "Horacio Nelson" Otra Mirada al Liderazgo y trabajo en Arequipa por los 5 años de la empresa EY en Arequipa.



Jorge García La Rosa y Julio Cáceres Arce en importante Foro Empresarial.



Emilio Fantozzi, César Ballón, Álvaro Galindo, Luis Romero, Mauricio Chirinos y Oscar Rivera con funcionarios invitados en cóctel de gala por los 20 años de TISUR.



Oracio Hernandez, Vanesa Terán, Ricardo Sahuríe, Gonzalo Bedoya, Denise Pantoja y Luis Caballero en cóctel de gala.



Alberto Muñoz Nájara, Juan Vidaurrázaga, Paulo Pantigoso y Javier Vidaurrázaga en importante reunión Empresarial.



Óscar Alcázar, Arturo Woodman y Javier Velarde en cóctel Aniversario.



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 Granada, 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 Granada / 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 Ibañez 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



Caritas 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, convirtiéndolos 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.abralit.com.pe
Representante: Giancarlo Alarcón Medina
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 (miopora, Fresno, huaraguay, vilco, tara, huarango, molle serrano, molle costeño, ciprés, papaya, álamo, cahuato, celicio, 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 Cuzi

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.pachas@buenaventura.pe Web: buenaventura.pe
Representante: Mercedes Pachas Cabrera

CONSORCIO INDUSTRIAL DE AREQUIPA S.A. CIDASA



Consortio 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 comprometamos 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
Telefax: + 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 Labor , Shampoo, Acondicionadores, Jabón Líquido, Cremas Humectantes, Gel Antiséptico, Talcos, Colonias, Aguas de Florida, Vaselinas y Brillantinas Reuter y Tónicos Capilares.

CORPORACIÓN ACEROS AREQUIPA S.A.



Empresa con capital y personal peruano con más de 40 años en el mercado; dedicada a fabricar y comercializar productos de acero y derivados para la industria de la construcción, metal - mecánica y minería. Actualmente, utiliza la más avanzada tecnología y la mejor materia prima en la producción de acero ya que cuenta con un moderno horno eléctrico. Otro factor decisivo del éxito de Corporación Aceros Arequipa es la interiorización y compromiso de directivos y trabajadores con la filosofía de Calidad Total, la cual les ha permitido el cumplimiento estricto de las normas de calidad nacionales e internacionales y de esta manera satisfacer las necesidades del mercado tanto nacional como internacional.

Dirección Lima: Av. Enrique Meiggs 297 - Parque Internacional de la Industria y Comercio Lima y Callao, Callao 3, Perú
Teléfono: (51) (1) 517 1800 Fax Central: (51) (1) 452 0059
Dirección Arequipa: Variante de Uchumayo Km. 5 Lt. E - Arequipa, Perú
Teléfono: (51) (54) 232430 Fax: (51) (54) 219796 E-mail: mktng@acerosarequipa.com
Web: www.acerosarequipa.com Repres: Ricardo Gillón - Presidente Ejecutivo
Productos: Barras Lisas y Perfiles de Acero, Barras de Construcción, Alambrones, Planchas y Bobinas (LAC y LAF), Barras Helicoidales.

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: yojana.caceres@crubher.com Web: www.crubher.com
Representante: Yojana Cáceres Ramos - 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 cuidadosas 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: Bradley W. Silva - 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.

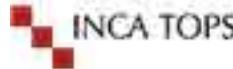


Franky y Ricky confecciona productos en tejido de punto en algodón, cuenta con un proceso productivo integrado con plantas de tejeduría, tintorería, corte, confección, bordado y estampado. Cuenta con maquinaria de última generación y con un excelente proceso de acabados de tela y confección, que permite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

agregado. La calidad de sus prendas confeccionadas en 100% algodón peruano (Pima o Tangüis) 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, Escaleras Portables FRP, Tanque, Tuberías y Fittings en FRP, Escaleras / jaulas de Protección en Fibra de Vidrio, Estantes de pre-aleación, 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.

MITSUBI AUTOMOTRIZ S.A.



Es una empresa que opera en el Perú desde 1971 y en la ciudad de Arequipa desde el 2013, comercializando vehículos y repuestos originales Toyota, Lexus y equipos de su División Montacarga.

Somos el más grande concesionario de la marca Toyota en el Perú, ofrecemos una cadena de productos y servicios completa, dentro del rubro automotriz. Los altos estándares alcanzados en todos nuestros procesos nos han llevado ser considerados modelo de concesionario en el mundo. En Mitsui, trabajamos comprometidos en ofrecer un buen servicio a nuestros clientes, realizando todas nuestras actividades basándonos en la productividad, transparencia y el cliente primero.

Dirección: Calle Villa Hermosa No. 1151 Cerro Colorado - Arequipa
Teléfono: (51)(54) 602100
Email: csegura@mitsuiautomotriz.com
Representante: César Segura

MOLY COP ADESUR S.A.



Productos: Bolas de Acero para molineta y minerales Moly Cop Adesur S.A., es una empresa miembro de Arrium Mining Consumables, líder mundial en el suministro de productos consumibles para el procesamiento de minerales. Moly-Cop Adesur cuenta con 31 años de experiencia en el mercado Peruano fabricando bolas de acero forjadas en un rango de tamaños nominales entre 1" y 6" de diámetro para operaciones de molineta de minerales. Sus productos se venden en todo el Perú y son exportados a diversos países de Latino América.

Dirección: Calle Jacinto Ibáñez #131 Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 234705 Fax: (51) (54) 232745
Email: wilfredo.fernandez@molycop.pe
Representantes: Javier Castro - Gerente General
Alfredo Bustamante - Gerente de Producción
Jorge Thiermann - Gerente Financiero
Jose Willstatter - Gerente de Ingeniería

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 Nº 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 S.A., Plastisar S.A. Cosapi S.A. Ahora nuestros principales clientes son Corporación Aceros Arequipa. Plastisar S.A. Xstrata Tintaya Graña y Montero, y otros.

Dirección: Pedro Muñoz Najjar 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: vwong@peruquimicos.com.pe
Web: www.peruquimicos.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: Av. Pizarro 113 J.L.B y Rivera / 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



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 dentro de las 20 mejores instituciones de Formación Profesional a nivel mundial. Única a nivel americano certificada con el Sistema Integrado de la Calidad y Gestión Ambiental.

SERVICIO NACIONAL DE ADIESTRAMIENTO AL TRABAJO INDUSTRIAL
Dirección: Av. Miguel Forga 246 Parque Industrial - Arequipa
Teléfono: (51)(54) 605999 Fax: (51)(54) 232428
Email: arequipa@senati.edu.pe Web: www.senati.edu.pe
Representante: Ing. Pedro César Bravo García - Director Zonal
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. Nuestros operaciones están certificadas con los 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 Saldarriaga
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 y que dieron inicio al servicio de energía eléctrica en Arequipa. La actividad principal de la empresa en 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 - Cercado (Oficina Principal)
Av. Miguel Forga 131 Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 381377 Fax: (51) (54) 381199
Email: seal@seal.com.pe Web: www.seal.com.pe
Representante: José Vladimír Málaga Málaga
Productos: 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 Via 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 Rivera - (054) 420 777
Av. Aviación km. 6.5 Cerro Colorado - (054) 607 466
Representantes: Percy Olazabal Carnero - Gerente General
Rogelio Diaz Villafuerte - V. Comercial

TRANSLTISA S.A.



Con más de 30 años de experiencia, Translisa S.A. es una empresa de Corporación Carvesur, una 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 Lurin
E-mail: contac_us@translisa.com.pe
Web: www.translisa.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 Briceno 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, aterrizado 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 Quinta Vivanco, Arequipa
Teléfono: (51)(54) 605630
Email: pbsilva@ucsp.edu.pe
Representante: Paul Bradley Silva Noboa - Director de Servicios Empresariales
Producto: Centro de Servicios Empresariales.

YURA S.A.

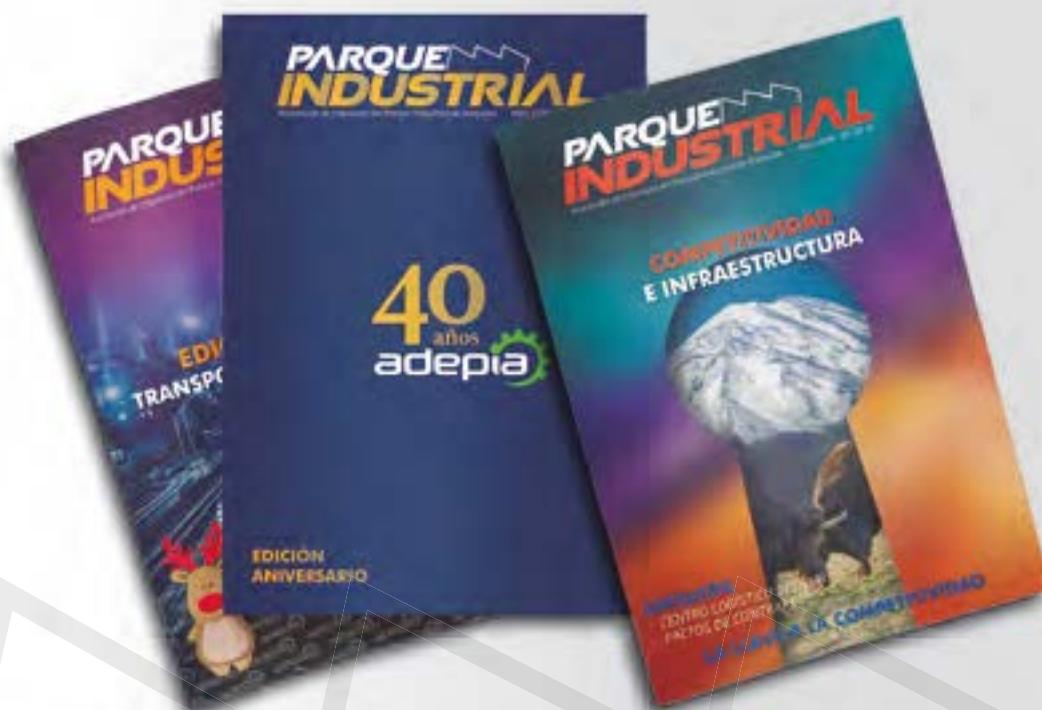


Construcción.
Material de Construcción.
Somos una empresa especializada en la producción y comercialización de cemento de alta calidad. Tenemos participación en el mercado interno y en el extranjero en países como Chile, Bolivia, Ecuador y Brasil.

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



Lee la revista digital en: adepia.com.pe



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

Imagina la logística como nunca antes



Oficina División Sur
Av. Italia #105
Zamâcola - Arequipa

 holascharff.com

 [holascharff](https://www.facebook.com/holascharff)

 [@holascharff](https://twitter.com/holascharff)

Scharff.



EL AGUA PARA AREQUIPA ES NUESTRA PRIORIDAD

Desde el 2005, venimos construyendo grandes obras de infraestructura hídrica como represas, canales de riego, sistemas de tratamiento de agua potable y de aguas residuales para beneficio de Arequipa.

