

PARQUE INDUSTRIAL

Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa DIC.2020 ED. Nº 06 DIGITAL

Edición digital

Concertación

Estabilidad política

• Una necesidad real

Sectores productivos 2020

• Exportaciones

Generación del bicentenario

• Fuerzas sostenibles

necesitamos vivir una feliz navidad y un venturoso año nuevo

Acude a la clínica y realiza tu **chequeo preventivo**

“UN DÍA PARA **PREVENIR** TODA
UNA VIDA PARA **DISFRUTAR**”

Consultas y reservas de citas al 599000 **anexo 736**

Reserva de Citas Online

Agenda tu cita en el horario
de Lunes a Sábado



987520637 - 987540812

L- V de 7:30 a.m. a 6:00p.m.
Sáb. de 7:30 a.m. a 12:30 p.m.

Servicio de Teleconsultas

Dirigido a todo tipo de pacientes, en las especialidades de:

Reserva tu cita en el horario
de Lunes a Viernes

De 7:30 a.m a 6:00 p.m.
Sáb. de 7:30 a.m. a 12:30 p.m



987520637 - 987540812

- | | |
|---------------------|--------------------|
| ✓ Dermatología | ✓ Geriatria |
| ✓ Endocrinología | ✓ Psicología |
| ✓ Reumatología | ✓ Oncología |
| ✓ Cardiología | ✓ Medicina Interna |
| ✓ Gastroenterología | ✓ Otras. |

▪ Delivery de Medicamentos

Formas de Pago:

Contraentrega, Transferencia,
pago link y POS.

Horario de atención y de entrega:
de Lunes a Domingo

De 8:00 a.m a 8:00 p.m.



958961153

▪ Vacunación a Domicilio

✓ Atención para
niños y adultos

Horario de citas:
de lunes a viernes

De 8:00 a.m a 5:00 p.m.



958961151



Central Telefónica: (054) 599 000



WWW.CLINICAREQUIPA.COM.PE





— Conoce —

LAS 3 UNIDADES DE Negocio de Cruz del Sur



— **REFORZAMOS** —
NUESTRA SEGURIDAD

Para darte más confianza al viajar



El sistema de **UV**
implementado en
el **servicio Cruzero**
Evolution

— **Compra en** —

www.cruzdelsur.com.pe

Lima: (01) 311-5050

Provincia: 0801-11111

CRUZ DEL SUR

¡El Placer de Viajar en Bus!



— **los mejores** —
PILOTOS

PARA TRASLADOS

CORPORATIVOS
SEGUROS



¡Hacemos
que tu negocio
 siga creciendo!

Llevamos tus productos
donde necesitas



Contáctanos

Viajes corporativos

empresas@gibarcena.com.pe

Transporte de Personal

transportepersonal@cruzdelsur.com.pe

CRUZ DEL SUR

Transporte de Personal

Cotiza tu envío por whatsapp

☎ 987 725 362 ☎ 997 502 838

☎ 993 555 305 ☎ 987 189 545

CRUZ DEL SUR

CARGO & ENCOMIENDAS



ÍNDICE

CONSEJO DIRECTIVO ADEPIA 2019 - 2020

PRESIDENTE:

Iván Herrera Enríquez
Crubher S.R.L.

VICEPRESIDENTE:

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

DIRECTOR TESORERO:

Javier Beltrán Córdova
Geodrill S.A.C.

DIRECTOR SECRETARIO:

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

DIRECTORES:

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

PAST PRESIDENTE:

Mauricio Pérez Wicht San Román
Laive S.A.

GERENTE:

Jorge Alberto García La Rosa

EDITOR:

Guido Ernesto Canevaro Chávez

COMITÉ EDITORIAL:

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

PUBLICIDAD:

guidocanevaro@adepia.com.pe

DIAGRAMACIÓN

Juan Carlos Denegri Ballón

DIRECCIÓN:

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

- 05** RESEÑA ESPECIAL
- 06** UN MEJOR PANORAMA PARA EL 2021
- 08** SUPERADA LA GRAN COYUNTURA POLÍTICA
- 10** HAMBRE CERO
- 12** GENERACIÓN DEL BICENTENARIO
- 15** LA HISTORIA DEL TRADICIONAL ANÍS NÁJAR
- 16** EL COVID Y EL TRANSPORTE - AAP
- 18** ALPACA 2020
- 20** CALLE DE TENDEROS
- 22** LA VACUNA Y SU IMPORTANCIA
- 24** ARI QUEPAY

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

Nuestra querida revista, 20 Años cerca de la Industria de Arequipa



La Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa es un gremio que busca el bienestar de sus empresas asociadas, brindar servicios comunes en la zona, capacitar y entrenar al personal de las empresas asociadas y defender los intereses de todas ellas frente a servicios comunes, estando éstas inicialmente ubicadas o instaladas en el Parque Industrial. Posteriormente integra empresas ubicadas en Arequipa.

Luego de varios años de operatividad de la Asociación y por decisión de su Consejo Directivo, nace la revista Parque Industrial, con la finalidad de promocionar los bienes y servicios de cada una de ellas y poder articular e integrar mejor a sus asociados y permitir mayor relación con proveedores principalmente de Arequipa. Inicialmente tenía muy pocas páginas y la mayoría de ellas eran publi reportajes, promocionando los productos y los servicios de lo que cada una realizaba como giro principal de negocio, teniendo una periodicidad de publicación de cada edición entre 3 y 4 e íntegramente financiada por sus asociados.

Con el transcurrir del tiempo, fue cambiando el formato de las ediciones permitiendo integrar personas que pudieran hacer artículos de interés para los líderes empresariales y sobre todo industriales de Arequipa, a la vez de poder incorporar publicidad de empresas externas a la Asociación, bajo la guía de un Comité Editorial (cuyos integrantes forman parte del Consejo Directivo en funciones) y un Editor encargado de la revista.

Posteriormente se va actualizando la revista, conteniendo un artículo principal y uno secundario, el primero de ellos con mayor cantidad de páginas; con un nuevo formato de presentación; con nuevos editores; con nuevas imprentas; y teniendo mayor alcance de difusión, sobre todo en la zona sur peruana (Apurímac, Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno, Tacna). Estos cambios llevaron a tener secciones comunes en las diferentes ediciones, como "Actualidad", "Valores", "Personajes Ilustres de la Industria y Comercio de Arequipa" y posteriormente "Turismo".

A medida que la revista crece en cantidad de páginas e integra mayor cantidad de artículos de interés regional y nacional, la misma se empieza a difundir entre empresarios en Lima y algunas ciudades del norte del país. Permitiendo una buena comunicación y exposición ante el Ministerio de Relaciones Exteriores, es que a través de ellos se entregan paquetes de revistas para que fueran enviadas a cada embajada de Perú en América (desde Estados Unidos por el norte hasta Argentina por el sur) y que lograra ser herramienta de posibles negocios futuros en cada una de estas ciudades donde tenemos representación con empresarios arequipeños, específicamente con las empresas integrantes de ADEPIA.

El tiempo y la tecnología (y por obligación de seguridad y cuidado por la pandemia) hicieron su camino y hoy en día disfrutamos de la revista Parque Industrial en medio digital, ediciones 100% publicadas utilizando las redes sociales, correo electrónico y página web de ADEPIA.

Un mejor panorama para el 2021

Exportaciones desaceleraron su caída en el tercer trimestre del año



La llegada del Covid-19 al Perú obligó a una rápida acción del Estado por frenar los contagios mediante el confinamiento y paralización de actividades. Si bien el objetivo principal era velar por la salud de todos los peruanos, las empresas y la economía en general se vieron perjudicadas en los primeros meses del estado de emergencia. Lamentablemente, las exportaciones no fueron la excepción.

Según el presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Erik Fischer Llanos, esta actividad fue la más afectada en comparación a las de los otros países de América Latina, lo cual terminó agravando una situación ya complicada por el arrastre de otros problemas.

"A inicios de año enfrentamos algunos inconvenientes por los menores precios de nuestros commodities. Con la llegada del coronavirus, una de las primeras consecuencias experimentadas fue la abrupta caída de la demanda internacional, recordando que esta ya venía complicada por la guerra comercial entre EE.UU. y China. Además, se cerraron actividades económicas y se presentaron problemas logísticos en el mundo", explicó.

A pesar del duro golpe, la situación parece mejorar un poco, ya que si bien en septiembre los despachos sumaron US\$ 3 mil 198 millones, registrando una contracción de -16% y acumulando nueve meses de caídas consecutivas, se observó una desaceleración en el tercer trimestre del año (-14.3%) respecto al segundo (-41%), cuando la pandemia golpeó fuertemente la economía.

"Este comportamiento está en línea con la recuperación de las actividades productivas nacionales y las mejores perspectivas de la economía global. El Fondo Monetario

Internacional (FMI) redujo las perspectivas de caída económica mundial de 5.2% a 4.4%, ante un mejor comportamiento de países como EE.UU. y China”, refirió.

En cifras

Según cifras del Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, solo en el noveno mes del año los envíos primarios alcanzaron los US\$ 1,964 millones 829 mil (-25.8%). Los productos agrarios crecieron 1.8% por la mayor demanda del café y la pesca primaria 61.6% por la harina y el aceite de pescado. Los que mantuvieron un marcado comportamiento negativo fueron petróleo y gas natural (-65.9%) y minería (-28.1%).

En el caso de los no tradicionales (US\$ 1,233 millones 334 mil), estos aumentaron 6.1% por la agroindustria con una expansión de 16.7% debido a las mayores ventas de uvas, arándanos, mangos, mandarinas, jengibre y arroz. También crecieron las confecciones (8%), la metalmecánica (4%), el químico (13%) y el rubro ‘varios’ (3%).

Los demás sectores como la siderometalurgia (-22.8%), maderas (-12.6%), textiles (-8.2%), minería no metálica (-5.5%) y pesca para consumo humano directo (-4.4%) cerraron en rojo.

En el acumulado enero-septiembre, las exportaciones totales lograron US\$ 26 mil 447 millones, aunque registraron una reducción de -21.7%. Según Fischer Llanos, este comportamiento negativo está generalizado a nivel sectorial, salvo en el caso de las agroexportaciones.

Un 2021 más esperanzador

En ese sentido, el titular del gremio empresarial indicó que, de mantenerse esta tendencia, los envíos –tradicionales y con valor agregado– sufrirían una contracción de -18% al cierre del 2020, lo cual representa igualmente una caída sin precedentes.

No obstante, Fischer Llanos se mostró optimista sobre el panorama del próximo año, pues se prevé un dinamismo que puede permitirle al Perú estar en el conjunto de países que recuperarán más rápido los niveles anteriores al coronavirus.

“El Perú debería regresar a esos niveles en el 2023. Sin embargo, podemos adelantar la recuperación si el escenario político es el adecuado y el nuevo gobierno ofrece

nuevas medidas a favor del sector. En cualquier caso, podemos decir que los despachos peruanos tendrán un pico relevante, y podríamos liderar las tasas de crecimiento en la región”, acotó.

En esa línea, agregó que el próximo año el escenario base de crecimiento proyectado es de 15% apoyados en un mejor desempeño de los commodities –principalmente mineros– y de la agroindustria, sector exportador con cifras positivas durante todo el año (3.4% a septiembre), sobre todo de las frutas, que registraron un crecimiento de 9%.

Esfuerzo público-privado

Sin duda, la asunción a la presidencia de la República de Francisco Sagasti Hochhausler ha traído la paz y estabilidad política que el país necesitaba. En esa línea, el titular de ADEX destacó el mensaje del nuevo mandatario a fin que los empresarios apoyen a la reactivación económica.

“Los exportadores promueven la formalidad, respetan la institucionalidad, la democracia y están comprometidos con el desarrollo del Perú. Los gremios empresariales están 100% dispuestos a trabajar, pero se necesita diálogo. Hay muchas acciones dependientes del Estado (decretos que quedaron pendientes) para que las empresas incrementen su capacidad productiva y puedan crear más puestos de trabajo”, expresó.

Agregó que la generación de puestos de trabajo reposa en las empresas, por lo que se debe salvarlas a fin de mejorar la empleabilidad. También es importante identificar a los sectores con más potencial y a los más afectados con el objetivo de ayudarlos.

Finalmente, resaltó el anuncio de poner en marcha el programa ‘Hambre cero’ a través del Acuerdo Nacional a fin de diseñar las políticas agrícolas respectivas, y mencionó que ADEX tiene como asociadas a diversas compañías del sector cuyo trabajo les permitió sostenerse y presentar algunos números en azul pese a la pandemia.

“Estamos hablando de un agro tecnificado y calificado que genera empleos formales e inclusivos. Necesitamos aprender las lecciones de nuestra historia, qué sectores están bien y por qué; o por qué el agro es tecnificado, genera puestos de trabajo, trae divisas al Perú y muestra buenas cifras a pesar de la crisis sanitaria. Estas condiciones deben ser incentivadas y replicadas en otras actividades”, apuntó.

“La turbulencia política afecta las inversiones y la credibilidad del país, por lo que es crucial recobrar la confianza de los agentes económicos. Si se resiente la economía los primeros afectados son las personas que menos tienen”.

Superada

la grave coyuntura política



- *"Hay, hermanos, muchísimo que hacer"*
- *"Con orden y autoridad, el país seguirá siendo viable"*

Si comparamos el avance de los países con un automóvil, queda claro que con sólo dos llantas de cuatro, no podría mantener la marcha. El caso peruano, tendríamos que analizarlo, no como un carro, si no más bien como una carreta, arrastrada por dos buenos caballos: El Banco Central de Reserva (BCR) y el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

El mérito de ambas instituciones no está en la brillantez de aquellos que las han conducido, donde ha habido mejores y peores, como en toda institución en el largo plazo; más aún, si han tenido que lidiar y contener a presidentes poco ortodoxos y parlamentos populistas de bajas capacidades; ello particularmente aplicable al MEF, la autonomía constitucional del BCR, lo hace menos permeable a presiones políticas y sociales.

Durante tres décadas, pasando por 26 ministros de economía y 5 presidentes del BCR, las dos instituciones han podido perseverar en políticas públicas, el BCR en política monetaria (estabilidad monetaria) y el MEF en política fiscal (equilibrio financiero), gracias al blindaje dado por la Constitución y en especial por los artículos del 58 al 89, que conforman el Capítulo III:

Del Régimen Económico, que es fundamental preservarlo de cambios sustanciales. En otras materias: políticas, sociales y de integridad (corrupción) donde no podemos exhibir logros relevantes, seguramente se podrían hacer ajustes indispensables y puntuales de orden constitucional.

En las líneas maestras de la política económica, no se tienen desarrollos homogéneos, en algunos aspectos se avanza más rápido que en otros y es en los rezagados donde los siguientes gobernantes deberán centrar sus esfuerzos y ser más audaces, valientes y creativos, como: Formalidad, ampliación de base tributaria, bancarización, flexibilidad laboral; celeridad, simplificación administrativa, desregulación, eficiencia en el gasto público, conflictividad social en proyectos de inversión; productividad y competitividad, mercado de valores e instrumentos financieros; etc.

Y para el corto plazo, las tareas prioritarias pasan por: sostenibilidad fiscal (recuperar la recaudación), acelerar la inversión pública y privada (recuperar empleo), entorno económico estable (confianza, credibilidad y optimismo).

Finalmente, recuperar los principios de orden y autoridad (estabilidad política y social), controlando la violencia callejera y la demagogia que la alienta y promueve. Tarea descuidada, tanto por el sector público como el sector privado.

Se ha hecho mucho, pero en la palabra de Cesar Vallejo "Hay, hermanos, muchísimo que hacer".

HAMBRE CERO

Gestión comercial clave del éxito

Los éxitos del mercado agroexportador peruano, así como los de las cadenas de abastecimiento dirigidas a los grandes supermercados a nivel nacional, son fruto de una adecuada gestión comercial. Los pequeños productores agrarios, con reducido volumen productivo y su producción no estandarizada, han visto negado su acceso a mejores mercados por décadas. La gestión comercial responsable, ha sido la clave del éxito en conducir la oferta agrícola hacia mercados regionales, nacionales e incluso internacionales, que hoy son el orgullo peruano; no obstante, aún este beneficio no llega a todos.

Como en toda familia, en el sector agropecuario también existen las “ovejas negras”, es el caso de los llamados malos intermediarios, que ante una demanda identificada salen a comprar al barrer los productos del campo, pagando por ellos un precio muchas veces ridículo, postergando a la pobreza al campesino. El mal intermediario, en esta condición está en una posición dominante, máxime cuando la producción agropecuaria es perecible, lo que no le permite margen de negociación al pequeño agricultor, quien, ante la falta de una mejor opción, termina por “malbaratear” sus productos. El gran ganador, en la ecuación es el mal intermediario y el gran perdedor es nuestro productor y con él echamos por la borda todas las políticas de

desarrollo agropecuario que con innegable buenos deseos hemos podido diseñar.

Es allí donde radica la importancia de una Gestión Comercial Responsable (GCR), definida como aquella que compra a precios justos y vende a precios razonables, en una verdadera estrategia ganar-ganar, que permite hacer sostenible los cultivos, incrementar la producción, reducir la pobreza, y en conjunto fortalecer el sector agropecuario peruano desde sus bases.

La recientemente publicada Ley 31071 - Ley de compras estatales de alimentos de origen en la agricultura familiar, tiene como objetivo establecer un marco normativo para que las organizaciones del Estado que compran alimentos (Por ejemplo Qaly Warma, Cuna Mas, Vaso de Leche, entre otros) dirijan un mínimo de 30% de sus compras a pequeños productores agropecuarios con la finalidad de promover el consumo de alimentos de origen peruano y mejorar de esta manera su economía, a la vez de sumar a la búsqueda -cada vez mayor- de una alimentación saludable.

Esta Ley indica claramente que las personerías naturales o jurídicas que puedan ser calificados como postores, serán elegibles en la medida que estos puedan acreditar su oferta de productos, con la presentación de las llama-



Alfonso Velasquez

das “liquidaciones de compra”. Justamente allí comienza el dilema, pues, sin un control exhaustivo de los beneficios que propone esta Ley, se podrían generar incentivos perversos para la aparición de proveedores golondrinos, masificación de malos intermediarios, que viendo un gran beneficio en la operación de volverse proveedores del Estado, terminarían vendiendo caro y comprando barato, minando las políticas del Estado por el lado de la demanda y la oferta y enriqueciéndose en el trámite a costa de los exiguos recursos del Estado y sumiendo en la pobreza a la agricultura familiar.

Las autoridades a cargo de establecer el Reglamento de esta Ley, lo harán por medio de un decreto supremo refrendado por el ministro de Economía y Finanzas y el ministro de Agricultura y Riego. Son ellos los que deben tener en cuenta estas circunstancias, previendo y diseñando un mecanismo justo y transparente, promoviendo la publicación en medios masivos, de los precios de compra y venta que se utilicen como parte de la cadena de proveeduría, generándose un precio referencial máximo de compra por parte de las entidades del Estado, que incluso pueda incluir la metodología de la subasta inversa. Asimismo, se sugiere solicitar al postor que, como requisito, haga entregatransparente de una estructura de costos que explique su precio de venta, donde se indique el precio de

compra al pequeño productor, los gastos administrativos, transporte y un adecuado margen de intermediación, que garanticen se cumplan cabalmente los objetivos de: seguridad alimentaria, promoción de la agricultura familiar, reducción de la pobreza y sobre todo, un real y verdadero desarrollo agropecuario que incluya a todos, incluso a los mismos gestores comerciales, que podrían en el trámite ser premiados con certificaciones de comercio justo, dado su rol integrador.

Finalmente, se debe felicitar que, como parte de la misma Ley, se le otorgue carácter de permanente al Programa de Compensación para la Competitividad AGROIDEAS, dejando de esa manera de dar tumbos cada 3 años, peleando por que se le renueve por un período similar de vida. Consideramos, que ahora su rol como parte del MINAGRI, en el marco de la esta Ley, sea el de propiciar desde el campo, e integrar los objetivos consensuados del Ministerio de Agricultura y Riego; Presidencia del Consejo de Ministros, Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de la Producción y Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, instituciones que difundirán la información de las personas naturales o jurídicas licenciatarias del signo distintivo “Agricultura Familiar del Perú”, productos entre los que también se encuentra la fibra de camélidos sudamericanos y ovinos.

Generación del Bicentenario

Fuerzas sostenibles.

Sebastian Mattos Palao

*Founding Curator Institución:
Global Shapers Community Arequipa Hub.*

En las semanas pasadas, todos los peruanos hemos sido testigos de sucesos que pueden o no llegar a ser un hito histórico en nuestra vida republicana, dependiendo de qué hagamos ahora con ellos.

Como es ya bien sabido, desde que el día 10 de noviembre del corriente el Congreso de la República aprobó la muy mentada y sobre-negociada moción de vacancia al Expresidente Vizcarra, se inició una gran movilización autoconvocada que reunió en su gran mayoría a gente notablemente joven y de proporciones nunca vistas en nuestro país. Así, en esta última frase, aparentemente simple, se encierran varios puntos cuyo análisis puede ser muy nutrido y fascinante; a decir, se trató de una única gran movilización con numerosos puntos de ocurrencia con mayor o menor intensidad; fue un movimiento convocado por sí y a sí mismo, de naturaleza colectiva y espontánea; tuvo una enorme capacidad de convocatoria, por motivos propios de la protesta y otros de índole social; se trató de una movilización que ni las más grandes que ha experimentado nuestro país en sus años republicanos podrían igualar, logrando un respaldo unánime de la sociedad; y, por último, este fenómeno tuvo como principal actor a peruanos jóvenes, menores en todos los casos de los 30 años, quienes componen la llamada "Generación del Bicentenario". Precisamente, para entender a esta denominada "generación", hija de la vacancia presidencial, es también necesario entender las características de la movilización.





Durante el siglo pasado y el par de decenios que lleva este siglo, el Perú ha vivido numerosas protestas y movilizaciones de notoria escala, como las que dieron fin al ochenio de Odría en la década de los 50, las movilizaciones contra Velasco en la década de los 70 o la “Marcha de los Cuatro Suyos” en el año 2 000; sin embargo, ninguna de estas protestas podría compararse como igual con la movilización de la llamada “Marcha del Bicentenario”, tanto por sus características propias como por el resultado inmediato que generó y que hoy le merece estudio minucioso a nivel mundial. Así, esta última careció, a diferencia de todas sus predecesoras, de liderazgos políticos visibles o íconos a los que los manifestantes siguieran, muy por el contrario, es posible decir que esta se trató de una marcha convocada de manera anónima y colectiva, difundida masivamente a través de las redes sociales, y que logró personalizar y atraer a numerosísimos participantes en torno a ideas reivindicatorias en lugar de liderazgos mesiánicos.

En ese sentido, la movilización del 10 de noviembre y días posteriores, tuvo la poderosísima capacidad autogenerada de apelar en jóvenes altamente heterogéneos, pertenecientes a niveles socioculturales y económicos muy diversos, con mensajes de índole sensible y emocional que lograron despertar en ellos antiquísimos conceptos como la Patria, la Nación y el Estado, pero también el anhelo idealista de equiparar a las generaciones de sus padres o abuelos en experiencias de defensa a estos. Sin perjuicio de ello, las marchas supieron también proveerse a sí mismas de una interesantísima dimensión social y relacional, con la cual los jóvenes vivieron una “nueva” experiencia de confraternidad que potenció el atractivo de las protestas, tanto a nivel físico como virtual.

Por otro lado, como un imparable y potente motor se sumó a las complejas características ya descritas el entorno virtual y, específicamente, las redes sociales. Sin temor a equivocarse, es posible señalar que las colosales dimensiones que tuvo esta macro movilización se debieron al masivo poder de convocatoria que surgió en las redes sociales; generándose así, en casi cada ciudad del país, una manifestación con idénticos objetivos, idéntico discurso e idéntica naturaleza acefálica, pero con dimensiones y niveles de violencia distintos. Del mismo modo, el papel que desempeñaron las redes sociales en las protestas no estuvo limitado únicamente a ser la herramienta de convocatoria, sino también agen-

tes de promoción, y hasta ensalzamiento, de la marcha y sus íconos, lo cual retroalimentaba permanentemente la movilización con ímpetu y voluntarios.

El último y seguramente el más importante componente de esta movilización fue la participación protagonista de peruanos jóvenes que, en su mayoría, no han alcanzado la mitad de su tercera década. Estos son los jóvenes que, movilizados por su indignación como único factor común, obtuvieron el decisivo respaldo de todos los sectores de la sociedad, incluyendo al sector privado y, probablemente, a la mayor parte de instancias del aparato público. En ese contexto, la pregunta “¿Qué tienen de distinto estos jóvenes?” cae por su propio peso y la respuesta es, en definitiva “Información”.

La denominada “Generación del Bicentenario” es más bien un cúmulo de dos generaciones, una nacida en los últimos años del siglo pasado y otra nacida en los primeros años del actual, tratándose especialmente de esta última. A grandes rasgos, se puede decir que esta “generación” se compone por jóvenes plenamente nativos digitales, que intercambian y entrelazan con muchísima fluidez su vida física con su vida virtual; que cuentan, a diferencia de cualquier generación anterior, con posibilidades casi ilimitadas de acceso a la información global con facilidad casi absoluta, haciéndose por ello más racionales en algunos aspectos, pero también mucho más susceptibles a estímulos emocionales y sensibles; y que actualmente se encuentran en sus primeros años de vida laboral en un mercado laboral ampliamente más próspero que el que enfrentaron sus ascendentes, por lo que frecuentemente encuentran poco que perder.

Es probable que la principal nota característica de estos jóvenes sea su propia experiencia de contrastarse con un mundo poblado también por generaciones que tuvieron que adoptar la digitalidad, en lugar de haber nacido en ella. Ciertamente, esta condición, que en el futuro no se repetirá, ha causado que los ahora jóvenes crezcan experimentando una brecha de información con aquellos más entrados en años; máxime en las ocasiones en que estos nativos digitales encuentran conductas y situaciones que afectan a un mundo ya herido y que, muchas veces por desconocimiento, no se halla una respuesta por parte de las personas que están actualmente a cargo. Como consecuencia de estas frecuentes experiencias, es notable la vocación e interés por temas sociales, políticos o, en general, de la vida pública que tienen estas personas.

En ese sentido, la frustración que causa en los jóvenes la mencionada brecha les resulta también un impulso para demandar soluciones prontas a los problemas superficiales y sistémicos que enfrenta el mundo y, en específico, nuestro país; sin embargo, la usual inconstancia e individualismo de la que adolecen limita la toma de acción en contextos regulares. Precisamente en línea de esto último, la vinculación y filiación política de estos peruanos es notablemente reducida, en cuanto la relevancia de instituciones como estas ha sido reemplazada, en gran medida, por iniciativas más atomizadas, pero con impacto directo y tangible o por la viralización y “democratización” de opiniones mediante las redes sociales u otras plataformas de contenido con formatos más adecuados para su deseos y expectativas.

Definitivamente, la mirada rápida de las características previamente descritas podría llevar a considerar como poco probable la participación de los peruanos jóvenes en asuntos como los relacionados con la “Marcha del Bicentenario”, mas se trata, como la experiencia lo ha demostrado, de aspectos con posibles repercusiones tales que hacen confluír a esas iniciativas e intereses atomizados sobre una puntual idea común.

Como es usual en nuestra sociedad, gran expectativa se ha colocado sobre esta “Generación del Bicentenario” y se genera naturalmente la confortable inquietud sobre qué acciones tomarán, a partir de ahora, estos jóvenes para salvar a la patria, tal como se hizo con el futbolista Paolo Guerrero para con nuestra selección de fútbol de cara al último mundial o como se hace cada cinco años con el Presidente que asume el despacho más alto de nuestra República. Lamentablemente, ninguna duda cabe de que el fervoroso ímpetu y potentes habilidades de nuestra juventud, no será suficiente para lograr diseñar e implementar satisfactoriamente los cambios estructurales que, sin prisa pero sin pausa, necesitamos desesperadamente como sociedad y país.

Sobre esa misma línea, la construcción de iniciativas que tengan la capacidad de generar cambios sistémicos y sostenibles implica la indefectible participación de todos los sectores, edades e ideologías, en roles tan diversos como los de ejecutores, gestores, financistas, voceros entre muchos otros que necesariamente implican la participación de perfiles y contextos distintos. Así, la verdadera salvación de la patria no recae ni debe recaer sobre la llamada “Generación del Bicentenario” (que ciertamente tiene y debe ofrecer mucho), sino que recae sobre la inclusión intersectorial alineada a objetivos sostenibles y de beneficio generalizado como la mejora de la educación y la salud, la formación de líderes capacitados, el fortalecimiento de la institucionalidad moderna, entre otros pocos pero muy grandes.

Presentan libro sobre la historia del tradicional Anís Nájjar de Arequipa

La publicación cuenta con recetas de chefs como Gastón Acurio y Virgilio Martínez.

Venta de ejemplares apoyará en navidad a los niños de ANIQUEM.



La tradicional Bodega Nájjar presentó su libro “Anís Nájjar: 165 años de alquimia arequipeña”, que contiene textos y fotos del recuento de la trayectoria familiar en la empresa y sus logros, así como la historia de Arequipa y su gente en diferentes ámbitos de sus vidas. La publicación incluye recetas elaboradas en colaboración con renombrados chefs peruanos como Gastón Acurio y Virgilio Martínez.

La autora del libro “Anís Nájjar: 165 años de alquimia arequipeña” es la reconocida periodista y escritora Teresina Muñoz-Nájjar, quien asegura que mirar el pasado de su propia familia le resultó una experiencia muy interesante y aleccionadora. “La historia del Anís es también la historia de Arequipa. Nuestro tatarabuelo y nuestro bisabuelo, sobre todo este último, fueron hombres increíbles y su entereza y actitud frente a la vida es la mejor respuesta a una pregunta que nos suelen formular: ¿cómo así un negocio familiar ha durado tanto?”, señala.

El año pasado, el popular Anís Nájjar cumplió 165 años y, por ello, la familia decidió rendirle homenaje a través del libro que también contiene recetas y fotografías de diversos platos elaborados por renombrados cocineros peruanos, en los cuales el Anís es un ingrediente clave para potajes dulces y salados. “El gancho del libro son sus recetas. Y esto gracias a la desinteresada colaboración de chefs como Gastón Acurio, Virgilio Martínez, Flavio Solórzano, Matías Cilloniz, Mónica Huerta, Blanca Chávez, entre otros, quienes crearon platos especiales para nosotros”, comenta la autora.

El libro ya se encuentra a la venta en formato digital en la página web del Grupo Editorial Caja Negra, y busca alcanzar a todos los peruanos y arequipeños en particular, que viven en nuestro país y en el extranjero. “Qué todos se animen a preparar un plato, un cóctel o un postre con un toque de Anís Nájjar o que, simplemente, se lo tomen después de un soberano almuerzo y experimenten sus poderes como bajativo”, concluye.

El precio del libro es de 60 soles y cabe destacar que todo el dinero recaudado con la venta de los ejemplares será donado a los niños de la Asociación de Ayuda al Niño Quemado – ANIQUEM para las celebraciones navideñas.

El libro fue presentado de manera virtual por el artista y periodista arequipeño Omar Zevallos a través de las redes sociales del Grupo Editorial Caja Negra y Anís Nájjar. #anisnajar165años



Past Presidente de la Asociación Automotriz del Perú (AAP)

EL COVID y el transporte

El Covid-19 tomó por sorpresa al planeta y en los diez meses transcurridos estamos en un constante proceso de aprendizaje y adaptación a los cambios. No solo afectó nuestra salud, también lo hizo de manera cruel con nuestra economía, nuestros patrones de consumo, nuestras relaciones sociales y familiares. Cambió drásticamente nuestra forma de vida, incrementando nuestros temores e incertidumbres.

El transporte fue seriamente afectado en varios frentes, que van desde la reducción en la producción de vehículos y sus partes hasta la reducción considerable de sus ventas por el deterioro económico de los compradores. A los operadores de vehículos de transporte público se les redujo sus ingresos al limitar la cantidad de pasajeros que podían llevar para evitar el contagio y también al reducirse el volumen total de pasajeros a transportar, debido al trabajo no presencial y al cierre de operaciones de muchas actividades, como Colegios, Universidades, espectáculos deportivos, artísticos y culturales.

Además, un sector importante de la población decidió evitar el uso de transporte público para reducir la posibilidad de contagio, recurriendo a otras alternativas, como bicicletas, motocicletas y patinetas eléctricas. Así también, al uso de autos particulares.

Como es de suponer, la rotura del equilibrio anteriormente existente, las adaptaciones a la evolución del virus y las constantes nuevas legislaciones y protocolos han generado muchos daños económicos en toda la cadena de transportes, que aún se encuentra en proceso de adaptación y lucha por la supervivencia, en todo el mundo, incluyendo el Perú. Es más, el daño ha sido aún mayor en nuestro país por las medidas extremas que se tomaron y que por falta de respeto a las mismas, no obtuvieron el resultado esperado.

El mercado automotor

La drástica reducción de ventas en los meses iniciales de la pandemia va a reducir nuestro mercado anual de automóviles en un 20% a 25%. Digamos que de los 175 mil vehículos del 2019, nos contraeremos a algo de 140 mil. Sin embargo, las cifras de los últimos meses del año vienen mostrando una recuperación del mercado que genera optimismo para el 2021.

De otro lado, es interesante analizar que el mercado general de motocicletas terminará con una cifra igual o ligeramente superior a la del 2019, debido a un notable incremento en los últimos cuatro meses en las ventas de motocicletas de dos ruedas. Como muestra tenemos que en Octubre la venta de este tipo de motocicletas presentó un incremento del 108% en relación a octubre del 2019. La venta de motos de 3 ruedas (mototaxis) sí ha sufrido una reducción del 30%. Sumando ambos tipos, el mercado cerrará con cerca de 300 mil motocicletas, lo que provoca gran optimismo para el próximo año.

Ya antes de la pandemia, el mercado de motos venía creciendo por dos motivos: por el incremento sostenido del mercado de deliveries y mensajería, y por la necesidad de reducir los excesivos tiempos de viaje debido a la congestión vehicular. La pandemia ha creado un mercado adicional de deliveries y otro de personas que prefieren viajar en moto que en buses para reducir posibilidad de contagio. El delivery o reparto no solo incrementa la venta de motos, sino también la de camiones ligeros y furgonetas.

Situación de los demás países del continente

En la reciente reunión de la Asociación Latinoamericana de Distribuidores Automotores (ALADDA) se analizó el impacto general de la pandemia en la economía del continente, que mostró una reducción del 9% en el PBI, un desempleo de 50 millones de personas, un incremento considerable en la informalidad, un decremento en las exportaciones del 15%, una brecha digital de 40 millones de hogares que no tienen acceso a internet y, por lo tanto, no han podido acceder a educación a distancia y demás comunicaciones. Antes de la pandemia, América Latina se presentaba como el continente más desigual del planeta, con una baja tasa de crecimiento. Esta última década, por los problemas sociopolíticos que están afectando a la Región, se ha considerado una especie de década perdida para la economía. Otro aspecto común a todos los países ha sido el colapso de los sistemas de salud, que no estaban preparados para atender una pandemia de esta magnitud.

Luego, representantes de los países hicieron comentarios de la forma como sus mercados se habían visto afectados. Incluyo algunos:

Argentina lamentablemente venía con serios problemas económicos previos a la pandemia y esta los ha agudizado. En 2017 logró comercializar un millón de vehículos. Fue su mejor cifra, pero ya en 2019 había descendido a 450 mil y este año piensan cerrar con 320 mil, una cifra muy baja.

Brasil había pronosticado alcanzar los 2'900,000 vehículos pero su cifra será de 1'878,000, un 35% menos.

Bolivia sigue seriamente afectada por la importación de autos usados y de los 50 mil vehículos planificados para este año, se venderán 32 mil, lo cual representa un 38% menos.

Chile venía seriamente afectado por un estallido social previo a la pandemia. Sin embargo, han comenzado a mostrar cifras prometedoras en los últimos meses y piensan cerrar este año con 260 mil unidades. Pero si las comparamos con las 460 mil que llegaron a vender hace unos cuantos años, vemos que el estallido social y la pandemia han originado un grave daño en su mercado.

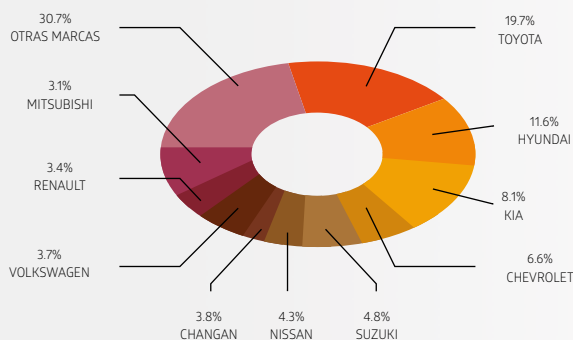
Colombia también venía con algunos problemas económicos previos, que ya se reflejaban en los 208,982 vehículos vendidos el 2019, cifra que resulta pequeña para un país de 46 millones de habitantes. Este año, piensan cerrarlo con 185 mil, lo cual representa un 11% menos que el año anterior.

Uruguay logrará colocar este año 95 mil unidades, lo que representa 30% menos que el año anterior.

Ecuador venderá este año 82 mil unidades, 35% menos en relación al año anterior

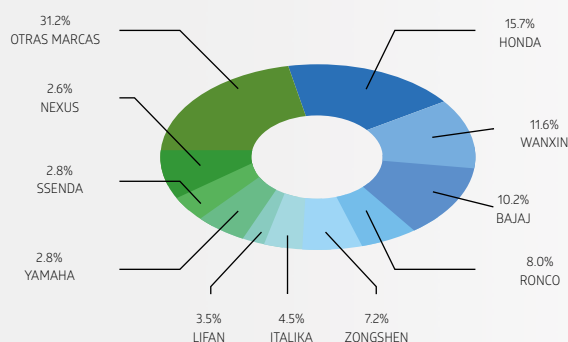
En todos los países he notado un incremento esperanzador en los últimos meses que, si bien forman parte del desembalse de los meses de muy pocas ventas, crea expectativas optimistas para el 2021. Pero en términos generales, en la mayoría de países opinan que recién a partir del 2023 se comenzarán a obtener cifras cercanas a las que se tenían antes de la pandemia.

Market share vehículos livianos acumulado enero - noviembre 2020



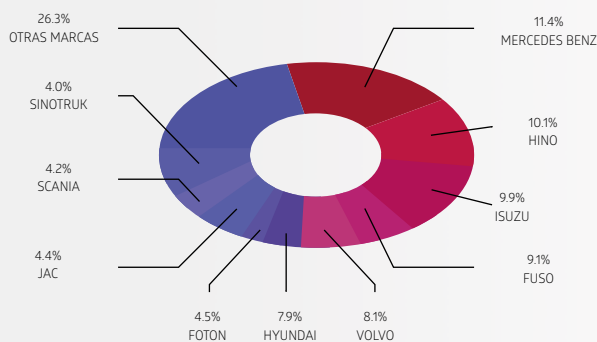
Fuente: SUNARP - APP

Market share vehículos menores acumulado enero - noviembre 2020



Fuente: SUNARP - APP

Market share vehículos pesados acumulado enero - noviembre 2020



Fuente: SUNARP - APP

Alpaca 2020



Juan Pepper

*Presidente de la Asociación Internacional de la Alpaca AIA,
Director de la Asociación Civil Alpaca del Perú ASCALPE
Director Comercial de Michell & Cía SA.*

El 2020, un año para olvidar realmente! En sus inicios se preveía un año difícil para el mercado de fibras naturales. El 2019 ya fue complicado para la Alpaca. Luego de 3 años de ventas ascendentes en el sector, es natural que se inicie una curva descendente, por un factor de saturación en la demanda. Sumado a ello que el mercado principal, la China, ya venia mostrando cifras por debajo de sus objetivos de crecimiento y una contracción en su demanda interna.

En adición a lo indicado, vino el Covid-19 en el mes de marzo, ¡donde prácticamente se congelo la imagen en el televisor!

La Alpaca es un producto que prácticamente es destinado al mercado exportador de manera directa e indirecta, este último vinculado al sector turismo del exterior.

El mercado turista en el Peru tiene una importancia especial para la venta de productos de Alpaca, mueve todo un sector, desde el artesanal, industrial, confecciones, moda, boutiques y tiendas al detalle en general, así como al sector inmobiliario, que agrupa tiendas, mercados artesanales y espacios destinados a la venta al detalle.

Que paso el 15 de marzo con este eslabón de la cadena, gran generador de puestos de trabajo, y ventas perfiladas a satisfacer el ímpetu del turista que quiere llevarse un producto bandera hecho en alpaca a su país.? Entro en una especie de túnel, sin luces al final y con un panorama incierto, que hoy a finales del 2020 aun trae cuestionamientos. Con pérdidas millonarias,

retroceso en todo lo avanzado, y lo peor, pérdidas incontables de puestos de trabajo, y menor recaudación tributaria para el gobierno.

Igualmente, las exportaciones de todos los productos de la cadena de valor de la Alpaca, Tops, Hilados, Tejidos en punto y plano, así como confecciones en general, se encontraron con un paro abrupto, con productos en proceso en toda la cadena de producción, empacados, y algunos en camino al puerto para ser exportados. En otras palabras, se generó un colapso no antes visto, y con dimensiones imprevisibles.

Por otro lado, en el mes de junio y en el frente de la moda sostenible, que ha ido creciendo en el mind-set del nuevo perfil de consumidor en los principales mercados de destino de la alpaca, se inicia mediante una ONG activista en protección de los animales, una campaña mediática, de videos en redes sociales que muestre imágenes editadas de maltrato animal. Conjuntamente una institución denominada SAC (coalición de indumentaria sostenible) que asegura que el ciclo de vida de la cadena de valor de la alpaca, la coloca como la segunda fibra natural mas contaminante al medio ambiente, solo detrás de la seda.



¿Es posible que la alpaca, animal domesticado hace miles de años, que ha convivido con nuestros antepasados en perfecta armonía con el medio ambiente, y que ha representado un sustento económico para miles de familias en los andes, se convierta en una fibra 7 u 8 veces más contaminante que el polyester y el acrílico, provenientes de material fósil no renovable?

Pues es así como el SAC ha catalogado a la Alpaca, mediante un score construido sin bases científicas sólidas, serias y verificables. Claramente el SAC, así como el MSI Higg, índice que valora los ciclos de vida de las fibras textiles, son patrocinados por las principales marcas internacionales, mayores consumidores y usuarios de fibras sintéticas, para ropa casual y deportiva. Sumado a esto el pensamiento activista de ONGs que profesan un mundo vegano, sin consumo de productos de origen animal. ¿Es el mundo al revés? ¿Dónde queda el aspecto social en este rompecabezas de la sostenibilidad?

La Asociación Internacional de la Alpaca (AIA), ha iniciado una campaña para que el SAC (sustainable apparel coalition / coalición de indumentaria sostenible) y el MSI (material sustainability index / índice sostenible de materiales) Higg retiren de su índice de ciclos de vida el score de la Alpaca hasta no tener un sustento técnico y científicamente validado y acreditado que demuestre estos valores. Adicionalmente la AIA ha unido esfuerzos con PROMPERU, Cancillería, ADEX y otros gremios para defender a nuestro producto bandera, mediante una serie de videos educativos que demuestran la sostenibilidad de la Alpaca. Por otro lado, y en alianza con la Pontificia Universidad Católica de Lima, se está elaborando un estudio con metodología científica para determinar cuál es el impacto de la huella de carbono del ciclo de vida de la cadena de valor de la alpaca.

Es importante resaltar que la tendencia de las grandes marcas internacionales es la incorporación de programas de sostenibilidad y conformidad con el medio ambiente, así como la practica del Eco-Diseño, por ello la importancia de contar con información debidamente acreditada y comprobada por organismos neutrales en cuanto concierne al impacto real en la huella de carbono que pueda tener en ciclo de vida de productos de alpaca.

Ha sido un 2020 muy difícil para el sector vinculado a la Alpaca, donde se estima cerrar el año con una contracción del 45-50% comparativo al 2019 en el frente exportador. El mercado nacional que se encuentra íntimamente ligado al turismo extranjero, las cifras son mas desalentadoras, pues sin trafico turista, y tiendas cerradas no hay ingresos.

Sin embargo, sabemos que estamos frente a una crisis sin precedentes y debemos tratarla como tal, hacer los ajustes necesarios en las organizaciones, sin perder de vista, que se avizora luz al final del túnel. Se viene un 2021 con mejores indicadores que este año, y se espera un mercado de exportación con una recuperación entre un 20-30%. En el segmento retail de tiendas nacional, si bien no se espera un flujo turístico extranjero para la primera mitad del año, se prevé un incremento progresivo en el segundo semestre del año, siendo la venta on-line el motor y el canal más adecuado, y que ira en crecimiento.

Calle de tenderos

Cuando niño sino adolescente, algunas tardes las pasaba atendiendo en la óptica de mis padres ubicada en el centro histórico de Arequipa, ciudad ubicada en la sierra sur del Perú en medio de un paisaje volcánico único; oportunidad para disfrutar de pasear por sus calles adoquinadas, observando los escaparates de las tiendas y el comercio en general - muchos de ellos atendidos por sus propios dueños-, visitando algunas pastelerías y dulcerías con su chicha, pasteles y empanadas; o hurgar por los escaparates de las librerías husmeando si había llegado algún nuevo número de Asterix o Lucky Luck, o tal vez encontrándonos casualmente con algún conocido para disfrutar de alguna conversación.

Eran tiempos y tardes en donde el valor del dinero que podíamos disponer era tema del día, calculado conforme a la cotización del dólar americano que se transaba en la calle, o conforme al efecto que tenía la inflación en nuestros bolsillos. Eran tiempos de noticias sobre las acciones originadas por el terrorismo que desangraba al país, de la escasez de productos - en especial los de primera necesidad. Eran tiempos de conversaciones presenciales y del uso del correo.

Desde el retorno de la democracia, luego de haber participado de algún cacerolazo en la esquina de la calle en donde vivíamos, o haber presenciado alguna huelga de los jóvenes de la UNSA desde el techo de la casa - sintiendo el olor de las bombas lacrimógenas lanzadas por la Policía -; los movi-

mientos cívicos se vivían con expectativa y con la creencia de lograr un cambio. Asistíamos a los mítines para escuchar a los candidatos que eran presentados como personas dignas y con mérito suficiente para acceder a los cargos a los que postulaban, percibiendo que la filiación partidaria era apreciada con simpatía.

En la mesa de los domingos, solían los mayores contar alguna gesta cívica o democrática como el levantamiento de las barricadas en las adoquinadas calles de la ciudad, la solidaridad luego de los grandes terremotos, la participación en el man-guerazo del arquitecto Belaunde.

Como la vida en sociedad evoluciona y los tiempos cambian, los acostumbrados paseos ahora son escasos, los comercios son anónimos, la comunicación e información son a través de medios en los que cualquiera puede participar, la militancia política carece de mérito, y se nos hace difícil escuchar la voz de los mayores en medio de tanto ruido.

Son tiempos de adaptarse rápidamente, de elecciones continuas, de un mundo (al menos gran parte de él) cercano que pareciera que no descansara. Pero a la vez, son tiempos de mayor control, manipulación y seguimiento, en donde la información es poder.

Tiempo también de emociones y poca racionalidad, en donde se hace cotidiano escuchar sobre el retiro de una estatua o de una marca porque algún colectivo se siente o percibe afectado; de acciones por impulso antes que meditaciones, como el hecho de participar en una marcha o de una revuelta colectiva sin tener un objetivo o liderazgo claro, que originan en la tribu juzgamientos y condenas anticipa-



das, sin importar las consecuencias que podría tener en las instituciones y personas.

Tiempo en el que la tribu exige al Estado la misma agilidad que la velocidad de los acontecimientos en el arbitrio de las controversias de los ciudadanos, a la vez que demandan al gobierno interpretar la ley en beneficio de quienes son afectados por su acción, positiva o negativa, para evitar lesionarnos en el desarrollo de nuestros emprendimientos.

Chesterton, el filósofo inglés escribía que “la aventura podrá ser loca, pero el aventurero ha de ser cuerdo”, como una necesaria correlación sino equilibrio entre los hechos y quienes resultan en ellos involucrados, con la finalidad de disfrutarlos y encontrar satisfacción en su realización como reza el credo del deber cumplido. Cuán difícil resulta distinguir entre las causas justas merecedoras del esfuerzo sin contar con la información suficiente que nos permita manifestar consentimiento o disconformidad, sobre todo cuando escuchamos también las voces de los reduccionistas que nos quieren hacer creer y pensar en los hechos de alguna manera en particular que se ajusta a su intención y finalidad. Basta con atender las opiniones y dichos de algunas autoridades para comprobarlo, como si fueran estas ajenas de responsabilidad.

Pero esa aludida información suficiente debe ser obtenida de manera inmediata para que pueda ser de utilidad en con-

firmar nuestra percepción de los hechos, o en tiempo para cambiar nuestra voluntad evitando continuar con acciones no deseadas. Nos preguntamos, sirve de algo juzgar al gobernante de manera inoportuna, cuando los indicios razonables de la comisión de delitos son los que motivaron la acción de los ciudadanos al privarlo del mandato, o cuando se presume que la toma del poder ha respondido a una situación ilegal haciendo imposible la conformación de un gobierno y la acción en consecuencia de los ciudadanos en las calles. Evidentemente, no.

A su vez, el Gobernante debe gozar de la atribución suficiente para contratar a quienes crea pueden ayudarlo a gobernar, aun cuando sean sus familiares o amigos, que si bien no tienen el mérito suficiente para el ejercicio del cargo sí gozan de la necesaria confianza para llevar el encargo. También puede ocurrir que el familiar cuente con toda la calificación necesaria para acceder a un cargo público, acceso restringido por ley y que tal vez beneficia a otros que carecen del mérito suficiente. Por ejemplo, el Presidente Kennedy nombró como Fiscal General de los Estados Unidos de América a su hermano quién ejerció de manera implacable el cargo enfrentándose a los sindicatos y mafias, y así se puede citar otros casos por el estilo.

Otra situación similar a las antes mencionadas, es la privación de la contratación de empresas de familiares y amigos de funcionarios públicos con el Estado, situación que en la práctica ha servido sólo para apartar de los concursos a aquellas que podrían contar con mérito y capacidad suficiente en la contratación, resultando de poca utilidad para lo que la ley trata de evitar.

Sirvan estas líneas para fijar algunas ideas para el diálogo necesario para zurcir el tejido social que une nuestro país.

Tendrás



La vacuna

su importancia en la salud
y en la sociedad



El mundo, durante toda su historia, ha sido víctima de muchas enfermedades infecciosas, diezmando poblaciones enteras, países y hasta continentes. En aquellos tiempos se recurría a la magia, brujería o chamanería para tratar de contener estos brotes; sin embargo, poco o nada se podía hacer ante estas embestidas y las muertes se contaban siempre por millones de personas.

Se sabe de descripciones de epidemias desde la antigüedad, como la plaga de Atenas que se desarrolló 429 a.C. Murieron cerca de 100,000 personas por el tifus epidémico. O aquella como la peste antonina que se desarrolló 165 años DC. matando 5 millones de personas por el virus de la viruela y sarampión. O como no recordar la famosa plaga de Justiniano 541 años d.C. cobrando la vida de 50 millones (20% de la población) por la peste bubónica. Sin embargo, queda en la memoria la gran peste negra del siglo XIV, producida por la Yersinia Pestis, y se estima que cobro cerca de 60 millones de personas de Europa, Asia y África.

Otras grandes epidemias y pandemias se desarrollaron en el mundo, como el cólera en la India en 1817, que duró años. También recordaremos la gripe española de 1918 que afectó a Europa y mató cerca de 60 millones de personas, curiosamente en mayor proporción durante el rebrote. En la época contemporánea nos acompañan el Ébola, VIH-SIDA,

Nuestro país, no se escapa de esta historia, y las epidemias siempre la han azotado hasta la fecha. Hay muchas enfermedades endémicas que por años existen y que cobran vidas día a día como la tuberculosis, el paludismo, el dengue, etc.

Sin embargo, debemos subrayar que el Perú ha vivido y compartido varias pandemias mundiales en los últimos tiempos como el cólera en 1992, el VIH-SIDA en 1985 para adelante, la Influenza en el 2009 y en el año que transcurre la COVID-19.

Esta parte de la historia de la salud del Perú y del mundo, no puede soslayarse aisladamente porque la salud tiene un rol fundamental en el desarrollo social y económico de una sociedad o país, y no somos ajenos a esta realidad. Decir que un país va a progresar porque tiene una buena salud es asegurar una estabilidad productiva generando bienestar a todos.

En este último año vivimos una de las pandemias más agresiva que ha sufrido la humanidad, ha cobrado la vida de más de un millón de personas en el mundo y en el Perú cerca de 35,000 muertes. Ha paralizado todo tipo de actividad y generado un quiebre en la economía.

Este proceso de enfermedad y muerte al que se ha enfrentado la humanidad hasta la fecha despertó en todo momento la curiosidad y la búsqueda de estrategias para controlar o

curar estas enfermedades de tipo infeccioso. Así, por ejemplo, en junio de 1798 se publicó en Inglaterra una obra redactada por el cirujano Edward Jenner (1749-1823) que revolucionó la lucha contra la viruela. Un texto donde plasmó, después de veintiocho años de indagación metódica, una variante en la práctica inoculatoria basada en la observación empírica de que las personas infectadas por viruela desarrolladas en el ganado vacuno, denominado cowpox, se hacían refractarias a la viruela humana. Al método Jenneriano se denominó vacuna, y por ello, su descubridor será reconocido mundialmente como el padre de la vacunación. Este momento, cambiaría la historia de la humanidad. Louis Pasteur en 1885 descubrió la vacuna antirrábica con éxito aplicando la misma a un niño llamado Joseph Meister. Otro de los grandes éxitos fue el descubrimiento en 1922 de la vacuna contra la tuberculosis (BCG). En 1932 se descubre la vacuna contra la fiebre amarilla y en 1937 Salk produce la primera vacuna antigripal inactivada. Posteriormente, en 1954 descubre la vacuna antipoliomielítica inactivada. Sin embargo, esta carrera de vacunas no estuvo exenta de efectos colaterales y secundarios, o de accidentes, que en algunos casos cobró vidas humanas. Pero estos hechos marcaron una sistematización más cuidadosa y estratificada en la elaboración de vacunas para reducir riesgos.

El éxito de las vacunas fue de tal dimensión que varias enfermedades fueron declaradas por la OMS como erradicadas del mundo, como la viruela o la poliomielitis. Muchas otras redujeron su incidencia y prevalencia, y principalmente su morbilidad y mortalidad. Esto ha llevado a las vacunas a un posicionamiento indiscutible de su utilidad para la humanidad, y en estos tiempos es imposible pensar en el desarrollo de una sociedad si no está vacunada de aquellas enfermedades inmunoprevenibles.

¿Pero siempre nos preguntamos que es una vacuna? De manera simple, les diré que es promover el desarrollo de anticuerpos en nuestro organismo contra pequeñas partículas (antígenos) provenientes de la estructura de virus o bacterias vivas atenuadas o muertas cuando éstas son expuestas en el ser humano con la finalidad de evitar la enfermedad y de esa forma neutralizar o destruir a estos microorganismos en una siguiente exposición.

Es sustantivo subrayar que la elaboración de una vacuna requiere un proceso complejo que va desde elegir el antígeno adecuado, los mecanismos de conservación y el cumplir todas las fases de corroboración y eficacia clínica para que pueda ser usada en el ser humano. A propósito del COVID-19, pandemia que nos tiene acorralados, se vienen desarrollando vacunas que prontamente serán utilizadas en la población, esperamos con éxito. Es bueno recordar que no existe mal que dure mil años y cuerpo que lo resista. Todo en este mundo tiene un proceso y un ciclo, y este virus SARS-COV-2 no escapa de esta ley natural.

EY Perú y la UCSP presentan libro que recoge las historias de éxito de 14 familias empresarias arequipeñas



EY Perú, firma de servicios profesionales dedicada a la auditoría, consultoría e impuestos, presenta “Ari quepay, aquí nos quedamos”, un libro que recoge las historias de éxito de catorce familias empresarias de Arequipa a través de sus varias generaciones. Fue concebido con el apoyo de la Universidad Católica San Pablo (UCSP).

Las crónicas fueron redactadas por el reconocido periodista arequipeño Enrique Zavala, sobre la base de la información brindada por los representantes entrevistados de cada familia. El resultado fue una compilación de historias cargadas de valiosas anécdotas y relatos vivos que reflejan puntos de vista de los que emprendieron dichas empresas, así como de sus sucesores en un contexto y tiempo determinados.

Han participado de esta publicación 14 reconocidas y orgullosas familias empresarias arequipeñas: familia Alpaca Palomino (La Nueva Palomino), familia Bedoya Stafford (Autrisa – Incamotors), familia Bukovac Larco (Mocca del Té Mercaderes), familia Bustamante (Cerro Prieto y Huaura Power), familia García Calderón (Euromotors), familia Linares (Ladrillera El Diamante), familia Michell (Michell & Cía.), familia



El libro “Ari quepay, aquí nos quedamos” es una publicación en la que se destaca la historia y legado de las familias empresarias arequipeñas, para aprender de sus experiencias tomando en cuenta la importancia de la empresa familiar en el Perú.

Se distribuirá de manera gratuita y la descarga virtual se puede hacer desde www.ey.com/pe/ariquepay.

Morán (J. Morán Distribuciones), familia Muñoz-Nájar (Bodega Nájar), familia Paredes y del Carpio (Holding El Sol), familia Patthey (Grupo Inca), familia Roberts (Grupo Roberts), familia Vidaurrázaga (La Ibérica) y familia von Wedemeyer (Corporación Cervesur).

El documento pone por escrito, y de una forma ordenada, estas historias que enaltecen el valor de Arequipa y su gente; evitando que sus experiencias pasen desapercibidas o caigan en el olvido histórico. Historias como, por ejemplo, la de la familia Vidaurrázaga, que en 1909 fundó La Ibérica, la cual, con sesenta tiendas –encontrándose una de ellas en Arica, la primera en el extranjero- actualmente es un referente de la chocolatería nacional. O, las raíces datadas en 1962 en que la familia García Calderón inició en el mundo de los negocios y la historia de que fue un día de 1993 en el que Francisco García Calderón Portugal comenzó el proyecto de Euromotors, hoy convertido en un grupo empresarial con media docena de empresas que facturan unos 500 millones de dólares al año.

“¿Cómo ser un mejor empresario? La respuesta aparece siempre: siendo una mejor persona. ¿Y cómo lograrlo? Pues con nobleza, capacitación, inteligencia, perseverancia, reflexión, gratitud y varios otros valores que hallamos en las historias resumidas en esta publicación, las cuales EY Perú apoya de manera directa. También es parte de nuestro incansable esfuerzo por dotar al empresario-persona de documentos que le aporten más conocimientos para que nunca deje de aprender cómo lograr ser mejor gestor y líder”, comenta Paulo Pantigoso, Country Managing Partner de EY Perú.

La idea de hacer el libro comenzó una mañana de noviembre de 2019, en la que se dispuso empezar un proyecto para conmemorar los cinco años de la oficina de EY Perú en Arequipa. Ahora, con la obra terminada, se pretende que este sea un testimonio motivador para las nuevas generaciones de emprendedores. Un relato inspirador que demuestre que tanto el esfuerzo como el éxito no están exentos de dificultades, sufrimientos y tragedias; así como de virtudes. Y que hacer empresa en Arequipa también requiere de un amor especial hacia la tierra donde se nació; de lo contrario, se carecerá del estímulo necesario para permanecer en la ciudad blanca, y hacerla un lugar mejor, con trabajo y desarrollo.

“Si nos ponemos a pensar en el trabajo duro y largas horas de dedicación que se dieron estas catorce familias para emprender, consolidar o reinventar negocios que han trascendido al menos tres generaciones –una de las barreras más difíciles de pasar en las empresas familiares–, terminaremos dándonos cuenta de la garra y de la pujanza que requirieron para no caer rendidos ante la adversidad. Por todo ello, creo en el gran valor histórico y documental de esta obra, que de seguro prevalecerá en el tiempo y servirá como una inspiración para las futuras generaciones de emprendedores que, más allá del negocio, deben destacarse por su calidad humana, tal como ocurrió con las familias representadas en esta obra”, agrega Germán Chávez, Rector de la Universidad Católica San Pablo.



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.

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: aísa@abralit.com.pe Web: www.qroma.com.pe
Representante: Giancarlo Joseph Alarcón Medina - Administrador - planta Arequipa
Email: galarcon@qroma.com.pe Productos: Ruedas de esmeril y lija

ANIXTER JORVEX S.A.C.

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

Dirección: Av. Tingo María 311 - Breña Lima
Teléfono: 959968042
Email: karla.villadeza@anixterjorvex.com
Ventas: arequipa@jorvex.com
Web site: <https://www.anixter.com/es/la.html>

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.

ASOCIACIÓN CIVIL PATRULLA ECOLÓGICA

Árboles y arbustos: Diferentes especies (miopora, fresno, huaraguay, vilco, tara, huarango, molle serrano, molle costero, cipres, papaya, álamo, caucho, celicio, guayaba y menta), además de abono, compostas de hogares y hoteles, huertos orgánicos. Libros: Árboles y leños 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

BODEGA NAJAR

"Bodega Najar 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 Najar 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 Najar, Pisco Centenario Najar, Vino Señorío de Najar, Destilados Alferado

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

CÁRITAS DIOCESANA DE AREQUIPA

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

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

COMPAÑÍA DE BEBIDAS ARTESANALES

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

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

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 preocupamos por suministrar productos de alta calidad, acordes con las especificaciones regulatorias y las exigencias de nuestros clientes.

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

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

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

CORPORACIÓN CISNE S.R.L.



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

camiones y camionetas; fabricación de bandas precuadas 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 cisternas a nivel nacional.

Dirección: Calle Jacinto Ibañez 490 Parque Industrial

Teléfono: (51) (54)204100

Fax: (51) (54)243765

Email: c.arenas@cisne.com.pe

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

Yaquely Linares Zegarra - Gerente Administrativa

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

CRUBHER S.R.L.



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

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

Dirección: Av. Miguel Forga 0-2 Parque Industrial

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

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

Representante: Claudia Cordova — Administradora

FÁBRICA DE CHOCOLATES LA IBÉRICA S.A.



La Ibérica es una empresa reconocida por la calidad y autenticidad de sus productos. Desde 1909 fabrica productos con ingredientes naturales, como el cacao Chunchu del Cusco, y recetas tradicionales.

Dirección: Av. Juan Vidaurázaga 131, Parque Industrial

Teléfono: 51-54-215670 Lima: 51-01-4324143

Email: servicioalcliente@laiberica.com.pe Web: www.laiberica.com.pe

Facebook: /laibericaperu Instagram: /chocolates.laibericaperu

Representantes: Bernardo Suárez Vivanco - Gerente General

Claudia Vidaurázaga - Gerente Comercial

Julio Magroavejo - Gerente de Producción

José Torres - Gerente de Contabilidad y Finanzas

Boris Nuñez - Gerente de Ventas Provincias y Exportaciones

Productos: Chocolates, bombones, toffees, mazapanes 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: stejadac@famaisealjet.com

Web: www.famaisealjet.com

Representante: Ing. Jhon Tejada - Gerente General

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

FLSMIDTH S.A.C.



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

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

Teléfono: 01-708-0500

Fax Lima: 01-708-0547

Arequipa: Variante de Uchumayo Km 5 - Sachaca - Arequipa

Email: flsmidthperu@flsmidth.com

Representante: Jesús Cabrera Costa - Gerente General

FRANKY & RICKY S.A.



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

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

Dirección: Calle Cayetano Arenas 133 Parque Industrial

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

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

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

Abraham Carrasco Castro - Gerente de Operaciones - acarrasco@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, expresada 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, Cuartirollan, 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.

L Y 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, polipascas publicitarias 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 Offset 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, pegado y rolado.

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

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

MEGACENTRO - MEGAMADSA INDUSTRIAL S.A.C.



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

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

METALURGICA QUIMICA S.A.C.



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

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

MICHELL & CIA. S.A.



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

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

MOLY COP ADESUR S.A.



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

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

NATURGY PERÚ S.A.



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

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

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



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

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

PAPELERA PANAMERICANA S.A. PANAM



Papelera Panamericana S.A., es una empresa industrial constituida en el año 1980, dedicada a la producción de papeles absorbentes - tissue - transformando fibra de celulosa en artículos de consumo masivo como papel higiénico, servilleta y toalla, orientados al aseo y cuidado personal, para sus prestigias 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 - 95920441
E-mail: wong@peruquimicos.com.pe
Web: www.peruquimicos.com.pe
Representante: Víctor Hugo Wong Calderón

LINDE PERU 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 proporcionarán productividad y mejoras en sus procesos. Linde 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 151 - Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 232770 - Fax (51) (54) 233258
Email: Serguei.Stakeff@linde.com
Representante: Serguei Stakeff Tijero
Web site: www.linde.com.pe
Productos: Gases Industriales, medicinales, especiales, equipos para corte y soldadura, cilindros para GNV.

RANSA COMERCIAL S.A.



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

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

SCOTIABANK PERU S.A.A.



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

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

SENATI AREQUIPA

SERVICIO NACIONAL DE ADISTRAMIENTO AL TRABAJO INDUSTRIAL



SENATI

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

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

SGS DEL PERÚ S.A.C.



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

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

SOCIEDAD ELECTRICA DEL SUR OESTE S.A. SEAL



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

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

SOLAR REPRESENTACIONES S.A.C.



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

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

SUR MOTORS S.A.



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

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

TRANSALTISA S.A.



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

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña s/n
Teléfono: + 51 054 606868
Lima: Calle 6 Mz. B, Lote 05, Urb. Industrial Oquendo - Callao / Panamericana Sur Km 25.6 Lurín
E-mail: contac_us@transaltisa.com.pe
Web: www.transaltisa.com.pe
Representante: Gerente General - Alfonso Corzo de la Colina
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 septiembre por tratarse de la fiesta de la Natividad de María.

Ap. Postal: 1350
Teléfono: (51) (54) 382038 Fax: (51) (54) 251213
Email: ucsm@ucsm.edu.pe Web site: www.ucsm.edu.pe
Representantes: Dr. Manuel Alberto Briceño Ortega - Rector Universidad Católica de Santa María
Dr. César Cáceres Zárate - Vice Rector Académico
Dr. Gonzalo Dávila del Corpio - 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, aterizado en una gama de servicios empresariales de alto impacto, que estamos seguros favorecerá el logro de objetivos en su organización.

Dirección: Urbanización Campaña Paisajista s/n Quinto Vivanco, Arequipa
Teléfono: (51)(54) 605630
Email: smattos@ucsp.edu.pe
Representante: Kathy Amenabar Almonte - kamenabar@ucsp.edu.pe
Producto: Centro de Servicios Empresariales.

YURA S.A.

YURA

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

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

adepia

DIRECTORIO DE ASOCIADOS

adepia

Lee la revista digital en: adepia.com.pe



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

COLMAQUINAS

Soluciones de vapor y energía

distral

**"Renueve su parque de calderas para su planta industrial
con un crédito leasing bancario para la compra y/o renovación
de calderas en un periodo de 10 años para
el sector energético peruano"**

**SOLUCIONES DE VAPOR Y ENERGÍA CON TECNOLOGÍA EN INSTALACIONES
Y MONTAJE DE SISTEMAS DE ENERGÍA**

PLANTA EN
CALI - COLOMBIA

distral

COLMAQUINAS

BOGOTA - COLOMBIA

AD
INGENIERÍA Y PROYECTOS SAC
REPRESENTANTES EN PERÚ



Contacto: ventascorporativas@adcalderasdistral.pe
www.adcalderasdistral.pe

GERENCIA GENERAL - PERÚ
Aldo Max Delgado Acevedo
adelgadoa@adcalderasdistral.pe

GERENCIA DE MANTENIMIENTO
Milton Clyde Delgado acevedo
mdelgadoa@adcalderasdistral.pe

GERENCIA DE OPERACIONES
Ciriaco Manco Barrios
cmancob@adcalderasdistral.pe

INGENIERÍA - PROYECTOS INDUSTRIALES LLAVE EN MANO - MONTAJE ELECTROMECHANICO
MANTENIMIENTO DE CALDERAS ACUOTUBULARES - CONTRATOS DE OPERACIÓN



La Asociación de empresas
del Parque Industrial Arequipa

Desea a todos sus lectores y asociados

*una Feliz
Navidad y un
próspera
año nueva*