

capechi trade

SEA PARTE DE LA RED DE NEGOCIOS MÁS GRANDE DEL MUNDO

EXPORTACIONES
EL NORTE PERUANO
LLEGA A CHINA

EN DEBATE
LA MINERÍA PERUANA
EN SU HORA CRUCIAL

秘鲁北部对中国出口

EL YUAN DIGITAL, LA PRIMERA CRIPTOMONEDA CON RESPALDO OFICIAL

HUAWEI MateView

Inalámbrico · Colores Reales¹

Pantalla a Color Real 4K+² | Elegante Cuerpo Metálico | Proyección Inalámbrica³

HUAWEI WiFi AX3



¹ Inalámbrico: el monitor "colores reales" es un monitor que soporta proyección inalámbrica y visualización en color real. En escenarios de conexión por cable, el color real se proyecta con precisión a través de una gama de colores DCI-P3 del 98% y una precisión de color $\Delta E < 2$.
² La resolución de 4K+ es 3840 x 2560. La resolución de 4K estándar es 3840 x 2160.
³ Solo disponible en el modelo de versión inalámbrica (HSN-CBA).
El color, forma, interfaz y funciones del producto son únicamente referencia. El producto final puede tener variaciones.

REFLEXIONES DE FIN DE AÑO

Estamos a punto de concluir este año del Bicentenario de la Independencia del Perú, lo cual debe llamarnos a la reflexión acerca de las tareas pendientes que como país debemos cumplir para asegurar un futuro promisorio para las generaciones venideras.

En primer lugar, es necesario poner de relieve la predictibilidad como un elemento indispensable para proveer a los agentes económicos de un ambiente estable, tal como planteaba el que fue un gran líder político chino, Deng Xiaoping: “Sin un ambiente estable no se puede lograr nada, y lo que se ha logrado será perdido”.

Una macroeconomía bien conducida, con estabilidad política, tiene un impacto en indicadores como la confianza, el tipo de cambio y la expectativa de precios de la canasta familiar, los cuales finalmente afectan el bolsillo de todos los peruanos. La promoción de las inversiones, el impulso a las exportaciones, el manejo responsable del déficit fiscal, el impulso del empleo formal, así como el respeto irrestricto al marco legal vigente, no responden a una u otra ideología sino a un correcto manejo económico.

Dentro de este manejo económico racional, existe una demanda de recursos fiscales con el fin de atender necesidades impostergables acrecentadas por la pandemia, tales como la mejora de la infraestructura de salud, la reactivación económica y la recuperación del empleo formal.

El sector minero contribuye con los recursos necesarios para todas estas necesidades, pues aporta el 10 % del PBI, el 20 % del impuesto a la renta, 16 % de la inversión privada, 60 % de las exportaciones, 240,788 empleos directos y 1'926,304 empleos indirectos. Dicho sea de paso, este año se ha obtenido un récord de recaudación: tres veces más que en el 2019.

Asimismo, en este quinquenio van a ingresar S/ 87,000 millones, el triple de lo que se percibió durante el gobierno de Alan García y el cuádruple de los recursos captados durante el gobierno de Ollanta Humala.

Sin embargo, estos recursos se encuentran actualmente en peligro, pues vemos una exacerbación de la protesta, que atenta directamente contra esta actividad económica, a través del bloqueo de carreteras/vías de acceso y la afectación de la propiedad pública y privada en unidades mineras formales que cuentan con todos los títulos habilitantes requeridos para operar.

Invocamos al Poder Ejecutivo a garantizar un fluido y sostenido tránsito en las operaciones mineras formales, restableciendo el balance entre el derecho a la protesta y el derecho al libre tránsito, y a mantener el orden público.

Los recursos que generan las operaciones mineras formales como Minera Las Bambas son indispensables si queremos reducir la pobreza y la brecha de infraestructura, tan necesaria para dar conectividad al sector minero y a otras actividades económicas importantes como la agricultura, tal como sucedió en el ciclo positivo de precios de los metales durante el gobierno de Alan García.

Encaminemos los esfuerzos conjuntos del sector público y privado para promover inversiones sostenibles con apego al marco legal. Aprovechemos como país esta coyuntura y fomentemos la unión de todos los peruanos.

Deseamos a todos nuestros asociados y amigos una muy feliz Navidad y un año 2022 colmado de salud, armonía y prosperidad.

ÁLVARO BARRENECHEA
VICEPRESIDENTE DE CAPECHI

10 PRÓXIMO INGRESO

PRODUCTOS PERUANOS CON POTENCIAL EXPORTADOR HACIA EL MERCADO CHINO.

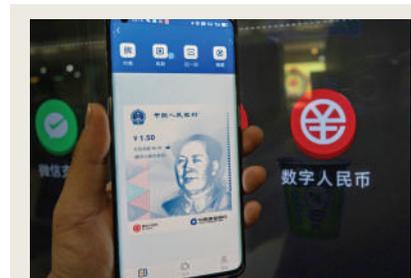


22 ¿HACIA UN NUEVO PACTO MINERO?

Ex ministros del sector opinaron en el webinar “Análisis y Perspectivas de la Minería en el Perú”, organizado por Capecchi.



28 EVITAR EL RIESGO Consejos para hacer transacciones más seguras al importar y exportar desde y hacia China.



38 ECONOMÍA DEL FUTURO

El yuan digital: la primera moneda virtual respaldada por un banco central.



54 秘魯区域

皮乌拉和拉利伯塔德对中国的出口。



CONSEJO DIRECTIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO PERUANO CHINA 秘中商会董事会

Calle Francisco Masías 544, piso 6, San Isidro • Telf.: 422-8152 / 422-8358 / 750-4207 • Email: info@capecchi.org.pe

Presidente
JOSÉ JAVIER TAM PÉREZ
Rodrigo, Elías & Medrano Abogados

Vicepresidente
ÁLVARO BARRENECHEA CHÁVEZ
Minera Chinalco Perú S.A.

Director Secretario
RAFAEL TORRES MORALES
Estudio Torres y Torres Lara Abogados

Director Tesorero
JOSÉ PAGADOR TWEDDLE
Delfin Group Co S.A.

Directores
AUGUSTO MERKT LUJÁN
Banco de Crédito del Perú - BCP

RAÚL VERA LA TORRE
Shougang Hierro Perú S.A.A.

ÁLVARO OSSIO GUIULFO
Minera Las Bambas S.A.

JOSÉ SAM YUEN
Corporación Sam S.A.

LIU LEI
CEP Logistics Group S.A.C.

Gerente General
TERESA JOO LAMG DE SIU

Director Ejecutivo
JORGE CHIAN CHONG

Gerente de Comercio Exterior
PABLO MATOS LEÓN

Comité consultivo de Capecchi

TAO FENGHUA
Asociación de Empresas Chinas en el Perú

ERASMO WONG LU
Corporación E. W.

Oficina de edición y comercialización
GRAFFITI COMUNICACIÓN CORPORATIVA S.A.C.
Verrochio 374 of. 201, San Borja

Móvil: 997-105665
Email: prensa@graffiti.com.pe
http://graffiti.com.pe/

Dirección editorial
JOSÉ TAM PÉREZ

Dirección ejecutiva
PATRICIA VON LEÓN

Edición general
RUTH LOZADA DEJO

Redacción
GIULIANA LÉVANO
SERGIO CARRASCO
SONIA MILLONES
LILIANA CARRASCO
LAURA VÁSQUEZ

Columnista
CLAUDIA MARTÍNEZ

Fotografía
FIDEL CARRILLO,
PROMPERÚ

Diseño y diagramación
LUIS CABELLOS GÁRATE

Portada
ROCÍO CASTILLO

Corrección
MARÍA JIMÉNEZ RIVAS

Coordinación
CECILIA ARIAS

Publicidad y Marketing
CRISTINA NIETO
capecchi.marketing@gmail.com



ESTUDIO
MUÑIZ

MUÑIZ
OLAYA
MELÉNDEZ
CASTRO
ONO
& HERRERA
Abogados

40
AÑOS

Hemos asesorado a las más importantes empresas chinas en el desarrollo de sus negocios en el Perú en diversos sectores



Y acabamos de hacer una alianza con COMCHI GROUP CO. LTD, que se convertirá en nuestro aliado en el mercado chino para la atención de nuestros clientes peruanos.

Comchi
SENCILLO. CONFIABLE. SEGURO



Eduardo González
eduardog@munizlaw.com

Fernando Chang
asesor@munizlaw.com



www.munizlaw.com

ESTUDIO
MUÑIZ
MUÑIZ
OLAYA
MELÉNDEZ
CASTRO
ONO
& HERRERA
Abogados



INFALTABLES PALILLOS

Los chinos utilizan palillos para comer desde hace 5 mil años. Ahora los hacen descartables: cada año se producen 50 mil millones de pares de palillos; es decir, más de seis veces la población mundial.



CANASTA ALIMENTICIA

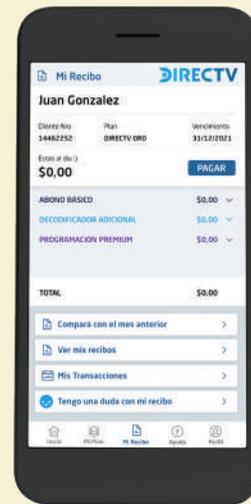
China es el mayor importador mundial de maíz y soja, seguido por Estados Unidos. Recientemente ha añadido a sus compras cereales como trigo, cebada y arroz.

NUEVA APP DE DIRECTV

Para brindar el mejor servicio de televisión satelital, y como parte del proceso de transformación digital que impulsa, DIRECTV relanzó su App de soluciones para clientes: MiDIRECTV. Esta renovación hará más fácil la atención para los usuarios, quienes podrán gestionar por sí mismos y con inmediatez diversos procesos y consultas en cualquier momento y lugar.

"Queremos ofrecer la mejor experiencia de entretenimiento a nuestros clientes, poniéndolos al centro de nuestras innovaciones y alineándonos con las tendencias del nuevo consumidor pospandemia: uno que está totalmente familiarizado con el uso de la tecnología y que ahora gestiona sus servicios él mismo a través de plataformas digitales. Desde la App se pueden resolver procesos como pagos, cambiar datos de acceso, revisar sus facturas, comprar paquetes *premium* y mucho más", señaló Carolina Gotelli, gerente de Marketing de DIRECTV Perú.

Como parte de su compromiso por seguir ofreciendo una amplia variedad de contenido, DIRECTV incorporó a su parrilla de programación nuevos canales chinos como CGTN Español y CCTV-4. Ambas señales son producidas por la Cadena Global de Televisión de China, la organización internacional de medios de comunicación de ese país, y ahora están disponibles en Perú, Argentina, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay.



AUTOS CHINOS PARA TODOS

En lo que va del año, el 29 % de las SUV que se han vendido en el Perú son de origen chino. Esto supone un notable crecimiento en la preferencia de los peruanos por las marcas chinas, las primeras de las cuales ingresaron al país en el año 2005. En el 2010, menos del 4,5 % de las camionetas que se colocaban procedía de fábricas de China.

Esto es un reflejo de la fortaleza de la industria automotriz de ese país, que lanza al mercado desde pequeños automóviles hasta tractocamiones. En el 2020, y en plena pandemia, se fabricó en el mundo 78 millones de vehículos, de los cuales 25 millones venían de China. Le siguió Estados Unidos con 8,8 millones y Japón con 8,7 millones.



¡Feliz Navidad y próspero Año Nuevo!

Queremos expresarles nuestros mejores deseos y agradecerles por seguir confiando en nosotros.

Seguiremos comprometidos para proteger a cada familia peruana con integridad, seguridad y positivismo.

La Positiva Seguros, así de simple.



PREMIO A BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

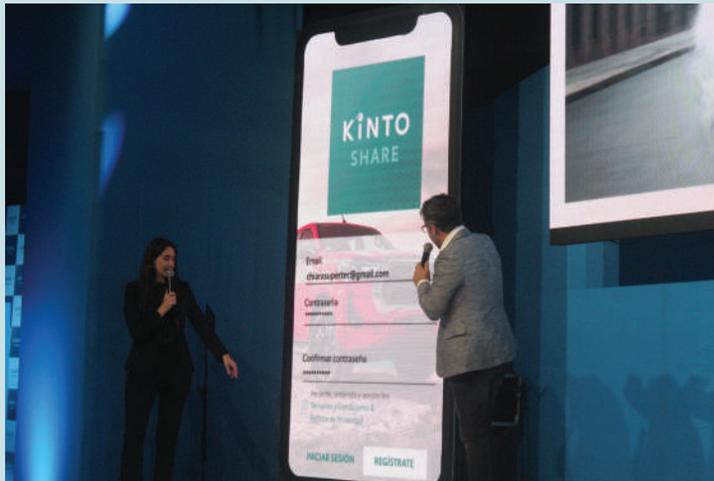
Industrias San Miguel (ISM), empresa nacional líder en el rubro de bebidas, recibió por segunda vez el distintivo Huella de Carbono. Por medio de una auditoría se reconoció los compromisos en medición y reducción de gases de efecto invernadero por parte de ISM, y se puso de relieve la misión de la empresa en el cuidado del medio ambiente. Además del Perú, ISM tiene presencia en Chile, Brasil, República Dominicana y Haití.

CINE EN CASA

Home Cinema 880 es el proyector de Epson ideal para comenzar a armar un sistema de cine en casa y disfrutar con la familia. Su diseño sencillo lo hace fácil de operar, ofrece una resolución Full HD y cuenta con el respaldo y garantía de la marca.

TOYOTA DEL PERÚ LANZA KINTO SHARE, NUEVO SISTEMA DE MOVILIDAD

Los usuarios de Toyota tienen ahora la posibilidad de probar todos los modelos Toyota y Lexus que deseen. A través del servicio de movilidad KINTO Share pueden reservar un vehículo híbrido de estas marcas y disfrutarlo ya sea por horas o hasta por un máximo de 30 días. El servicio de movilidad compartida se manejará a través de una app, incluirá un seguro contra todo riesgo y pondrá a disposición unidades de última generación, pues el período de renovación de los vehículos será de un año. El sistema funcionará en estaciones de Lima, Arequipa y Trujillo.



MARAVILLOSA SEDA

La seda sigue siendo un producto estrella en China. Cada año se elaboran 400 toneladas de seda y 200 toneladas de desechos de seda (reutilizables). China es el mayor exportador mundial, seguido de la India.



SOLO PARA SOCIOS

Si desea revisar el Reporte Comercial Mensual Perú China elaborado por Capechi, puede descargarlo de www.capechitrade.com

LA MEJOR

JUGADA ES TENER



DIRECTV

LLÁMANOS AL 701-2693

“EL POTENCIAL SIGUE EN AUMENTO”

Viceministro de Comercio Exterior, Diego Llosa, señala auspicioso camino –contra viento y marea– para las exportaciones peruanas no tradicionales a China.

Escribe SERGIO CARRASCO

S

obre la notable mejora en el intercambio comercial peruano con China, **Capechi Trade** conversó con el viceministro del ramo, Diego Llosa, quien tiene experiencia en el sector desde el año 2008, tanto en negociaciones comerciales internacionales como en

defensa comercial y políticas de desarrollo de comercio exterior.

–¿De qué manera han afectado la pandemia y la consecuente contracción del comercio internacional –causada, entre



Viceministro Diego Llosa asegura que las exportaciones no tradicionales peruanas aún tienen un amplio margen para crecer por la expansión de la clase media china.



Las prendas de alta calidad en base a pelo fino de alpaca se posicionan cada vez mejor en el mercado chino, en especial en el segmento medio-alto.

otras razones, por la denominada crisis de los contenedores– las posibilidades de productos peruanos con potencial para ingresar al mercado chino?

Al inicio de la pandemia, en 2020, el intercambio se vio afectado principalmente por un problema de congestión en puertos, debido al confinamiento de los trabajadores y a las medidas sanitarias de control adicionales que se implementaron. Sin embargo, conforme avanza la vacunación en China y en el mundo, las operaciones de comercio internacional se han ido restableciendo y recuperando. Es así que, entre enero y octubre de este año, se registró un crecimiento del 60 % de nuestras exportaciones a China con respecto al mismo periodo del 2020; y para el caso de nuestras exportaciones no tradicionales, un incremento del 61 %, por un total de 553 millones de dólares.

Actualmente observamos los efectos de la falta de disponibilidad de contenedores, lo cual eleva el valor de los fletes y repercute en el comercio. Estamos trabajando en un plan para mitigar este impacto.

–Hasta antes de la pandemia, el crecimiento de la economía china –y las preocupaciones por la seguridad alimentaria y la consolidación del poder adquisitivo de las clases medias chinas– era la ventana de oportunidad para el incremento de la oferta de exportación de más productos alimenticios peruanos. ¿De qué manera se ha modificado esa circunstancia?

Efectivamente, antes de la pandemia ya veníamos registrando una mayor demanda china por nuestros “superalimentos”. Con la pandemia, esta se ha fortalecido y todo

indica que el potencial sigue en aumento. Los alimentos de alto valor nutritivo son especialmente apreciados y requeridos para reforzar el sistema inmunológico de la población. Algunos productos que se pueden mencionar son los arándanos, la maca, el sacha inchi, el camu camu, la quinua y los *snacks* de diversos cereales andinos y las nueces.

Especies marinas como el langostino también gozan de demanda, en particular debido a su origen seguro y sostenible. En este escenario de pandemia, resulta importante posicionarnos como un proveedor confiable de alimentos seguros, variados y nutritivos para China, que contribuyan a proteger la salud de su población y elevar su bienestar general.

-Hay un potencial no aprovechado en productos peruanos que ya ingresan a China, tales como langostino, paltas, uva y arándanos, entre otros. ¿Qué posibilidades hay de que esa capacidad se vea materializada en el corto y mediano plazo?

Existe un gran potencial debido a la calidad demostrada de nuestros productos, la tenacidad de nuestros empresarios y la demanda creciente en China, lo cual se viene demostrando en las cifras del intercambio comercial. Las exportaciones del sector agropecuario a China alcanzaron un nivel récord en 2020, con USD 183 millones. En los primeros 10 meses de 2021 continuamos

viendo un gran dinamismo, con un crecimiento del 9 % respecto del mismo periodo del año precedente.

Un ejemplo interesante en este sector son los arándanos, que son una clara muestra del potencial que estamos desarrollando. Tras cinco años de haber obtenido el protocolo sanitario para ingresar a China, ya somos su principal proveedor: alcanzamos exportaciones por USD 74 millones en el 2020. El arándano es un fruto relativamente nuevo para el consumidor chino, cuyo mercado crece en promedio 25 % al año, por lo que los exportadores peruanos están bien posicionados para aprovecharlo. Casos similares se dan para la palta, el mango, las uvas, las mandarinas, entre otras frutas.

En el sector pesquero, podemos mencionar a los langostinos. Hace tres años conseguimos la apertura sanitaria y ya exportamos USD 20 millones. Tomando en cuenta que China importa USD 3,104 millones, y creciendo a tasas mayores del 80 % anual en los últimos años, consideramos que existe un amplio margen por aprovechar para nuestros exportadores.

-¿Hay avances significativos en la negociación de protocolos sanitarios correspondientes a nuevos productos, en particular plátano fresco y granada?

El Perú, a través de nuestra autoridad sanitaria, continúa realizando esfuerzos por lograr un

Productos agroindustriales procesados, frescos y *superfoods* se venden ya en las tiendas peruanas de las plataformas chinas de comercio electrónico.



mayor acceso para productos agrícolas al mercado chino. En el caso de la granada, en setiembre de este año el Perú envió la información solicitada por la contraparte china, a fin de que se considere el tratamiento en frío para esta fruta. Esperamos continuar con las gestiones relacionadas al análisis de riesgos durante el siguiente año. En el caso del plátano, este producto también se encuentra en gestión, y durante el año 2021 el Perú remitió información con el fin de avanzar en el proceso.

-¿Qué hay de las gestiones para el acceso de la carne de ave y de cerdo, pecanas, plantas de arándanos, frutos procesados (pulpa congelada de palta, arándano y mango) y otros?

A través de un trabajo coordinado y liderado por Senasa, que es nuestra autoridad sanitaria, en el caso de los frutos congelados, en marzo pasado se remitió la información técnica y se ha solicitado conocer los avances de su evaluación en agosto. Nos mantenemos a la espera de esa evaluación por parte de China y, considerando que estos productos ya son enviados como frescos, esperamos que no haya mayores inconvenientes para la pronta exportación en esta presentación.

En el caso de la nuez, igualmente, la información complementaria ha sido remitida por parte de las autoridades peruanas. Existe un gran interés por el acceso de este fruto al mercado chino. La situación en el caso

de productos cárnicos es similar, ya que los procesos sanitarios requieren de un trabajo técnico considerable.

-¿Y en cuanto a la proyectada promoción en China de productos alimenticios priorizados por el Mincetur, tales como los agroindustriales frescos (palta, uva, mango, mandarina y arándano); alimentos procesados (*ready to eat*) como el espárrago y la alcachofa; alimentos funcionales (maca y quinua); productos marinos congelados (langostino y pota), y otros como café y chocolate?

En 2022 continuarán las actividades de promoción de nuestros productos, realizadas a través de Promperú y nuestras oficinas comerciales en China. Estas incluyen la participación en ferias como Hotelex, Sial, China International Import Exhibition, Food and Hospitality China, Caffex, China Fisheries, Shanghai Fisheries y Guangzhou Fisheries, entre otras.

Asimismo, implementaremos campañas digitales en redes como WeChat y la promoción de la plataforma JD, con la tienda peruana con productos para venta de comercio electrónico, así como la próxima apertura de la tienda Perú en la plataforma más grande del mundo que es Tmall. Estas son otras acciones que se tienen contempladas en el mercado chino.



-¿Cómo van los avances y perspectivas en otros rubros como vestimenta?

En cuanto a confecciones en base a pelo fino de alpaca, buscamos posicionarlas en el segmento medio-alto del mercado, destacando su calidad, diseño y exclusividad. Los productos de mayor oportunidad para el mercado chino son las prendas de alta calidad, 100 % alpaca peruana. Se impulsan otros como los abrigos largos de invierno, pañuelos, chales y artículos de decoración de alpaca. Por ejemplo, los famosos muñecos de alpaca están teniendo una buena aceptación en el mercado.

-¿Hay otros productos nuevos priorizados por el Mincetur?

El mercado chino ofrece muchas situaciones convenientes para expandir nuestras exportaciones y nosotros estamos en la búsqueda permanente para ampliar nuestra oferta de productos de todos los sectores productivos, en especial aquellos con mayor

incrementando las exportaciones, tomando en cuenta el gran crecimiento económico de dicho país y su pujante clase media y alta. Allí seguimos intensificando nuestras actividades de promoción de los productos a través de nuestras oficinas comerciales en China, que son herramientas de apoyo a la internacionalización de las empresas peruanas en ese mercado.

-¿Cuál es el rol del sector privado en alianza con el Estado, en este caso el Mincetur, en la promoción de una mayor oferta de productos, en especial no tradicionales, al mercado chino?

Mincetur y Promperú mantienen una coordinación estrecha y permanente con todos los actores del comercio exterior, incluyendo el privado. Por ejemplo, contamos con la participación de representantes de los gremios empresariales en las diferentes comisiones multisectoriales, como la Comisión del PENX, el Comité de Mercados

«Las exportaciones del sector agropecuario a China alcanzaron un nivel récord en 2020, con USD 183 millones, y en los primeros 10 meses de 2021 continuamos viendo un gran dinamismo».

Viceministro Diego Llosa

oportunidad, como alimentos y confecciones de alta gama. En el sector alimentos, por ejemplo, seguiremos diversificando nuestra canasta exportadora con productos de alta calidad que podrían atender la demanda de la población en China, por lo que, conjuntamente con las autoridades sanitarias peruanas, Senasa y Sanipes, trabajamos para ampliar y mejorar este acceso.

-¿Cuál puede ser el impacto positivo de la promoción de estos productos en términos de nuestras exportaciones a China?

Como ya mencioné, aunque China ya se ha convertido en nuestro principal socio comercial, todavía consideramos que tenemos un amplio margen para seguir

Internacionales, la Comisión de Facilitación de Comercio Exterior, la Comisión de Promoción del Biocomercio, entre otros.

En cuanto a las actividades de promoción, el sector privado participa activamente en el proceso de planeamiento y seguimiento de actividades a cargo de Promperú, con el fin de buscar mayor impacto y uso eficiente de los recursos. La implementación de todos los eventos de promoción en el mercado chino está coordinada con el sector privado y, en algunos casos, se trabaja de manera conjunta con algunos gremios. Por ejemplo, la participación en ferias SIAL y FHC está siendo coordinada con la Cámara de Comercio de Lima, y las ferias de café con la Central de Café y Cacao, entre otros. **CT**

La vida interconectada

Estar interconectados ya es una realidad. HUAWEI es una de las pocas marcas en el mercado que crea dispositivos que interactúan entre sí. Esto marca el camino hacia un futuro en el que las personas puedan cumplir sus metas y objetivos con más facilidad.

En una época donde la interconexión entre dispositivos es necesaria para llevar el trabajo o estudio a otro nivel, la compañía trae al mercado pantallas como la HUAWEI MateView, que es compatible con HUAWEI Share.

Con esto es posible visualizar la pantalla del celular HUAWEI en el monitor y, a través de la conexión inalámbrica, se puede también proyectar la pantalla de alguna laptop como la HUAWEI MateBook X Pro o sincronizarla con la tableta. Este monitor tiene una relación de pantalla-cuerpo del 94 %, por lo que la mayor parte del espacio frontal es pantalla; y debido a su gama de colores de nivel cinematográfico, se convierte en un aliado importante para los que se dedican al diseño o edición de contenido multimedia.

Por su lado, el HUAWEI Mateview GT brinda lo necesario para aquellos que buscan una experiencia única a la hora de editar, jugar o ver contenido multimedia. Este es un monitor curvo de 34 pulgadas con una relación de aspecto 21:9, una resolución de 3440 x 1440 píxeles 3K y un campo de visión mucho más amplio para los videojuegos.



Esta pantalla es capaz de reproducir el 90 % de la gama de colores cinematográficos DCI-P3, que es un estándar de gama cromática amplia reconocido por la industria del cine. Además, soporta hasta 165 cuadros por segundo (165 Hz), más del doble de lo que pueden proyectar las consolas de nueva generación, y cuenta con una barra de sonido RGB táctil con dos bocinas que apuntan directamente hacia el usuario.

APROVECHE AL MÁXIMO EL INTERNET

Para dar mayor solidez a su propuesta colaborativa, HUAWEI cuenta con una importante oferta de *routers* con la más avanzada tecnología wifi que hace más efectivo el uso de cada *gadget*.

El *router* HUAWEI WiFi AX3 Quad-Core, por ejemplo, es capaz de llegar adonde el módem estándar no puede. Sus cuatro núcleos de alta potencia garantizan un buen funcionamiento y es capaz de conectar hasta 128 dispositivos en general en bandas duales. No importa qué tan concurrido sea el espacio; servirá a diferentes usuarios y dispositivos de manera oportuna. Además, la señal puede atravesar paredes: los dispositivos habilitados para wifi 6 enviarán señales más fuertes, y los que no, también notarán la diferencia. El usuario tendrá una señal potente sin importar en qué lugar de la casa u oficina se encuentre.

Así como el internet se ha vuelto una necesidad, tener una pantalla inmersiva o contar con un *router* apropiado se convertirán en las nuevas exigencias cotidianas del consumidor. Si está interesado en conocer más sobre estos equipos, visite el *site* de HUAWEI, o contacte a un asesor especializado en perucbg2b@huawei.com.

El proyecto de la Hidrovía Amazónica fue concedido a través de la modalidad de asociación público privada al consorcio que integra Sinohydro Corporation Limited.



Inversiones chinas en el Perú

OPORTUNIDAD EN EL RIESGO

El Perú es el segundo mayor destino de la inversión china en Sudamérica, solo superado por Brasil, según la CEPAL. Más de 170 empresas chinas invierten en el Perú, con montos que superan los 30 mil millones de dólares.

Escribe CLAUDIA MARTÍNEZ ZÚÑIGA

Asociada Senior del Estudio Rodrigo, Elías y Medrano.

S

in embargo, factores como (i) la inestabilidad política, social y económica, la crisis sanitaria generada por la pandemia, o el nuevo control de fusiones y adquisiciones en Perú; y (ii) la desaceleración económica en China y sus políticas gubernamentales que buscan un mayor control y reorientación de la salida de inversiones chinas suscitan cierta incertidumbre respecto de si estos factores van a ahuyentarlas o, por el contrario, van a generar de cierta manera, una oportunidad para que más inversionistas chinos puedan ver en el riesgo la posibilidad de tener una mayor presencia en el Perú.

UN MEJOR CONOCIMIENTO

Como punto de partida, para que la inversión china continúe y produzca un beneficio mutuo se tiene que promover la búsqueda de un mejor conocimiento de ambas naciones. Por un lado, la parte peruana debería fomentar el desarrollo de investigaciones (académicas, estadísticas y de mercado) sobre el gobierno corporativo de empresas estatales chinas, que son las interesadas en ejecutar megaproyectos, así como informar sobre la influencia de diversas entidades gubernamentales chinas respecto de dichas empresas estatales y cómo se determina que un proyecto sea de interés.

En otras palabras, hay que entender que las políticas de estado en China son muy importantes e influyen en la toma de decisiones de las empresas estatales chinas respecto de sus inversiones en el extranjero.

así como de los problemas laborales, tributarios y regulatorios que estas tuvieron o tienen en el desarrollo de sus actividades en nuestro país. Las experiencias positivas o negativas de esas empresas chinas que ya están en el mercado peruano influyen bastante al momento de tomar decisiones de inversión. Por ejemplo, la solución que el actual gobierno peruano le dé a la posible paralización de operaciones de la minera Las Bambas va a influir respecto de futuros negocios de empresas estatales chinas, pues por más acuerdos de cooperación y buenas intenciones que existan del gobierno peruano, las empresas chinas van a tomar en cuenta los resultados efectivos de inversiones que ya operan en el Perú.

El informe de CEPAL, mencionado líneas arriba¹, resalta que los países de América Latina y el Caribe han tenido, más que beneficios mutuos, una relación de dependencia con China que “no

«Las experiencias positivas o negativas que obtienen las empresas chinas que ya están en el mercado peruano influyen bastante para que otras tomen decisiones de inversión».

Por otro lado, se debe buscar la promoción de inversión dirigida especialmente a empresas estatales chinas a través de seminarios y programas donde se expliquen los proyectos que pueden ser de su interés, describiendo las modalidades de desarrollo de proyectos (asociaciones público privadas, proyectos de contratación pública, proyectos gobierno-gobierno) y detallar claramente cómo pueden entrar al mercado peruano (por ejemplo, establecimiento de una sucursal o subsidiaria, etc.), dependiendo de los proyectos que deseen llevar a cabo.

Asimismo, es importante que las empresas chinas que están buscando ingresar al mercado peruano conozcan experiencias de sus pares que ya se encuentran en el Perú y tomen conocimiento de la problemática legal y socioambiental en la viabilidad de los proyectos,

ha contribuido a lograr un desarrollo más inclusivo que reduzca la pobreza y aumente la igualdad”. La secretaría ejecutiva de la CEPAL alertó que es necesario que los países de la región avancen “hacia una mayor comprensión del papel, la visión y la estrategia de ese país” para que efectivamente obtengan provecho recíproco.

¿CÓMO PROMOVER EL CONOCIMIENTO MUTUO?

Existe un juego chino que se llama *weiqi* y, como algunos expertos han dicho, es el perfecto reflejo del pensamiento estratégico chino y la manera como opera en diversos aspectos, incluyendo sus inversiones en el extranjero.

Este juego, que sería la versión china del ajedrez, consiste en tratar de librar varias batallas expandiendo las fichas que uno

1 https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47147/3/S2100319_es.pdf

La empresa china YOFC trabaja en el proyecto de instalación de banda ancha para la conectividad integral y desarrollo social de seis regiones del Perú.



gana en el tablero, colocándolas en lugares estratégicos y enfatizando la planificación a largo plazo con miras a proseguir su expansión y contar con grupos de fichas que se encuentren protegidas. Se preguntarán por qué menciono este juego: pues porque este tipo de estrategias son las que aplica China en sus negocios en el extranjero, incluyendo el Perú. Las fichas (en este caso, las inversiones que realicen) son y serán las que consideren estratégicas, productivas y viables en el futuro. Por lo que, si ven que no hay posibilidades de crecimiento, simplemente cambiarán de lugar.

En ese sentido, para promover ese conocimiento mutuo con miras a estimular una mayor expansión de los capitales chinos en el Perú, es primordial empezar con un análisis histórico de cómo se ha venido desarrollando este comercio en nuestro país, ver en qué sectores han tenido mayor interés, analizar casos de inversiones chinas en diversos rubros y determinar cuál ha sido la modalidad aplicada (proyectos nuevos o *greenfield* o por adquisición de empresas ya existentes).

Como sabemos, tradicionalmente la inversión china se ha enfocado en la extracción de recursos naturales; más aún, las más grandes se han realizado mediante la adquisición de empresas ya existentes. Sin embargo, en los últimos años se ha notado una mayor presencia e interés en proyectos *greenfield* en diversos

sectores como el portuario, de infraestructura, el financiero, de tecnología y de energía renovable.

¿CHINA SE VUELVE CAUTELOSA?

Si bien América Latina es una región interesante para China por sus materias primas, la actual crisis económica que afronta el país asiático después del caso Evergrande y la manera como ha venido realizando inversiones en el extranjero demuestran que este país va a ser más cauto en lo sucesivo. En esa línea, se debe tomar en cuenta que el año pasado, por primera vez en 15 años, los dos principales bancos de políticas de China encargados de promover la inversión en el extranjero –el Banco de Desarrollo de China (CDB) y el Banco de Exportación e Importación de China (EximBank)– no firmaron ningún nuevo compromiso de financiamiento con los gobiernos de Latinoamérica. En cambio, comenzaron las renegociaciones de las deudas existentes, que culminaron con la suspensión de 891 millones de dólares en pagos por parte de Ecuador.²

A pesar de esto, en el Perú existen ya varias empresas chinas invirtiendo en el sector de infraestructura como, por ejemplo:

- China Railway 20 Bureau Group Corporation, empresa que está desarrollando la carretera Huánuco-La Unión-Huallanca en la región de Huánuco;

2 <https://www.thedialogue.org/analysis/shifting-gears-chinese-finance-in-lac-2020/>

- China Road and Bridge Corporation, que desarrolla el proyecto de Mejoramiento, rehabilitación, conservación por niveles de servicio y operación del corredor vial Lima-Canta-Huayllay-Dv. Cochamarca;
- China Gezhouba Group Company Limited Sucursal Perú, que desarrolla la licitación del asfaltado y mejoramiento integral de la carretera Oyón-Yanahuanca;
- China Railway N° 10 Engineering Group CO., LTD. Sucursal del Perú, que está encargada de administrar y rehabilitar el corredor de transporte Pativilca-Conococha-Huaraz-Caraz-Molinopampa y Emp 3N-Chiquián-Aquia-Emp 3N;
- La construcción del puerto de Chancay, operado por Cosco Shipping;
- Rehabilitación y reposición de la infraestructura del instituto educativo Mariano Melgar, en Ayaviri, Puno. Como parte del Consorcio Pomabamba, se encarga de administrar, rehabilitar y mantener el corredor de transporte Molinopampa-Pte. Huarochirí-Pasacancha-Andaymayo-Pomabamba-Piscobamba-San Luis-Emp. PE-14 B (Huari), en una alianza con Canton Lima S.A.C.

Otros proyectos importantes desarrollados en los últimos años por empresas chinas son el de la Hidrovía Amazónica, el cual fue concedido a través de la modalidad de asociación público privada al consorcio conformado por la empresa Sinohydro Corporation Limited, y la concesión de los proyectos de instalación de banda ancha para la conectividad integral y desarrollo social de las regiones Áncash, La Libertad, Arequipa, San Martín, Amazonas e Ica por parte del consorcio conformado por la empresa china Yangtze Fibra Óptica y Cable Company Ltd. (YOFC).

Finalmente, el año pasado tuvo lugar la adquisición de Luz del Sur S.A.A. por China Yangtze Power International (Hong Kong) Co., Limited (CYP), que fue una de las transacciones de fusiones y adquisiciones más grandes de una

empresa china en el extranjero en 2020 e incluyó la participación del 83,6 % de Sempra Energy.

Como podemos ver, son más y más empresas chinas las que actualmente están invirtiendo en el Perú y, por los últimos pronunciamientos que ha realizado la embajada china en Lima, hay aún interés de muchas otras en seguir este camino. El apoyo y respaldo que le ha dado el actual gobierno a la promoción de inversiones chinas es una clara señal de que, a pesar de la incertidumbre que vivimos, es la oportunidad para el empresariado chino de invertir en el país. Sin embargo, ello podría quedarse solo en buenas intenciones si es que el gobierno no demuestra que, efectivamente, va a respaldar y



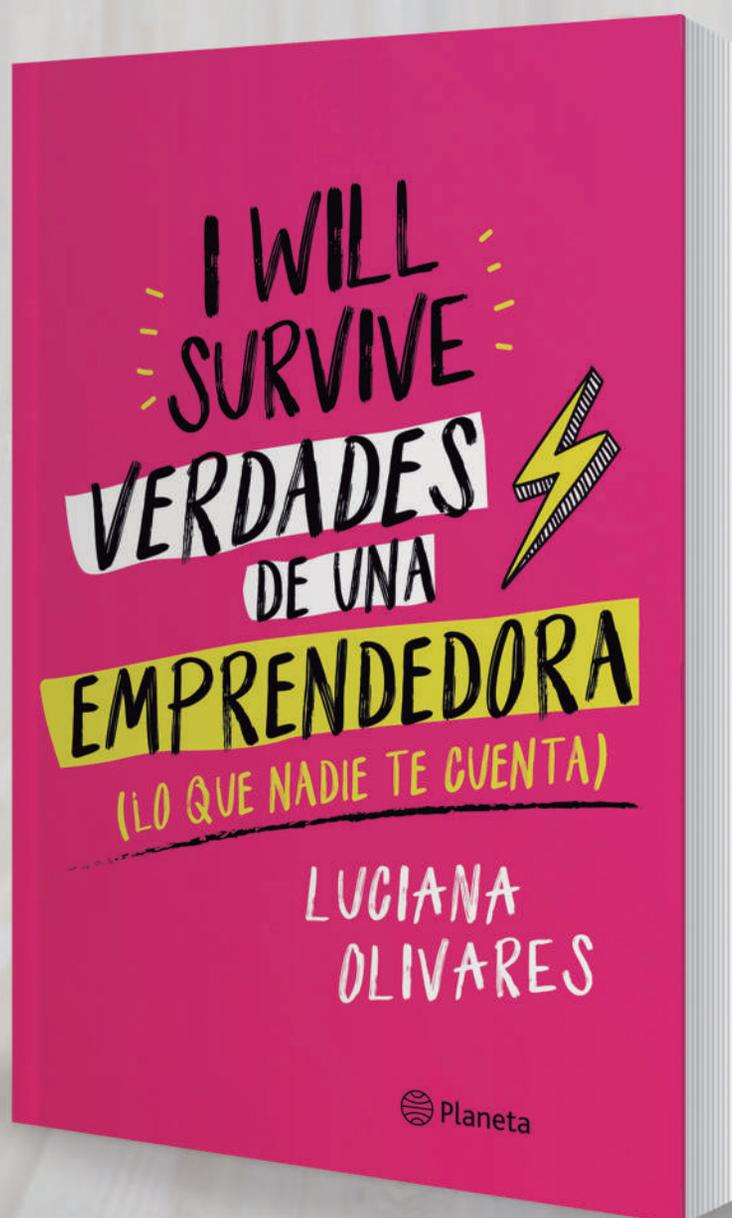
El juego del *weiqi* o *go* permite conocer la actitud estratégica china a la hora de tomar decisiones de negocios.

apoyar las operaciones de las empresas chinas, lo cual implica, entre otros aspectos, que les brinde información clara sobre la situación de los proyectos, los problemas que pueden generarse y las acciones que como gobierno puede tomar. Ello para que, una vez que alguna empresa china haya ganado alguna licitación o adquirido algún proyecto, no vaya a encontrar que este se vuelve inviable por problemas sociales o medioambientales.

Es por ello que, a fin de que dichas inversiones generen beneficios para el Perú y den mayor seguridad a las empresas chinas, se debe sumar una promoción más intensiva al desarrollo del conocimiento mutuo en la manera de hacer negocios en cada una de las dos naciones. **CT**

Luciana Olivares

En este divertido libro, Luciana comparte sus experiencias personales, aciertos y errores en el mundo laboral





Ex ministros de Energía y Minas fueron invitados por Capechi en el reciente webinar empresarial "Análisis y Perspectivas de la Minería en el Perú", donde se abordó la situación actual de los proyectos mineros y los conflictos sociales. Al lado, minera Las Bambas, en el ojo de la tormenta.

Turbulencias en el sector

¿HACIA UN

NUEVO PACTO MINERO?

Amenazas, oportunidades y algunas propuestas para ayudar a librar a la minería peruana de la zona de riesgo.





Escribe SERGIO CARRASCO

S

iendo una actividad vinculada a intereses de inversionistas del exterior, la situación actual de la minería ha merecido en las últimas semanas, de manera inédita, entre otras manifestaciones de preocupación, el pronunciamiento de un conjunto de cámaras

binacionales, entre ellas la Cámara de Comercio Peruano China (Capechi), que cuenta entre sus afiliados a empresas de la talla de MMG (que explota el yacimiento Las Bambas), Chinalco (Toromocho) y Shougang Hierro Perú (Marcona).

La coyuntura actual ciertamente ha galvanizado una visión compartida entre un conjunto de actores de primera línea del sector, como lo acreditan varios ex ministros de Energía y Minas que participaron en el reciente webinar empresarial “Análisis y Perspectivas de la Minería en el Perú”, organizado por Capechi.

UN SECTOR FUNDAMENTAL

Una primera, elemental coincidencia, corresponde a la valoración de la importancia del sector minero. Al respecto, la ex ministra de Energía y Minas (2017), Cayetana Aljovín, recordó que, además de su gravitante contribución al PBI nacional, tanto en sus alzas como en sus caídas, y la dimensión de su impacto directo en la generación de empleo, “el Estado se lleva la mitad” de lo que invierte y produce el sector minero. “La razón por la cual

esos recursos no llegan a la población no es un problema del monto de los mismos sino de ineficiencia en la gestión pública”, subrayó.

Refirió, de otro lado, que, no obstante el enorme potencial geológico del país, solamente el 15 % de yacimientos identificados está concesionado y apenas alrededor del 1 % se encuentra en explotación. Son proyectos ubicados en distintos lugares del país. Se trata, precisó Luis Carlos Rodrigo Prado, socio del estudio Rodrigo, Elías y Medrano, del motor del desarrollo sostenible y descentralizado.

A su vez, el ex ministro (2016-2017) Gonzalo Tamayo Flores, al poner de relieve las condiciones en las que labora la minería moderna, que le han permitido manejar la emergencia sanitaria más fácilmente que otras actividades, destacó el rol del sector en el avance hacia la recuperación económica. Ponderó, asimismo, su aporte en la lucha contra la pandemia a través de la provisión de plantas de oxígeno y de equipos de protección personal.

También se refirió a la importancia de la formación universitaria en diversas carreras relacionadas a la minería como factor de movilización social a través de la actividad profesional en empresas de primer nivel, en algunos casos inclusive en el exterior.

AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

En concordancia con lo manifestado en los diversos pronunciamientos gremiales e institucionales de las últimas semanas, los directivos de Capechi José Tam, presidente, y Álvaro Barrenechea, vicepresidente, y los ex ministros invitados coincidieron en señalar que se ciernen amenazas sobre el sector. “Claramente, las cosas no están funcionando como debieran”, manifestó el primero de los nombrados.

Si bien la actual coyuntura de precios internacionales de los minerales es un factor altamente favorable que puede permitir al Perú pasar a liderar la producción de cobre en el mundo, el ex ministro (2020) Rafael Belaúnde Llosa consideró que una eventual reforma tributaria que incremente la carga impositiva al sector puede restarle competitividad, más aún porque el sistema progresivo vigente constituye “una legislación tributaria muy potente”.

Ese componente de progresividad, afirmó,



garantiza una importante recaudación, que en la actualidad se ubica inclusive por encima del 50 %, en línea con los altos precios internacionales. Sobre esa base, sostuvo, se prevé que en este quinquenio se va a recaudar cerca de 87 mil millones de soles, “una cifra nunca antes vista: el triple de lo recaudado durante el gobierno de García (2006-2011) y cuatro veces lo conseguido en el gobierno de Humala (2011-2016).

Así, manifestó que los buenos precios implican mayores utilidades y mayores ingresos para el Estado y también mayores reservas que pueden transformar regiones deprimidas del país en zonas económicamente viables. Se trata entonces, dijo, de “aprovechar el momento. El potencial minero enterrado deja de ser una ficción cuando es aprovechado”. Y aseguró: “La enorme cantidad de recursos que se puede generar de esta manera podría significar una mejora notable en el bienestar de muchas poblaciones”.

Por otra parte, en opinión del ex ministro Tamayo, se ha desbalanceado el rol del Estado. El primer objetivo del Ministerio de Energía



Mina en Toromocho, de Chinalco. Derecha, ex ministra Cayetana Aljovín fue una de las participantes en el evento de Capechi.



y Minas (MEM) es promover la inversión en minería, indicó. “Lo que tenemos en este contexto es que se está yendo en dirección contraria, y eso genera también indecisión en la actividad del Estado”, expresó.

Aludiendo al bloqueo del corredor minero en el sur andino, reconoció el derecho constitucional a la protesta, pero también ponderó el derecho al libre tránsito. A su vez, Luis Carlos Rodrigo enfatizó en que la tensión entre el derecho a la protesta y el derecho al libre tránsito requiere ser resuelta con un enfoque más amplio, que es el de la obligación del Estado de mantener el orden público. “El problema es cómo se ejerce

el derecho a la protesta. Existe una línea gris que es el respeto a la ley”, añadió.

El ex ministro Tamayo consideró que la difícil situación por la que atraviesa el sector continúa una tendencia que se registra en los últimos años. “Nuestro país puede terminar siendo visto como un territorio difícil para hacer minería”, advirtió. En tal sentido, puso de manifiesto la falta de acuerdos sostenibles con las comunidades y la ausencia creciente del Estado para mantener el equilibrio entre las partes (empresas mineras y comunidades). Señaló que existe una grave contradicción por cuanto el intento de recuperar la marcha de la economía se sostiene en la marcha del sector minero.

Sobre la ausencia del Estado, la ex ministra Aljovín recordó que existe un marco legal de protección de los activos estratégicos aplicable a aeropuertos, centrales de generación eléctrica, al oleoducto y también al corredor minero de Las Bambas. “El Estado no solamente no acompaña, sino que está ausente”, dijo. Luis Carlos

Rodrigo fue un poco más allá y consideró que el acompañamiento del Estado no solamente se ha perdido, sino que, peor aún, en ocasiones se ha convertido en obstaculizador de las inversiones. En línea con el ex ministro Tamayo en cuanto a la continuación de una tendencia, señaló que los arbitrajes contra el Estado, muchos de ellos vinculados a empresas mineras, eran hace pocos años unos cuantos y ahora son decenas. “Eso genera desconfianza internacional, y los inversionistas analizan permanentemente señales como esta”, afirmó.

También se puso los reflectores sobre la acción del Estado respecto de la minería informal, “cuyas actividades son no solamente toleradas

sino promovidas”, dijo el ex ministro Tamayo. Hay un tratamiento de doble estándar al respecto, agregó.

El ex ministro (2011-2014) Jorge Merino Tafur resaltó que los mensajes contradictorios “destruyen la confianza y es difícil reconstruirla”. Esto resulta indispensable en el marco de las perspectivas globales del cobre en los próximos 15 años, que consideran que, como resultado de las acciones contra el calentamiento global y el cambio de la matriz energética a fuentes renovables, se fomentará el incremento de la producción de cobre.

¿QUÉ HACER?

Para el ex ministro Belaúnde Llosa es necesario un nuevo pacto minero, lo que implica redefinir la forma como la minería se relaciona con el entorno social y el entorno económico, y también trabajar en la redistribución de la renta minera. Al censurar la pobre ejecución de los recursos obtenidos a través del sistema de canon establecido en 2002, consideró vergonzoso que el 40 % de dichos recursos no se ejecute y que dentro de lo ejecutado haya obras sobrevaloradas o manchadas por actos de corrupción. Según su parecer, una alternativa consiste en establecer mecanismos que permitan individualizar los beneficios y generar núcleos ejecutores más pequeños. Sostuvo que la idea del “cheque minero”, otorgado directamente a los pobladores, es una manera de evidenciar el impacto de la ejecución del proyecto como de la no ejecución del mismo.

Ese nuevo pacto debería conducir –según el ex ministro Merino– a una política de planificación regional y nacional con mayor intervención de las empresas, sobre todo en la formulación de proyectos a través de mecanismos como el de obras por impuestos y con una visión macrorregional. Consideró que en lugar de



más impuestos son necesarias más medidas facilitadoras enmarcadas en un pacto social, y subrayó la importancia de una norma como el Informe Técnico Sustentatorio, al amparo del cual se realizó durante su gestión la ampliación de varios proyectos mineros de primera línea.

La propia acción de los funcionarios del MEM a su vez requiere ajustes. Desde el punto de vista del ex ministro Belaúnde, es necesario que el ministerio tenga una presencia más significativa en todo el territorio y con los recursos indispensables para el cumplimiento de sus funciones: personal, oficinas, medios de transporte. Es imprescindible una política de acción afirmativa en zonas de gran riqueza minera. “El gobierno central no puede dejarlo todo en manos de los gobiernos regionales”, opinó.

En cuanto al papel de las empresas mineras en un contexto de amenaza, los ex ministros coincidieron en la necesidad de desarrollar una respuesta comunicacional vigorosa. “El sector minero ha hablado y ha hablado fuerte en las últimas semanas. Hay que salir a explicar temas como la reforma tributaria”, indicó la ex ministra Cayetana Aljovín. **CT**

«Es indispensable una política de acción afirmativa en zonas de gran riqueza minera. El gobierno central no puede dejarlo todo en manos de los gobiernos regionales».

¡GRACIAS PERÚ POR RECIBIRNOS!



DESCUBRE UNA NUEVA FORMA DE ALQUILAR Y GESTIONAR MAQUINARIA



40%

AHORRO EN
TIEMPOS DE CONTRATACIÓN



1

TODOS TUS ALQUILERES
EN UN SOLO LUGAR



100%

DIGITAL

www.wymaq.pe

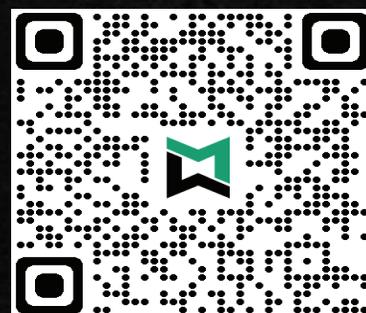
(51) 98-905-6411

infooperu@wymaq.com

[company/wymaq-com/](https://www.linkedin.com/company/wymaq-com/)

@wymaq

[Facebook.com/wymaq](https://www.facebook.com/wymaq)



Importar y exportar a China

NEGOCIOS SEGUROS

La búsqueda de nuevas oportunidades de inversión y de crecimiento está en el ADN de las empresas peruanas. Pero para negociar con el exterior siempre es necesario tomar precauciones. En el caso de China, esto es lo que debemos tener en cuenta.

Escribe LAURA VÁSQUEZ

C

hina es nuestro principal socio comercial y, de este modo, figura como primera opción para hacer negocios. Nuestras principales importaciones chinas son los teléfonos celulares, laptops, motocicletas con motor auxiliar y automóviles, y, por supuesto, los aparatos de

telecomunicación.

Sin embargo, existen varios factores a tomar en cuenta para importar o exportar desde y hacia China y en toda la cadena logística, porque pueden existir muchos riesgos cuando no se toman precauciones. ¿Cómo evitarlos?

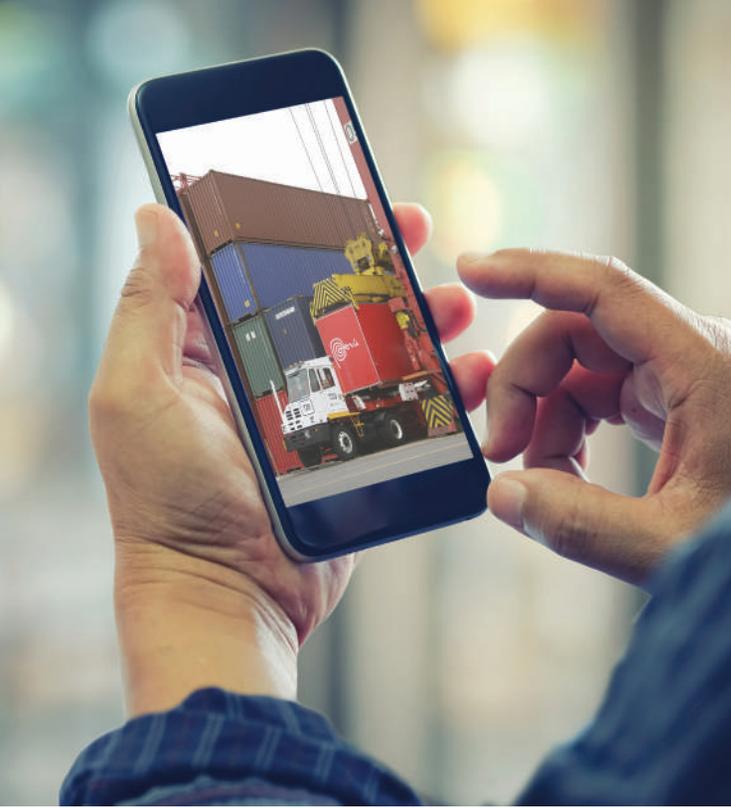
Un primer paso es validar a la empresa con la que hagamos negocios. Por ello, una manera de minimizar o reducir los riesgos es mediante

las referencias o informes comerciales de la firma con la que se quiere negociar.

Con los datos obtenidos de los informes comerciales de las empresas, podemos evaluar y tener una mejor idea de su confiabilidad y seguridad: por ejemplo, conocer cuántos años lleva importando o exportando, con qué países negocia, su tamaño, volumen de transacciones comerciales, entre otros aspectos.

Además, es importante asesorarnos antes de iniciar negocios con China. Actualmente se cuenta con organizaciones que, por un costo determinado, brindan servicios de asesoría para importar y exportar a ese país, como CIAL Dun & Bradstreet, que tiene oficinas en Perú; la HKTDO, de Hong Kong, y también las plataformas B2B como, por ejemplo, Alibaba.com.

Otro punto a considerar para evitar errores o estafas es inspeccionar los productos que se están importando. Para ello, podemos acudir a empresas que prestan estos servicios antes



Contratar servicios de asesoría especializada y de inspección ayuda a lograr resultados satisfactorios en el proceso de compra o venta al exterior.

de su embarque como SGS y otras similares. Este es un servicio que conviene utilizar para minimizar riesgos de recibir productos equivocados o fuera de las especificaciones.

Asimismo, debemos asegurarnos de que nuestro negocio sea rentable conociendo los procesos y costos de la logística de comercio exterior. En este sentido, los agentes de



Herramientas tecnológicas como la Inteligencia Artificial (IA) y el análisis de Big data nos pueden ayudar en la etapa de evaluación de la empresa con la que pensamos negociar.

aduana y los agentes logísticos (*shipping agents*) pueden brindarnos esa información tan necesaria, sobre todo en un contexto como el actual, de incremento de los fletes marítimos a nivel global, siendo una de las rutas más afectadas la de Asia-América.

Para el cierre del negocio es fundamental considerar con qué modalidades de pago es recomendable realizar operaciones de comercio exterior con China. Si es la primera vez, la forma más segura es la utilización de cartas de crédito, aunque no son muchas las empresas que han desarrollado este medio de pago. Una vez que se haya generado mayor confianza entre las partes se puede utilizar pago contra documentos y pago por transferencia telegráfica (T/T).

La digitalización y el uso de herramientas tecnológicas como la Inteligencia Artificial (IA) y el análisis de Big data nos pueden ayudar a reducir riesgos en las operaciones de importación y exportación a China. Estas herramientas podrían servir de mucho en la etapa de evaluación de la empresa con la que pensamos negociar.

El idioma no debe ser una barrera para emprender. Con China es recomendable hacer negocios en el idioma inglés. Una buena opción para las compañías latinoamericanas es contar con intérpretes en este idioma, quienes se convertirán en pieza importante, y hasta decisiva, a la hora de iniciar las conversaciones.

En la negociación con empresas chinas debe fijarse claramente los *incoterms* (International Commercial Terms) del acuerdo para evitar malentendidos. Los *incoterms* como FOB, CIF, CF, ExWork, entre otros, son normas usadas para fijar criterios definidos sobre la distribución de gastos y la transmisión de riesgos entre las contrapartes en un contrato de compra-venta internacional; además, se aceptan voluntariamente. Ellos regulan cuatro aspectos: entrega de mercancías, transmisión de los riesgos, distribución de los gastos y trámites en la aduana.

Aunque existen riesgos al importar y exportar a cualquier país, lo más importante es minimizarlos, por lo cual no deben ser ningún obstáculo para emprender. **CT◀**

La apuesta regional

RUMBO NO



El mar es una fuente de riqueza exportadora para Piura. El 46 % de los productos que envía a otros mercados fuera del país es de origen marino.

FOTO: PROMPERU

RTE

Piura y La Libertad destacan por el dinamismo de sus exportaciones y por colocar productos que cada vez se posicionan mejor en los mercados internacionales. Ambas tienen la capacidad de potenciar sus ventas a China y al continente asiático. Los presidentes de las cámaras de comercio de estas regiones nos dan un balance de sus posibilidades.

Escribe SONIA MILLONES ALVARADO

“

En los últimos años, de las 25 regiones del país, Piura se ha convertido en la primera exportadora peruana de pesca y petróleo y la segunda región exportadora de productos agropecuarios y mineros no metálicos”, afirma el presidente de la Cámara de Comercio y Producción de esa región, Javier Bereche Álvarez.

La oferta exportable de Piura incorpora más de 500 productos clasificados en 11 sectores económicos, entre los cuales destacan: pesquero (46 %), agropecuario (29 %), minería no metálica (12 %) y petróleo y derivados (5 %), según información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur).

Los productos “estrella” que sobresalen en el sector pesquero son: jibias, calamares y pota (USD 406.3 millones), grasas y aceites de pescado (USD 84.4 millones) y langostino y colas de langostino (USD 77.4 millones). En el agropecuario se distinguen: mangos (USD 165.1 millones), bananas (USD 106.5 millones) y uvas (USD 59.8 millones).

Por su parte, La Libertad es la primera región productora y exportadora de arándanos del país. Además, en el 2020, pese a ser un año difícil por la pandemia, sus exportaciones totales alcanzaron los USD 3,186 millones,



la cifra más alta de su historia, gracias a las mayores ventas de oro (+35 %) y frutas (+11 %), según el Mincetur.

El director de Asuntos Económicos y Financieros de la Cámara de Comercio de La Libertad, Alejandro Inga Durango, destaca que se han dado cambios en la oferta exportable, a tal punto que el producto estrella en la actualidad es el arándano, el cual desplazó al espárrago en esa categoría.

En los últimos años, el comercio internacional de arándanos, paltas y uvas ha crecido de manera sostenida en esa región, al igual que la harina de pescado, cuyo principal comprador es China. “A escala nacional ocupamos el primer lugar en exportación de arándanos. Las empresas que se han instalado en el proyecto Chavimochic, primera y segunda etapa, están produciendo estos frutos con alta calidad”, agrega Inga Durango.

DE PIURA A CHINA

Los países asiáticos, especialmente China, demandan diversos productos que pueden incorporarse o potenciarse en la oferta exportable de ambas regiones norteñas.

Piura ha logrado colocar alrededor de 30 productos en China y su valor representa más del 10 % de las exportaciones de esta región al mundo. Entre los que han logrado un mejor ingreso al mercado chino figuran las jibias y globitos, harina de pescado, calamares y pota precocidos y congelados, langostinos enteros congelados, hígados, huevas y lechas, grasas y aceites de pescado y langostinos enteros congelados.

Según datos del portal de análisis de mercados Trade Map, dentro del *ranking* de los primeros 10 grupos de productos que más demanda China, cuatro pueden ser aprovechados por los empresarios piuranos porque ya se exportan a otros países. Entre ellos figuran combustibles, perlas finas, piedras preciosas y minerales metalíferos y de fundición como el hierro y acero, sostiene Bereche.

Además, existen otros productos específicos que se han encontrado a partir de un análisis de mercado Piura-China como: bananas frescas, aceites crudos de petróleo, vieiras congeladas, alcohol etílico sin desnaturalizar, oro en bruto, colas



Alejandro Inga Durango, director de Asuntos Económicos y Financieros de la Cámara de Comercio de La Libertad.

de langostino, limón y aceites de limón, grasas y aceites de pescado, café y cacao en grano.

Para el funcionario piurano, esos productos han presentado un enorme crecimiento en su oferta global pero aún no llegan de forma importante al mercado chino, por lo que significan un desafío para los emprendedores de esa región.

PRODUCTOS ECOLÓGICOS

De otro lado, casi la totalidad de la harina de pescado que produce La Libertad (85 %) se va a China, aunque también hay otros productos que han ingresado y se están posicionando con mucho éxito en ese gran mercado, como los arándanos, paltas y uvas frescas, además del aceite de pescado.

La Libertad también busca conquistar a China con sus alimentos orgánicos. “Desde arándanos a paltas, los productores ecológicos de nuestra región pueden abastecer la creciente demanda de comida saludable de los compradores chinos”, enfatiza Inga.

En la región cada vez hay más agricultores que cultivan productos de manera orgánica, que son aquellos que en su producción descartan los fertilizantes químicos, agroquímicos y las semillas transgénicas. “China es un mercado relativamente nuevo para La Libertad. Desde hace tres años hacemos envíos y proyectamos una aceptación creciente y masiva de nuestros productos”, añade Inga.

FINANCIAMIENTO Y AGUA

En el 2020, las exportaciones piuranas alcanzaron los USD 2,586.22 millones, cifra que representó una caída de 14 %. Este año Piura ha registrado una importante recuperación, aunque no la que se esperaba debido a que, además de la pandemia, el comercio internacional ha estado limitado por las condiciones de inestabilidad política e institucional, señala Javier Bereche.

“Bajo la incertidumbre política que atraviesa el país, y ante la amenaza de un cambio de reglas en materia de economía, como el cambio de Constitución, las exportaciones se verán afectadas y se prevé una caída por encima del 5 %”, argumenta.

La actividad exportadora también sufre de problemas de acceso a financiamiento. “Si bien esta situación ha mejorado en los últimos años, la pandemia ha demostrado que es insuficiente y sigue siendo un problema importante para más del 80 % de las empresas, especialmente las pequeñas y microempresas”, añade Bereche.



Javier Bereche Álvarez, presidente de la Cámara de Comercio y Producción de Piura.

Asimismo, sostiene que hay una insuficiente inversión en actividades de investigación, innovación y desarrollo que contribuyan a mejorar la capacidad tecnológica de las empresas y las vuelva competitivas. Frente a eso, en esta región se está poniendo en marcha



Las uvas frescas procedentes de La Libertad tienen una gran acogida en el mercado chino.

el proyecto Piura Innovadora, una iniciativa impulsada de forma articulada por el sector empresarial, académico, gobierno local y la sociedad civil, para sacar adelante proyectos de desarrollo sostenible.

En diversas épocas del año, además, la escasez de agua y otros problemas derivados del cambio climático han puesto en peligro los sembríos de agricultores de La Libertad y Piura, así como de otras regiones del país, por lo que se requieren más reservorios y obras que garanticen el recurso para los productos de agroexportación.

En La Libertad, por ejemplo, urge culminar la presa Palo Redondo, una megaestructura que permitirá garantizar agua, regular el riego de las áreas cultivadas e impulsar nuevos sembríos en el Proyecto Especial Chavimochic, comenta Alejandro Inga Durango.

La presa tiene un avance del 70 % y, una vez culminada su construcción, permitirá incorporar al cultivo algo más de 30,000 hectáreas en las etapas I y II y generar alrededor de 150,000 nuevos puestos de trabajo, según información del Gobierno Regional de La Libertad.

“Ya son cerca de cinco años que está paralizado este proyecto. Esperamos la voluntad política del gobierno para el destrabe de obras y que se logre la culminación de la presa Palo Redondo”, afirma.

En ese sentido, el representante de La Libertad espera que el poder Ejecutivo garantice la estabilidad económica y política. Refiere que varias empresas instaladas están en compás de espera por la incertidumbre que genera el gobierno frente a temas como la segunda reforma agraria y porque no se sabe si se culminará o no el proyecto de Palo Redondo.

“Hay incertidumbre y eso preocupa a los inversionistas. Esta situación no está propiciando un desenvolvimiento normal de las empresas agroexportadoras en la zona y los planes de inversión se han retraído”, dice Inga.

LAS PROPUESTAS

Para aprovechar mejor el mercado de China y potenciar la oferta exportable, el presidente de la cámara de comercio de Piura, Javier Bereche, sugiere facilitar el análisis de mercado de oportunidades específicas en ese país a



Los langostinos y colas de langostinos son parte de los productos estrella de la exportación de Piura.

MEJORAR EL TRANSPORTE

Estudios recientes han evidenciado que el sector exportador es uno de los más afectados por el déficit de infraestructura, principalmente en transporte, lo que genera pérdidas de competitividad respecto de otros países.

Javier Bereche añade que a ese problema se debe agregar los sobrecostos que se generan en la cadena exportadora.

En esa misma línea, el presidente de la Cámara de Comercio de La Libertad, Alejandro Inga, apunta que se debe prestar atención al impacto que pudieran tener en las economías locales los problemas en la cadena de suministro a nivel global y el déficit de camioneros y trabajadores de buques en varios países debido a la pandemia.

Sostiene que resulta necesario contar con puertos modernos que contribuyan a tener mayor capacidad logística, además de ahorrar tiempos y costos en la cadena productiva. En ese sentido, resalta que la modernización del terminal portuario multipropósito de Salaverry, en Trujillo, permitirá consolidar la agroexportación de La Libertad.

“En estos momentos las empresas liberteñas envían sus productos a través de los puertos de Paita y del Callao. Con un puerto más grande y moderno como Salaverry, que está a menos de una hora de los centros de agroexportación, podríamos hacer más envíos y de manera más rápida”, precisa.

Asegura también que hay mucha actividad minera en La Libertad y regiones cercanas, por lo cual el puerto de Salaverry sería una buena alternativa para descongestionar el del Callao.

fin de afinar las estrategias para llegar con productos que satisfagan las exigencias de sus consumidores.

Considera que se debe disponer de herramientas para facilitar la adquisición de tecnologías y que estas sean aprovechadas por los emprendedores de la región, con el propósito de incrementar la competitividad y llegar al mercado chino con los mejores estándares de calidad.

También recomienda promover reglas claras en materia económica por parte del Ejecutivo: un apalancamiento real y efectivo a partir de programas de apoyo a la micro y pequeña empresa, especialmente a los sectores más afectados por la pandemia, y continuar con la vacunación contra la COVID-19.

El representante de La Libertad sugiere a su vez la asociatividad entre pequeñas y medianas empresas para responder a las exigencias de

volumen de exportación por parte de China.

“Tenemos casos de empresas que se han asociado para exportar zapatos a Estados Unidos y les está yendo muy bien. A China le podemos vender más productos agrícolas bajo este mecanismo”, señala Inga.

Además, recomienda apostar por la inteligencia comercial, que implica hacer investigaciones, exploraciones y tener contacto directo con los representantes de los gremios económicos de China para conocer mejor las necesidades del mercado y promover productos.

Los representantes de Piura y La Libertad coinciden en que el mercado chino representa una gran oportunidad para aumentar las exportaciones e invertir en tecnología e infraestructura para mejorar la cadena productiva. Aseguran que conquistar ese mercado implica tener un buen clima para las inversiones y voluntad política para impulsar proyectos que faciliten las exportaciones. **CT**

Año Nuevo Chino 2022

LA FUERZA DEL TIGRE

La festividad más importante de China se extiende alrededor del mundo, generando la venta de una gama de productos y artículos que llaman a la prosperidad y la buena fortuna en el Año del Tigre.

Escribe CECILIA ARIAS CÁRDENAS

El Año Nuevo chino es una celebración que tiene una historia con más de 4,500 años de antigüedad. Pronto estará por culminar el Año del Buey y se abrirá paso al tercer animal del zodiaco: el tigre, el cual regirá desde el 1 de febrero de 2022 hasta el 21 de enero de 2023. Si bien falta

poco más de un mes para celebrar el Festival de la Primavera, también conocido como el Año Nuevo Lunar, el ambiente de festividad y comercio en China ya se hace presente, y cada vez con mayor intensidad.

Los adornos de tigre, de diversos tamaños, colores y estilos, ya se exhiben en las tiendas y en los supermercados de la ciudad de Suzhou, provincia de Jiangsu, al este de China. Para el público que acude a estos establecimientos, la imagen de este animal puede resultar muy tierna y se sienten atraídos por su buena fortuna.

Al otro lado del país, en Nanchong, provincia de Sichuán, los accesorios con temática del Año Nuevo chino también son la sensación del momento. Estos artículos se mezclan con las decoraciones rojas y doradas que hay por toda la ciudad, con lámparas brillantes y plantas y flores de la buena suerte.

En el centro comercial Yuyuan, de Shanghái, algunas personas aún buscan los calendarios

tradicionales del Año Nuevo 2022 (de pared y de escritorio). Estos típicos artículos poco a poco son reemplazados por los productos electrónicos, pero siempre hay opciones para satisfacer la demanda de todo tipo de público.

DE CHINA HACIA EL MUNDO

Sin embargo, el Año Nuevo Lunar no solo es el día más festivo e importante en China, sino que su influencia traspasa las fronteras del país y del continente asiático. Entre todas las poblaciones migrantes, la diáspora china es una de las más grandes y extensas que hay en el mundo, lo que la convierte en una comunidad muy notable que se abre camino con sus propias tradiciones y celebraciones.

Si bien cada país tiene sus festividades especiales, a medida que China ha ido ingresando a más espacios dentro de la sociedad y la economía mundial, mayor impacto ha logrado tener esta celebración en los mercados internacionales de varias naciones.

De esta forma, China se ha convertido, por una parte, en la mano obrera del mundo con miles de empresas que tienen sus fábricas en el gigante asiático; y por la otra, en generador de productos para que las industrias mayoristas, de cada país, puedan adquirirlos y comercializarlos.

En el Perú esta festividad tampoco pasa inadvertida. Tras el Año Nuevo regular, los negocios y el comercio se renuevan para empezar con la campaña por el Año Nuevo chino.



EL CAMINO HACIA LA BUENA FORTUNA

En Lima y en las principales ciudades del país, las celebraciones entre la comunidad tusán o los descendientes chinos pueden llegar a durar cerca de 15 días. Además, muchas familias aprovechan este tiempo para realizar viajes alrededor del mundo y así reunirse con sus familiares o visitar el lugar donde nacieron o de donde eran sus ancestros.

En el centro de la ciudad, la Calle Capón es el lugar a donde el público suele acudir para festejar esta fecha adquiriendo amuletos de la suerte, dándose un baño de florecimiento para atraer las energías positivas, comprando galletas de la buena fortuna o degustando los sabrosos platos orientales que llaman a la prosperidad.

En el bulevar del barrio Capón el público encontrará brillantes faroles rojos en las puertas de las casas, negocios o restaurantes, los mismos que se podrán adquirir en comercios aledaños para llevar al hogar. El rojo simboliza la vitalidad y la felicidad, mientras que el dorado representa la riqueza y la prosperidad. Asimismo, los leones danzantes que desfilan por sus calles llevan la alegría y el color de la fiesta, anunciando la llegada del Año Nuevo.

Las pancartas y los mensajes de buena fortuna también son muy llamativos y atraen la atención de los clientes al adornar todas

las entradas de casas y negocios. Quienes gustan de los amuletos forman largas colas para comprar algunas estatuillas del animal que simboliza el año, y los encuentran de todos los tamaños, materiales y colores. Los amuletos, los artículos para las cábalas y todos los productos relacionados con este animal, en este caso el tigre, serán los más comercializados en estas fechas.

En cuanto a la gastronomía oriental, el chanco y el arroz están relacionados con la abundancia; el tallarín o los fideos significan una larga vida o longevidad, mientras que las naranjas chinas ofrecen mucha prosperidad. Y así, existen diversos significados para cada plato de comida. En la variedad está el gusto.

Después de dos años complicados para todos, debido a la pandemia, el Año del Tigre de Agua llegará el 2022 para anunciar cambios, darnos valor y ayudarnos a liberarnos del miedo y a recuperar poco a poco nuestra libertad. La poderosa apariencia de este animal, así como sus llamativas rayas, se convertirán en fuente de inspiración para el auge de miles de negocios. ¡Feliz Año Nuevo chino! **CT◀**

EL YUAN DIGITAL, DINERO DEL FUTURO

Es la primera moneda virtual respaldada por el banco central de su país. Las próximas Olimpiadas de Invierno de Beijing serán su prueba de fuego.

Escribe LILIANA CARRASCO PÉRRIGO

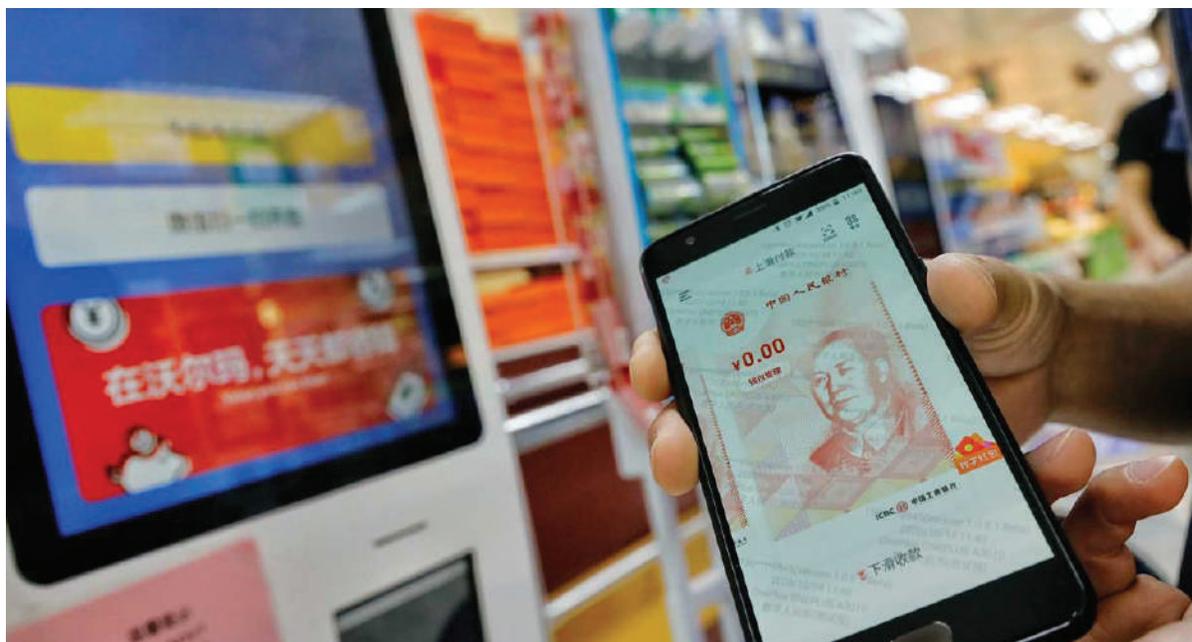
China avanza a la vanguardia de las economías que trabajan en digitalizar su moneda. Por lo menos el 10 % de la población, es decir, alrededor de 140 millones de personas, ya están utilizando las billeteras virtuales *e-wallet* y han realizado movimientos, principalmente para pagos minoristas, por un monto superior a los 62,000 millones de yuanes, un equivalente a 9,700 millones de dólares.

Se trata de la primera moneda virtual –el yuan digital (e-CNY)– respaldada por un banco central, el Banco Popular de China (BPOC).

“Este es un proyecto que se encuentra en su etapa de prueba y marcará la pauta. Las monedas digitales emitidas por los bancos de reserva de los países no son proyectos nuevos, hay cerca de 65 economías que están realizando estudios para crear sus propias monedas, pero se trata de economías desarrolladas. China es un caso emblemático porque es una economía en desarrollo, bastante globalizada”, comenta José Carlos Feliciano Nishikawa, subdirector del Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico de la Universidad del Pacífico, con quien conversamos acerca de las ventajas, desventajas, usos y atributos de este dinero digital.

MÁS SEGURA QUE LAS CRIPTOMONEDAS

El gobierno chino es el primero en posicionarse en el mundo de las monedas virtuales respaldadas por un banco central de reserva



Transacción con yuan digital en el celular. En la ciudad de Chengdu, el gobierno chino repartió este año 40 millones de las criptomonedas entre 200 mil habitantes mediante un sorteo.

(CBDC), característica que le otorga menor volatilidad y mayor seguridad frente a las criptomonedas conocidas como bitcoin o ethereum, que son privadas y creadas en plataformas virtuales.

Esta moneda es a la vez inclusiva, pues estará al alcance de toda la población, sumado a que permitirá a las autoridades llegar a los más alejados rincones del país con sus programas sociales, como a las aldeas rurales bastante



José Carlos Feliciano, docente de la Universidad del Pacífico y experto en temas de Asia, opina que el uso de esta criptomoneda podría llegar al Perú en un mediano plazo, beneficiando a los importadores.

remotas donde la población tiene teléfonos móviles pero no conexión a internet. Dado que la economía china está bastante digitalizada, esto no resulta un inconveniente.

“Ya en 2019, casi el 60 % de las transacciones de pago se realizó a través de celular y apenas el 16 % fue *cash*. La idea del gobierno es que el yuan digital no reemplace, sino que coexista con el yuan físico y rompa el monopolio que tienen las dos aplicaciones de pago más utilizadas en China, el AliPay y el WeChat Pay, pues cobran comisiones que benefician a las empresas, no al ciudadano cuando hace transacciones desde sus celulares”, nos precisa Feliciano Nishikawa.

Esta moneda digital, que en una primera etapa está enfocada principalmente en el mercado *retail* local, puede usarse tanto con el software como con el hardware de un celular. Con la tecnología de Comunicación de Campo Cercano (NFC) los clientes no necesitarán contar con conexión a Internet para pagar en un negocio. “Imagine este contexto: un poblador de una aldea lejana acude a la pequeña bodega rural de su pueblo y a través del *bluetooth* transfiere al propietario del establecimiento el monto de su compra. Esa es una de las grandes innovaciones que presenta el yuan digital”. El gobierno chino está trabajando con algunas marcas productoras de celulares la inclusión de la billetera digital con *bluetooth*.

TRABAJAR PASITO A PASO, MODELO TÍPICO CHINO

En 2014 empezaron los trabajos de investigación para desarrollar una moneda virtual y a partir de 2017 se pusieron en práctica los programas piloto que se llevan a cabo hasta hoy en día.

“La modalidad implementada para poner en marcha el yuan digital responde a un modelo típico de trabajo de políticas públicas en China, que es realizar muchos ensayos y pilotos previos. A esta metodología de trabajo la llamo ‘el pasito a pasito’, que es cuando se implementa un proyecto con programas piloto, en pequeñas ciudades. Cuando ven que funciona, lo van expandiendo cada vez más”, señala Feliciano.

Hasta el momento, poco más de 1,5 millones de negocios vinculados especialmente al transporte, servicios públicos y comercio minorista aceptan este medio de pago. Solo en

realizarse en febrero del próximo año, según lo ha contemplado el plan inicial del gobierno. Sin embargo, su uso podría limitarse solo a deportistas y equipos técnicos, dado que, según fuentes del Comité Olímpico Internacional, esta competencia deportiva podría llevarse a cabo a puertas cerradas, sin público, debido a las consecuencias aún impredecibles de la pandemia del Covid-19. El tema no está aún cerrado.

El plan contempla que a las delegaciones que arriben a Beijing se les entregue monedas digitales al cambiar dólares o dinero en físico. Los deportistas contarán con dispositivos adicionales a sus celulares y tarjetas de identificación que además les servirán como billeteras digitales, con código QR.

“El consumo será automatizado, más aún por el tema de la pandemia. En las instalaciones y diversos escenarios de las Olimpiadas se implementarán supermercados donde no habrá personal para la atención: el cliente

«Poco más de 1,5 millones de negocios aceptan el yuan digital como medio de pago. Solo en noviembre se realizó cuatro millones de operaciones digitales por un valor de 2,000 millones de yuanes».

noviembre se contabilizaron cuatro millones de operaciones por un valor de 2,000 millones de yuanes digitales.

Adicionalmente, se han abierto cerca de 10 millones de billeteras empresariales. Algo a resaltar es la adaptación de la oferta de las billeteras personales. Los bancos y los operadores de yuanes digitales pueden abrir cuatro tipos de billeteras electrónicas para sus clientes, según sus necesidades, hábitos y si tienen o no una cuenta bancaria convencional.

OLIMPIADAS DE INVIERNO, LA GRAN PRUEBA

Una buena oportunidad para implementar este plan piloto más allá de las fronteras chinas serán las Olimpiadas de Invierno en Beijing, a

pagará directamente con la tarjeta electrónica entregada”, dice Feliciano.

Para estas Olimpiadas se desarrollarán, además, dispositivos para guantes, ropa y accesorios propios de las competencias de invierno, con códigos de barra QR para ser escaneados al momento de realizar los pagos.

CONTROL PARA COMBATIR EL LAVADO DE DINERO

“Otra de las razones por las que China ha puesto mucho énfasis en este proyecto es por el asunto del control, sobre todo a las transacciones. El manejo de datos encriptados facilita conocer el flujo del dinero, a dónde va y de dónde viene. Hay una gran preocupación por



el tema del lavado”, señala Feliciano.

Como todas las acciones de control, tiene pros y contras. Entre los pros está que permitiría a las autoridades manejar mejor los datos del consumo y conocer qué áreas necesitan mayor apoyo de los programas de gobierno. Entre los contras está que podría afectar la privacidad, independencia y la libertad en el uso del dinero. Feliciano sostiene: “En China es un tema controversial el control de los flujos de dinero. Se va a saber cuándo se hace determinada transacción, desde qué cuenta, hacia qué cuenta, qué se compra y todos los otros aspectos relacionados al comercio. Esta estrategia responde a una consigna trazada en China para poner en marcha el uso del yuan digital y que beneficie a la mayoría de la población, lo cual podría traducirse al español como: dar libertad para montos pequeños y trazabilidad para montos grandes”.

IMPACTO EN LA INDUSTRIA Y COMERCIO EXTERIOR

“En el futuro podríamos pensar en su uso para el comercio electrónico transfronterizo, sobre todo de las pymes (que involucran montos no muy altos en sus transacciones), y su uso en las plataformas de comercio electrónico chinas”, continúa el especialista. “Sin embargo, debido a la hegemonía del dólar en el comercio, la adaptación en los países al uso de las monedas digitales, la protección de la información personal, las barreras culturales, etc., esto

puede tomar cierto tiempo. El uso del yuan digital en el espectro internacional tiene todavía un largo camino por recorrer”, afirma.

Sobre las posibilidades para el empresario peruano de emplear el yuan digital para sus transacciones comerciales, el especialista considera que su uso podría verse aún a mediano plazo, con más posibilidades para el importador que para el exportador que realiza sus compras en dólares.

Lo que queda claro es que el sistema financiero mundial ya inició su camino al gran cambio y en el Perú también se analiza la posibilidad de desarrollar una futura emisión de monedas digitales CBDC, según lo anunció el presidente del Banco Central de Reserva, Julio Velarde, en la última edición de la Conferencia Anual para Ejecutivos CADE 2021.

Velarde señaló que el BCRP está colaborando con varios bancos centrales de diferentes países y regiones como India, Singapur y Hong Kong a fin de alinearse a los nuevos tiempos que se avecinan. Aunque no señaló fechas, consideró que el cambio mundial tardará entre ocho a diez años y que la idea es no quedar relegados. Explicó que por el momento el país no posee los recursos para migrar a la moneda digital ni para afrontar los riesgos que conlleva hacerlo, pero dejó claro que, aunque el Perú no será el primero, tampoco será el último de la región si se lo compara con economías similares a la nuestra, con excepción de México y Brasil. **CT◀**

Caballos de paso peruano

EXPORTACIÓN MUY TRADICIONAL

El sueño de este criador es ver sus ejemplares de raza pura exhibiendo su elegante andar en China, tierra de sus antepasados.

Escribe GIULIANA LÉVANO

Don Emilio Tomatis Yui Swayne tiene una larga y entrañable relación con los caballos de paso peruano. En su fundo de Chilca, "Los Tilos", donde viven también sus hijos con sus respectivas familias, se siente el amor y cuidado que todos prodigan a los hermosos ejemplares de raza pura.

Allí ellos han creado una estancia u hotel para caballos. Les brindan no solo alojamiento sino también alimentación y la atención que requieren. También allí la hija de don Emilio, Mirella Tomatis Korrodi, conocida por todos como Mire, quien es veterinaria y especialista

en reproducción equina, ha creado la Estación de Biotecnología Reproductiva Los Tilos. En este recodo de Chilca los caballos, las aves y la vegetación parecen crecer y multiplicarse con risueña facilidad.

La familia es producto de un cruce singular. El abuelo paterno de don Emilio era italiano, mientras que su abuelo materno era chino, Tomás Yui Swayne, un hombre de espíritu emprendedor que llegó de Hong Kong a Lima y se convirtió en allegado del presidente Leguía. El añadido Swayne a su apellido chino es un misterio, pues se sabe que ya lo tenía cuando llegó al Perú.

Con la dedicación italiana por el trabajo y la intuición china para los negocios, don Emilio ha transitado por actividades diversas como la crianza y reproducción de aves, cerdos y vacas, siempre sorteando los avatares económicos del



Emilio Tomatis Yui Swayne monta a "Príncipe", su caballo peruano de paso. Él creó el grupo "La Cofradía", que organiza cabalgatas los fines de semana en Chilca.



Mire Tomatis es técnica agropecuaria y de crianza y dirige la Estación de Biotecnología Reproductiva "Los Tilos".

país y logrando estabilidad en su patrimonio. Ahora quiere añadir otra estrella en su hoja de vida personal siendo el primer exportador de caballos de paso peruano a China.

Lo que él y su hija Mire plantean es vender los embriones de estos pura sangre y colocarlos en hembras receptoras, que se mantendrán en la estancia de Los Tilos el tiempo suficiente para asegurar que se haya logrado la preñez y soporten sin problemas el viaje en avión hasta China. "Quiero exportar en cantidad y calidad. Estos caballos tienen garantía y están certificados en el Registro Genealógico del

Caballo Peruano de Paso", dice Emilio Tomatis. "De otro lado, tengo entendido que pueden entrar hasta 60 caballos en un avión. La meta sería enviar estos ejemplares en cantidades importantes", detalla.

CABALLOS DE RAZA, UN MERCADO RECIENTE

La mejora en los ingresos de la población china ha dado lugar a una clase media y alta de gustos cada vez más sofisticados. Uno de los sectores que ha crecido es el de la importación de caballos de raza y ejemplares cruzados. Cada

GARBO Y ALTIVEZ



“Son tres patas en el piso y una en el aire. Ese es el paso llano gateado. Es su andar natural, porque el caballo de paso peruano nace, no se hace”.

Don Emilio Tomatis observa a los ejemplares que caminan relajadamente en la estancia Los Tilos. “Hay que comprobar que los posteriores vayan paralelos. Eso es selección”, dice. Añade que el caballo de paso peruano está considerado como el mejor caballo de silla del mundo porque camina de laterales: el jinete no se mueve. El de trote, en cambio, camina en diagonales, por eso quien lo monta va dando saltos con él.

“Una yegua campeona está entre 80 y 100 mil dólares; sin embargo, se pueden conseguir yeguas buenas de concurso entre 40 y 50 mil dólares”, refiere Mire Tomatis. “Su tiempo de vida puede ser largo (mi caballo tiene 34 años, que es como decir 120 años de vida humana). Es variable. A partir de los 15 años se considera que un caballo ya es viejo, pero yo tengo un caballo de 24 años que es aún donante de embriones”, agrega.

Mire Tomatis es una de las tres personas en el Perú que hace inseminación de caballos con semen congelado. Hasta Los Tilos llegan a menudo criadores de Estados Unidos para lograr que se implante un embrión en sus yeguas. “Esto es una buena opción, porque en vez de lograr una sola cría al año puedes sacar hasta cuatro de la misma yegua y congelarlos”, dice.

Para lograr ejemplares de raza pura, el sistema debe ser a través de la inseminación y no con monta natural, pues se pueden filtrar hongos o elementos contaminantes que afectan el resultado. Toda precaución es poca para obtener un caballo de paso peruano de la mejor estirpe.



La estancia “Los Tilos” ha llegado a albergar hasta 160 caballos peruanos de pura raza.

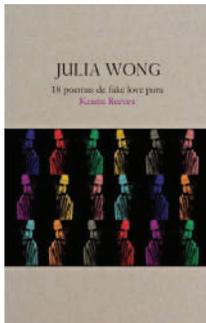
año China importa alrededor de 500 caballos finos por un valor aproximado de 15 millones de dólares.

Entre el 40 y 50 % se importa de Holanda. Le siguen Nueva Zelanda (casi 20 %), Australia (10-15 %), Estados Unidos (7 %) y Rusia (entre 5 y 6 %).

Argentina exporta caballos a China desde que en el 2013 se firmó en Buenos Aires el Protocolo Sanitario para la Exportación de Equinos. El AQSIQ, organismo oficial chino que supervisa la calidad, inspección y cuarentena de los ejemplares, y el SENASA argentino (equivalente al peruano) acordaron un modelo de certificado sanitario que permite implementar este protocolo. Este es un paso previo obligatorio para la exportación: en el Perú este requisito aún no se ha cumplido.

Sin embargo, en el Tratado de Libre Comercio firmado con China se considera, en el artículo 24, la importación/exportación de animales vivos criados en China o Perú. Se especifica que deben contar con un certificado de origen y pasar por un proceso de verificación por parte del importador.

Este inconveniente no detiene el sueño de Emilio Tomatis Yui Swayne y su hija Mire, quienes están convencidos de que los caballos de paso peruano, que con tanto amor crían en el fundo Los Tilos, podrán llegar algún día a la tierra de Tomás Yui Swayne. **CT◀**



La escritora peruana Julia Wong y su libro de poesía recién publicado.

Un romance con Keanu Reeves

Con el nombre de Keanu Reeves, un hombre comienza a remitirle mensajes a la escritora Julia Wong durante la pandemia. Ella, por supuesto, decide asumir que su remitente no es otro que el actor de Hollywood; prefiere pensar así, en vez de considerar la opción mundana y desangelada de que simplemente es un impostor.

Sin embargo, con el transcurrir de los meses y la abundancia de correspondencia (de palabras, fotos y confidencias), Julia Wong necesita explicarse esta versión de la vida con una razón que sea lógica: ¿por qué le escribe el protagonista de *The Matrix*? Obvio: porque tanto él como ella tienen raíces chinas. Y es que Keanu Reeves nació en el Líbano de madre británica, pero su padre es hawaiano de ascendencia china.

La poeta convierte toda su experiencia en un libro que trata del cine que ha visto durante décadas, un libro sobre la herencia china, sobre el erotismo de las palabras y los cuerpos.

Hace unas semanas, Julia Wong leyó en Barcelona los versos de *18 poemas de fake love para Keanu Reeves* ante el público de “Animal Sospechoso”, una editorial y librería de poesía. El escritor peruano Juan Manuel Chávez presentó a la poeta y a su libro frente a un público de españoles y latinoamericanos, todos ellos atraídos por la voz de una escritora excepcional e insólita.



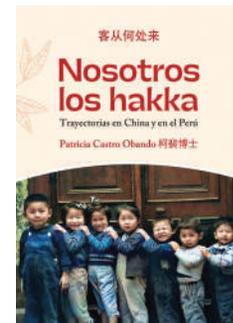
Detrás de la historia de los *hakka* en el Perú

Los 172 años de la inmigración china al Perú y los 50 años de relaciones diplomáticas entre el Perú y China fueron el marco preciso para la presentación del libro de Patricia Castro Obando “Nosotros los *hakka*. Trayectorias en China y en el Perú”.

Una minuciosa investigación profesional, con la cual su autora obtuvo el doctorado en Antropología en la PUCP, fue el punto de partida para conocer la historia detrás de la llegada del grupo étnico *hakka* a nuestro país, que ocurrió en la segunda mitad del siglo XIX y en medio de conflictos interétnicos en una zona de la provincia de Cantón.

La presencia de los *hakka*, un grupo diferenciado de la etnia Han, pasó inadvertida en nuestro país por diversos motivos, pero ahora es revelada al detalle en esta obra que descubre sus orígenes, su organización, el proceso de migración en China, la llegada al Perú, así como sus diversas manifestaciones culturales.

Pero Castro va más allá: gracias a entrevistas, historias de vida y testimonios, ha logrado reflejar la forma de pensar y los sentimientos detrás de este grupo étnico que dejó su lugar natal, que tuvo que vencer prejuicios, que realizó un arduo trabajo para sobresalir acumulando experiencias que luego lo llevó a ocupar un lugar importante como parte del comercio y de la industria peruanos.



Patricia Castro Obando siguió la ruta de los *hakka* en el Perú.



EXECUTIVE
SEARCH
NUGENT & DELGADO



MEMBER OF
irc { global executive
search partners

CONFIANZA QUE UNE
ND / EXECUTIVE SEARCH



Expertos en búsqueda de Ejecutivos para la Alta Gerencia y Miembros de Directorio

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

irc { global executive
search partners

 **CENTRUM**
GRADUATE BUSINESS SCHOOL
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

 **aef**
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES DEL PERÚ

Eduardo Vargas

«MIS RESTAURANTES EN CHINA SE RECUPERARON EN TIEMPO RÉCORD»

Este chef peruano lleva 19 años en Shanghái, donde es protagonista de una historia de éxito gracias a sus restaurantes de comida fusión. Él nos cuenta cómo su sector atravesó la pandemia en China y sus planes futuros.

Escribe SONIA MILLONES ALVARADO

Eduardo Vargas llegó a Shanghái hace 19 años para emprender retos, experimentar nuevas tendencias gastronómicas y dar a conocer la cocina peruana en China. Ahora es dueño de los exitosos restaurantes Colca, Azul Latino y Azul Italiano. Y va por más.

El chef peruano asegura que su mayor desafío durante la pandemia fue afrontar la incertidumbre, pero la estabilidad y las medidas dispuestas por las autoridades de China influyeron mucho en la pronta recuperación de las actividades económicas de ese país.



Administrador de empresas de profesión, Eduardo Vargas estudió gastronomía en Canadá y decidió dedicarse íntegramente a esta actividad.



El "Colca" ganó en 2018 y 2019 el premio al Mejor Restaurante Latinoamericano de Shanghái.

-La pandemia afectó a los restaurantes de todo el mundo. ¿Cómo fue este período para usted?

-Aquí en China la pandemia no se ha sentido en la misma magnitud que en otros países. El año pasado cerramos casi dos meses y, en ese período, tuvimos pérdidas de alrededor de 1.5 millones de yuanes, porque tenemos tres restaurantes, pero después de que se abrió empezamos a recuperarnos poco a poco.

-¿Qué influyó en esa recuperación?

-Luego de que el Gobierno chino dispuso el fin del confinamiento y un efectivo sistema de medidas de bioseguridad, la población pudo salir sin temor al contagio. Los chinos ganan bastante dinero, viajan mucho y, como no podían movilizarse por las disposiciones gubernamentales, se quedaron en Shanghái y gastaron su dinero en restaurantes. A partir de abril, nuestra clientela y ganancias empezaron a subir y, en mayo, hicimos récord de ventas, recuperamos el dinero perdido por los dos meses de cierre y luego tuvimos ganancias bastante considerables.

-¿Qué cambios tuvo que hacer en sus restaurantes para poder operar en pandemia?

-Al comienzo, tuvimos que cambiar la carta y dejar de lado las comidas frías, porque encontraron casos de coronavirus en mariscos que venían del extranjero. Se tuvo que sacar el ceviche de la carta por dos meses, porque había temor a las comidas crudas. Las autoridades también

dispusieron, como medida de bioseguridad, usar productos que fueran empacados solo en China. Eso implicó aumentar costos, pero el incremento no fue tanto.

-¿Cuál fue el mayor desafío que le planteó la pandemia?

-Afrontar la incertidumbre: no se sabía cuánto iba a durar, si íbamos a abrir o no los restaurantes. Felizmente, las autoridades la manejaron con bastante eficiencia. El cumplimiento de medidas, la aplicación de la tecnología y el cerco epidemiológico contribuyeron también. Mis colegas de China y yo hemos tenido mucha suerte de pasar la pandemia en este país. Tengo amigos que manejan restaurantes, bares y hoteles en otros países y aún no se recuperan. Aquí nunca se me pasó por la mente cerrar en forma definitiva, sabía que mis negocios se iban a recuperar, pero no imaginaba que eso ocurriría tan rápido.

«CRECER Y CRECER»

-¿Cómo ha cambiado su vida desde que llegó a Shanghái?

-Ya han pasado 19 años. En mis comienzos, trabajaba más de 15 horas al día, estaba toda la jornada metido en la cocina y tenía un jefe. Luego, el tiempo me permitió aprender lo suficiente sobre el negocio de la gastronomía en este país como para emprender mi propio negocio. Ahora yo soy el jefe, me puedo dar el gusto de tomar mis descansos cuando deseo. Para eso cuento con un buen equipo de trabajo y aplico una buena administración.

El mejor de Shanghái

Eduardo Vargas, de 52 años, originalmente estudió Administración de Empresas pero, tras ser seducido por la gastronomía peruana, decidió hacer estudios de cocina en Toronto, Canadá. Su afán de innovación lo motivó a trasladarse a Hawái, Singapur, Hong Kong y Shanghái. En esta última ciudad es donde se consolidó como un reconocido chef.

Además de administrar sus restaurantes, asesora a emprendedores de diversas nacionalidades a incursionar en el mercado chino, con garantías de éxito en el ámbito de la gastronomía.

Sus restaurantes han recibido diversos reconocimientos y galardones en China. Por ejemplo, en los años 2018 y 2019, Colca ganó el premio al Mejor Restaurante Latinoamericano de la ciudad de Shanghái, otorgado por la revista *That's Shanghai*, mediante la votación de sus lectores.



La cocina fusión del chef Eduardo Vargas ha hecho famosos a sus restaurantes Colca, Azul Latino y Azul Italiano. Ahora se propone abrir dos locales más en Shanghái.

Además, aquí me he casado, mi esposa es de este país y tenemos una hija.

-¿Es difícil emprender un negocio en China?

-Yo diría que no. En China, como en cualquier otro país del mundo, primero uno empieza trabajando en una empresa para alguien y en ese camino va aprendiendo el funcionamiento del mercado, y después recién puede abrir un negocio. Abrir un restaurante requiere de mucha paciencia, perseverancia, disciplina y un poco de buena suerte.

-¿Cuántas personas trabajan en sus restaurantes?

-Ahora somos 140 personas. Damos empleo, somos una compañía mediana y cuento con buenos socios y trabajadores.

-¿Qué recomendaciones le puede dar a un peruano que quiere abrir un negocio de gastronomía?

-Esto aplica para China y para cualquier lugar del mundo: se debe aprender primero las reglas, leyes y funcionamiento de la ciudad donde se abrirá el restaurante. También

empaparse de la cultura de sus potenciales consumidores. Los platos que funcionan en una ciudad no necesariamente triunfan en otra. Por ejemplo, en Shanghái no puedo hacer el cau cau convencional de mondongo que tiene éxito en el Perú: aquí para que tenga acogida tengo que reemplazar el mondongo por mariscos, calamares y otros insumos. Lo mismo pasaba con el anticucho de corazón; mis clientes no lo comían. Entonces, sacamos otras presentaciones con pollo y carne. Es importante la creatividad y acomodarse al lugar donde uno está.

-¿Cuáles son los platos que más se venden?

-El ceviche, los anticuchos en su versión de carne y pollo, el arroz con mariscos con langosta encima, arroz con pato confitado al estilo paella, entre otros.

-¿Cuáles son sus ingredientes de cocina favoritos?

-Mis ingredientes favoritos son el kion para aderezos, la cebolla china, la salsa de soya, aji panca, entre otros.

-Varios ingredientes son de origen chino...

-Todo empezó con el chifa, que es reflejo de la influencia china en la comida peruana. Y también hay que decir que la comida y productos peruanos son muy populares en todo el mundo y despiertan mucho interés.

-¿Cómo se imagina el futuro de los restaurantes pospandemia?

-Todo depende de dónde estás. Aquí ya estamos recuperados. La economía y estabilidad de un país es muy importante para la recuperación de los negocios. La disciplina de la población también influye. China es un país que ha crecido a tiempo récord, le va muy bien y, en términos culinarios, la calidad y la competencia es muy alta. Se invierte mucho en diseño de platos, lugar y atención al cliente.

-¿Cuáles son sus planes futuros?

-Crecer y crecer. Tengo la meta de abrir dos restaurantes por año. Pronto abriremos un cuarto restaurante que se llamará Azul Italiano II y un quinto restaurante que tendrá la temática de parrillas. **CT◀**

Superávit comercial

Perú registró un superávit comercial en el intercambio de bienes con China, cuya cifra ascendió a un valor récord de 4 478 millones de dólares en los primeros nueve meses de 2021, creciendo 195 % respecto al mismo período de 2020. El comercio de bienes entre Perú y China aumentó 58 % entre enero y setiembre de 2021 debido al mayor intercambio de productos pesqueros (+86 %) y minerales (+72 %), que representan más del 50 % del comercio total.

Por SERGIO CARRASCO

Firme recuperación

Impulsado principalmente por el aumento vigoroso de las exportaciones (+71 %), cuyo valor sobrepasó los 13,800 millones de dólares, el comercio Perú-China se incrementó 58 % hasta el tercer trimestre de 2021. Se trata de una firme recuperación tras experimentar una caída de 5 % en 2020, interrumpiendo así una década de crecimiento sostenido.

Rebote y récord

Aun antes de que concluya el año, la cifra del monto de las exportaciones constituye un récord que desplaza de antemano la cifra más elevada registrada en un año, la correspondiente a 2019: 13,585 millones de dólares.

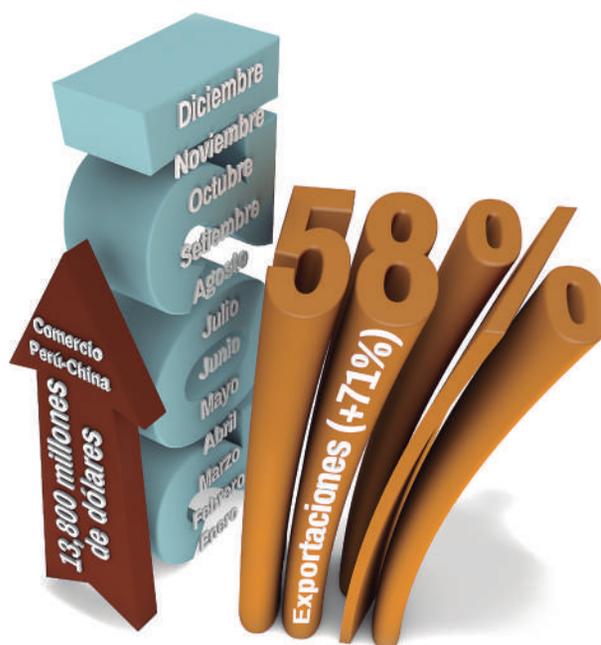
Dinamismo pesquero y minero

El sector más dinámico fue el pesquero, en el que el valor de las exportaciones se elevó 88 %. En particular, destacaron las mayores ventas de langostinos (+372 %), pota (+235 %), ovas (+188 %), aceite de pescado (+164 %) y algas marinas (+117 %). Por su parte, el valor de la exportación minera creció 72 %, sobre todo la de hierro: +162 %, así como plata (+71 %), plomo (+35 %) y molibdeno (+22 %). En cuanto a la principal exportación minera a China, el cobre (65 % del total), esta ascendió a 67 %.



Sostenido crecimiento

Luego de marcar un récord en 2020 en cuanto al valor de las exportaciones sectoriales (183 millones de dólares), el de las exportaciones agropecuarias se mantuvo al alza a lo largo de los primeros nueve meses de 2021 (+17 %). Motores principales del crecimiento fueron las mayores ventas de tara (+85 %) y palta



(+18 %). El incremento fue menor en el caso de la exportación de uva (12 %), en tanto que la de arándano experimentó una ligera caída: -2 %. El valor de la exportación de quinua alcanzó los 3 millones de dólares.

Consistente tendencia

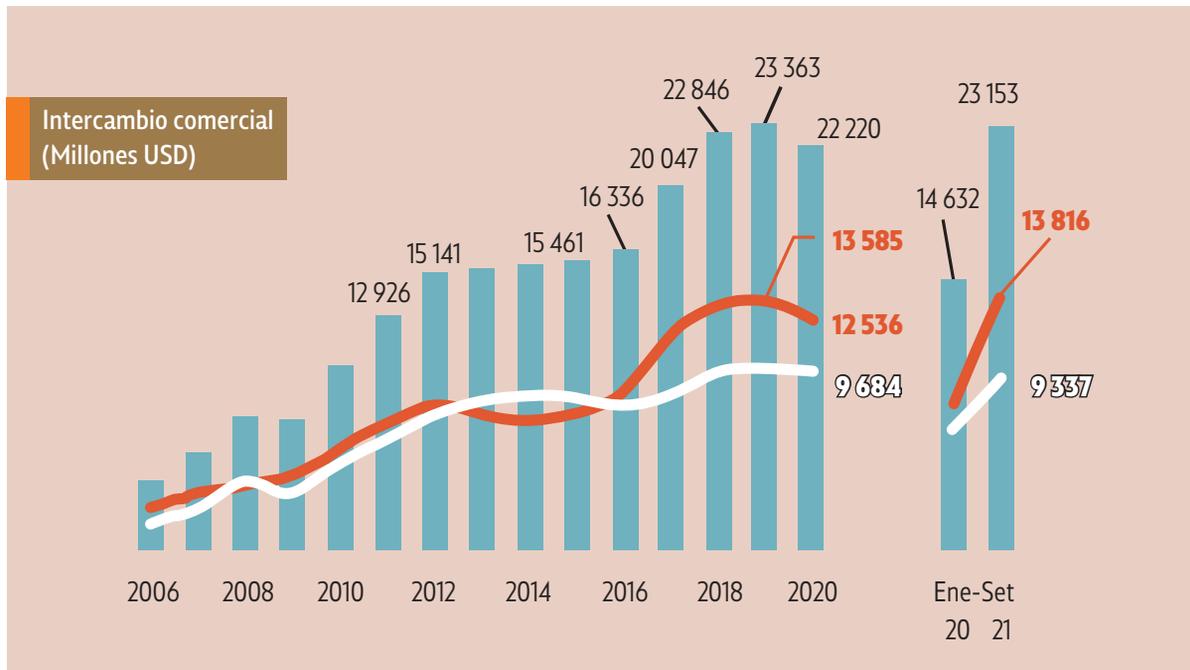
También creció el valor de las exportaciones en el rubro textil-confecciones (+63 %) debido sobre todo a la mayor venta de *tops* de alpaca (+133 %) y prendas de vestir de algodón (+48 %). A su vez, el valor de la exportación de lana sin cardar y cueros se incrementó más de 200 %.

Menos partidas exportadas

Mientras en el período enero-setiembre 2020 el número de subpartidas exportadas fue de 269, en el mismo período de este año la cifra de las mismas bajó a 254, lo que representa una caída del 6 %. Más de 600 empresas exportaron bienes a China.

Más vehículos, computadoras, televisores y celulares

Superando la caída de 1 % en 2020, el valor de las importaciones desde China creció 42 % entre enero



Fuente: Reporte de Comercio Bilateral 2021, III Trimestre. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior.

y setiembre de 2021, lo que se explica principalmente por el mayor valor de compras de computadoras (+85 %), destinadas sin duda a atender la demanda propia del sistema de teletrabajo impuesto por la emergencia sanitaria. Igualmente, aumentó el valor de las compras de palas y excavadoras (+187 %), vehículos (+138 %), motocicletas (+122 %), televisores (+58 %) y celulares (+45 %).



Menos mascarillas

La menor compra de mascarillas (-81 %) y prendas de vestir (-2 %) se expresó en la caída (-20 %) en el valor de las importaciones del sector textil-confecciones. En cambio, se incrementó el valor de las compras de hilado (+65 %) y tejido (+15 %). **CT**

Plástico y fertilizantes

El incremento en el valor de las importaciones también se reflejó en las compras de químicos (+24 %), principalmente insumos para la industria del plástico/poliacetales (+91 %) y fertilizantes (+61 %).

Juguetes y calzado

También se registró un aumento en el valor de las importaciones de productos siderúrgicos (+88 %), juguetes (+37 %), prefigurando la campaña navideña, y calzado (+35 %).



Más subpartidas importadas

Al contrario de lo ocurrido en el caso de las subpartidas exportadas, las importadas en el período enero-setiembre 2021 (4,631) se incrementaron 2 % respecto de las registradas en el mismo período de 2020 (4,557).

INTERCAMBIO COMERCIAL PERÚ CHINA

Millones de dólares

Participación porcentual	Enero-Setiembre 2020	Enero-Setiembre 2021	Variación
TOTAL EXPORTACIONES	8,076	13,816	71%
96 % (Tradicional)	7,795	13,312	71%
4 % (No Tradicional)	282	503	79%
TOTAL IMPORTACIONES	6,556	9,337	42%
44 % (Bienes de Capital)	2,701	4,108	52%
27 % (Bienes de Consumo)	2,061	2,476	20%
29 % (Insumos)	1,794	2,754	53%

Fuente: Reporte de Comercio Bilateral 2021, III Trimestre. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior.



皮乌拉是秘鲁渔业出口量最大的地区,也是第二大非金属农产品和矿产品出口地。

FOTO: ISTOCK

作者:索尼娅·米隆斯·阿尔瓦拉多

“近年来,在秘鲁的24个大区中,皮乌拉已成为秘鲁第一大鱼油出口和第二大非金属农矿产品出口大区,”皮乌拉贸易和生产商会主席哈维尔·贝雷切·阿尔瓦雷斯说。

区域投资

秘鲁北部的产品

皮乌拉和拉利伯塔德因其出口活力, 以及在国际市场上定位越来越清晰的产品而脱颖而出。两个大区都有能力增加对中国和亚洲大陆的销售额。这两个大区的商会会长为我们分析了这种可能性。



据秘鲁外贸和旅游部资料显示, 皮乌拉的可出口产品包括11个经济部门的500多种产品, 如渔业产品(46%)、农业产品(29%)、非金属采矿产品(12%)以及石油及其衍生品(5%)。

在渔业领域脱颖而出的明星产品是墨鱼、鱿鱼和巨鱿(4.063亿美元)、鱼油(8440万美元)以及虾和虾尾(7740万美元)。农业方面的明星产品是芒果(1.651亿美元)、香蕉(1.065亿美元)和葡萄(5980万美元)。



拉利伯塔德是秘鲁第一个蓝莓生产和出口地区。据秘鲁外贸和旅游部资料显示,因为疫情,2020年是艰难的一年,但由于黄金(+35%)和水果(+11%)的销售增加,出口总额达到31.86亿美元,创历史新高。

拉利伯塔德经济和金融商会事务主任亚历杭德罗·因加·杜兰戈强调,该区出口供应发生了变化:曾经以芦笋为主,现在以蓝莓为主。

近年来,拉利伯塔德地区的蓝莓、鳄梨和葡萄的出口额稳步增长,鱼粉也是如此,中国是主要进口国。“拉利伯塔德蓝莓出口额居于全国第一。已经安装Chavimochic

灌溉系统第一和第二阶段的公司正在生产高质量的蓝莓”,因加·杜兰戈补充道。

从皮乌拉到中国

亚洲国家,尤其是中国,对这两个北部大区出口的各种产品有巨大需求。

皮乌拉已成功向中国出口30种产品,其出口额占该地区出口总额的10%以上。在中国市场较好销量的产品有墨鱼、球鱼、鱼粉、预加工和冷冻鱿鱼、巨鱿、冷冻整虾、肝脏、鱼卵和鱼油。

根据市场分析门户网站TradeMap的数据,在中国需求量最大的前10类产品

中,有四种产品可以被皮乌拉的商人大力发展,因为它们已经出口到其他国家。贝雷切说,这些产品包括燃料、优质珍珠、宝石和铸造钢、铁的金属矿物等。

此外,皮乌拉还向中国出口其他产品,如新鲜香蕉、原油、冷冻扇贝、未变性乙醇、原金、虾尾、柠檬、柠檬油、鱼油、咖啡和可可豆。

皮乌拉贸易和生产商会主席贝雷切·阿瓦尔雷斯认为,这些产品在全球的销量已经显示出巨大的增长,但在中国市场的销量增幅仍有待提升,因此开发中国市场是皮乌拉企业家面临的一个挑战。

有机产品

另一方面,拉利伯塔德生产的鱼粉几乎(85%)都销往中国。此外,一些其他产品已经进入中国市场,并取得了巨大成功,如蓝莓、鳄梨、葡萄和鱼油。

拉利伯塔德还寻求通过有机食品征服中国市场。“从蓝莓到鳄梨,拉利伯塔德的有机产品种植者可以满足中国顾客对健康食品日益增长的需求,”因加强调说。

拉利伯塔德越来越多的农民从事有机产品的种植,即在生产过程中不使用化肥、农药和转基因种子。“对于拉利伯塔德来说,中国是一个相对较新的市场。三年来,我们一直在向中国市场出口产品,预计我们的产品会越来越多地被接受,”因加补充道。

资金和水

2020年,皮乌拉出口额达到25.862亿美元,同比下降14%。哈维尔·贝雷切指

出,今年皮乌拉出口出现了明显复苏,但仍不及预期,因为除了受新冠疫情的影响外,国际贸易还受到政治和制度不稳定情况的限制。

“秘鲁正在经历政治不稳定,如果宪法发生改变,经济规则也可能发生变化,那么出口将受到影响,预计下降5%以上,”他表示。

出口活动也面临融资难的问题。“尽管这种情况近年来有所改善,但新冠疫情表明资金不足仍然是80%以上企业,特别是小微企业的主要问题,”贝雷切补充道。

贝雷切还认为,目前在研究、创新和发展方面的投资不足,而这样的投资有助于提高公司技术能力并使其具有竞争力。面对这种情况,该地区正在启动皮乌拉创新项目(Piura Innovadora),由商界、学术界、当地政府和民间社会共同推动,以开展可持续发展项目。

此外,在一年的不同时期,水资源短缺和气候变化导致的其他问题危及拉利伯塔德、皮乌拉以及秘鲁其他地区的农作物,为此需要建造更多的水库和灌溉工程以保证农产品的生产。

例如,拉利伯塔德迫切需要完成Palo Redondo大坝建设,这座巨型工程将保证提供水源、调节耕地灌溉并促进Chavimochic项目的新作物的种植,因加·杜兰戈表示。

根据拉利伯塔德地区政府提供的信息,该大坝已完成70%,一旦建成,将允许在第一和第二阶段种植超过30000公顷的土地,并创造约15万个新工作岗位。



“这个项目已经被搁置了大约五年。我们期待政府解除对这项工程的封锁并完成 Palo Redondo 大坝的修建工作，”他说。

从这个意义上说，自由党代表希望政府能够保证经济和政治的稳定。他提到，由于政府在第二次土地改革等问题上产生的不确定性以及 Palo Redondo 项目是否能完工，几家公司的业务被搁置了。

因加说：“不确定性让投资者感到担忧。这种情况并没有促进拉利伯塔德农产品出口公司的正常发展，投资计划已被撤回。”

提议

为了更好地利用中国市场并扩大对中国的出口，皮乌拉商会主席哈维尔·贝雷切建议加大对中国特定机遇的市场分析，以完善战略，推出满足中国市场消费者需求的产品。

他认为必须提供方法，推动获得技术，并

且皮乌拉的企业家应该采用这些方法，提高竞争力，以最佳质量标准进入中国市场。

他还建议秘鲁政府在经济事务上制定明确规则：通过为微小企业，特别是受新冠疫情影响最严重的部门提供支持计划，来发挥真实有效的杠杆作用。此外，政府应该持续进行新冠疫苗接种工作。

拉利伯塔德的代表建议中小企业之间开展联合，以增加对中国的出口。“我们有一些公司合作向美国出口鞋子的案例，他们做得很好。在这种机制下，我们可以向中国销售更多农产品，”因加说。

此外，因加建议投资商业智能，这意味着开展研究、探索、与中国经济联盟的代表直接接触，以更好地了解市场需求并推广产品。

皮乌拉和拉利伯塔德的代表一致认为，中国市场是增加出口和投资技术和基础设施以改善生产链的绝佳机会。他们坚持认为，征服中国市场需要拥有良好的投资环境和促进出口项目的政治意愿。

20 años
ANIVERSARIO

cámara de comercio
peruano china
秘中商会

FELIZ NAVIDAD
Y PROSPERO AÑO 2022

¡ 圣诞节 新年快乐 ¡



La plataforma que te comunica con el mercado chino

Desde 2001, incentiva y promueve el intercambio comercial e inversión entre Perú y la República Popular China, asistiendo a las empresas en la promoción de sus negocios.

Servicios

- Directorio de exportadores e importadores chinos.
- Referencias comerciales de empresas chinas.
- Asesoría comercial.
- Estadística aduanera.
- Mediación comercial.
- Información de ferias y misiones comerciales.
- Asesoría en viajes de negocios.
- Asesoría y trámite de la visa china.
- Cursos, seminarios, capacitaciones, ruedas de negocios.

Productos

- Acceso a la web capechitrade.
- Semanario CAPECHITRADE.
- Síntesis Legal CAPECHITRADE.
- Reporte comercial mensual Perú – China.
- Reporte de ferias & exhibiciones en China.
- Reporte de oferta y demandas.
- Directorio virtual de socios.
- Revista institucional CAPECHITRADE.
- Entre otros servicios.

Calle Francisco Masías 544, piso 6, San Isidro, Lima – Perú
Teléfonos Móviles Centrales: 980 838 031 / 947 876 888
WhatsApp: 980 838 031 / 947 876 888
e-mail: info@capechi.org.pe

Síguenos:

 www.capechi.org.pe

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

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

 [capechiperu](https://www.instagram.com/capechiperu)