

ESPECIAL: VEHÍCULOS CHINOS

capechi trade

SEA PARTE DE LA RED DE NEGOCIOS MÁS GRANDE DEL MUNDO

**CONECTADOS
CON EL MUNDO**

EL PERÚ EN LA RUTA
DE LA SEDA DIGITAL

可持续性：
为环境的福祉做贡献

GERENTE GENERAL LUZ DEL SUR: "TENDREMOS 10% MÁS UTILIDADES QUE EN EL 2022"



New Great Wall **POER MECÁNICA**



UN ALIADO SIN LÍMITES PARA
POTENCIAR TU EMPRESA



**POTENCIA
MÁXIMA
161 HP/3,600**



**MÁXIMO TORQUE
410 NM /
1,500 -2,500 RPM**



**CAPACIDAD
DE CARGA
MÁS DE 1T**



**PANTALLA
TÁCTIL
MULTIMEDIA**

LA LECCIÓN CHINA

La Gran Muralla tardó 200 años en construirse con la participación de un millón de trabajadores, según los cálculos de los historiadores. Ese emblemático ícono de la historia china nos da un claro mensaje sobre la cultura que la gestó: el de la perseverancia y la dedicación al trabajo.

Si se tiene la oportunidad de visitar las principales fábricas en China, el mensaje que emana de estas es el mismo: perseverancia y dedicación al trabajo. En el mundo moderno esto genera una curva de experiencia, pero no una curva con una pendiente “normal”, sino con una pendiente muy pronunciada; es decir, se experimenta una rápida mejora significativa de la calidad del producto-servicio.

El consumidor peruano viene siendo testigo de excepción de esta evolución, y un ejemplo muy claro es el desarrollo de la oferta de vehículos de fabricación china, los cuales inicialmente utilizaban la estrategia de introducción al mercado a través del liderazgo en precios. Pero eso ya es historia. Con el transcurrir de los últimos años se ha introducido mejoras continuas para ir migrando de la táctica inicial hacia una oferta más completa de calidad y precio, brindando además planes de garantía extendida.

La propuesta de valor de la industria china en general ha recorrido un camino similar de mejora continua que cada vez capta una mayor participación del mercado mundial, y el mercado peruano no es la excepción. La oferta china está aquí para quedarse y su evolución es sin duda una constante.

La tecnología es parte de este proceso evolutivo, pues la segunda economía del mundo ha desarrollado soluciones tecnológicas, en términos de hardware, software y conectividad, que ofrece a los países participantes en la iniciativa de la Ruta de la Seda Digital. Esta es una oportunidad que debe ser aprovechada para asegurar el acceso masivo a internet de banda ancha entre el Perú y el mundo, especialmente para integrar a los pueblos del Perú profundo. Esta conectividad digital se suma a la conexión logística que se logrará a través del megapuerto de Chancay.

La inversión china ofrece múltiples beneficios dentro de la Iniciativa de la Franja y la Ruta que pueden generar grandes oportunidades de comercio, trabajo y desarrollo.

Aprovechemos la lección china para emular su perseverancia y dedicación al trabajo. ¡Bienvenidos los capitales chinos!

“No importa el color del gato, lo importante es que cace ratones”. Deng Xiao Ping.

ÁLVARO BARRENECHEA
VICEPRESIDENTE DE CAPECHI

8 EL PERÚ EN LA RUTA DE LA SEDA DIGITAL

LA INICIATIVA DEL GOBIERNO CHINO PARA PROMOVER LA CONECTIVIDAD E IMPULSAR EL COMERCIO DIGITAL CON AMÉRICA LATINA AMPLIARÁ LA INFRAESTRUCTURA DE REDES Y LA PENETRACIÓN DE INTERNET EN TODO EL PAÍS.



30 ESPECIAL: NOVEDADES DE LOS DRAGONES SOBRE RUEDAS

La demanda de vehículos chinos crece en el Perú. Su buena calidad, excelentes prestaciones y precios competitivos los respaldan.

55 整合之路

CAPECHI Trade 是秘中商会的电子杂志, 汇集了中秘贸易的新闻和主角。关注我们的社交网络, 并在秘中商会的网站上免费分享这篇文章: www.capechi.org.pe



24 “CERRAREMOS EL AÑO CON 10% MÁS UTILIDADES”

Gerente general de Luz del Sur, distribuidora propiedad de CTGC, anuncia mejores perspectivas para la empresa en el 2023.



48 ESCENAS DE LA VIDA ANIMAL

Un viaje de negocios a China debe incluir una visita a estos lugares. Los zoológicos y acuarios chinos sorprenden y encantan a los turistas.



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@capechi.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.

IVO ZHAO
Minera Las Bambas S.A.

JOSÉ SAM YUEN
Corporación Sam S.A.

MARIO GONZALES DEL CARPIO
Luz del Sur S.A.A.

Gerente General
TERESA JOO LAMG DE SIU

Director Ejecutivo
JORGE CHIAN CHONG

Gerente de Comercio Exterior
PABLO MATOS LEÓN

Comité consultivo de Capechi

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.
Matamoros 157 of. 102, 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
GIULIANA LÉVANO C.

Redacción
SERGIO CARRASCO
SONIA MILLONES
LEWIS MEJÍA
CECILIA ARIAS

Columnistas
CARLOS AQUINO
IVO ZHAO

Fotografía
PAUL VALLEJOS
SHUTTERSTOCK

Diseño y diagramación
ROCÍO CASTILLO GARCÍA

Corrección
MARÍA JIMÉNEZ RIVAS

TRADUCCIÓN:
GRECA LI

Coordinación
CECILIA ARIAS

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



Minería para el
progreso

开采美好未来

Hacemos minería con el fin de **promover el desarrollo sostenible** de nuestra gente, de las comunidades de nuestro entorno, la Región Apurímac y del Perú.



www.lasbambas.com | www.mmg.com





VENTAS EN ALZA

China superó los 3 millones de unidades de Vehículos de Nueva Energía (VNE). Entre enero y mayo sus exportaciones se dispararon en 160%.



VINOS DE ORIENTE

La importación de vinos en China alcanzó los 1,440 millones de dólares el año pasado. Ningxia, la capital china del vino, produce 138 millones de botellas de vino al año.

LA POSITIVA LANZA CAMPAÑA SOBRE PREVENCIÓN

De la mano con la canción "Carol quiere un viaje a Londres", del grupo Río, La Positiva Seguros lanza su campaña de marca "Disfruta el lado positivo de la vida", que busca despertar conciencia en las personas sobre la importancia de contar con un seguro para afrontar situaciones críticas que se pueden presentar en algún momento de la vida.

Solo seis de cada cien peruanos cuenta actualmente con un seguro, una cifra que indica la falta de una cultura de prevención. "En los momentos más complicados, un seguro se convierte en nuestro principal aliado", dice Silvana Orezza, gerente de Marketing, Clientes y Canales Digitales de La Positiva.

La compañía tiene 85 años en el mercado peruano brindando confianza y protección a sus asegurados.



IMPULSO A LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS

La ministra de Desarrollo Agrario y Riego, Nelly Paredes, se reunió con el ministro de Agricultura y Asuntos Rurales de la República Popular China, Tang Renjian, para abordar temas de interés bilateral.

Entre ellos, se trató acerca de la necesidad de exportar productos como la pitahaya, palta, mango, arándanos y uva de mesa por vía aérea para agilizar el flujo comercial, que se ve limitado al hacerse por vía marítima.

El ministro chino indicó que están interesados en brindar colaboración técnica al gobierno peruano en investigaciones sobre el cultivo de quinua, de la que el Perú es el principal productor y exportador mundial.

EXPORTACIONES SE RECUPERAN

Al cierre de los primeros cuatro meses del año, el Perú logró exportar a China, Estados Unidos y la Unión Europea un monto de 12,800 millones de dólares, cifra 8.5% mayor a la que registró el año anterior en el mismo período.

El ministro de Comercio Exterior y Turismo, Juan Carlos Mathews, informó que China es el primer destino de nuestras exportaciones, con envíos que suman 7,529 millones de dólares

en el primer cuatrimestre, 6.6% mayor en relación a los primeros meses del año pasado. Los productos principales de la canasta exportadora son la pota, así como zinc, plomo y cobre.

"Estamos negociando un TLC con Hong Kong, además de acordar el inicio de negociaciones con Indonesia y retomarlas con la India", señaló el ministro.



联 Lián



CONECTAR

CON CHINA ES...

“Negociar exitosamente con empresarios del gigante asiático”



Cursos *in house* para Organizaciones

“Destacar en el ámbito profesional”



Cursos para personas a partir de los 14 años

“Estar un paso adelante en mi formación educativa”



Cursos para niños de 5 a 13 años

En el **Instituto Confucio** tenemos **más de 14 años** enseñando y difundiendo la lengua y la milenaria cultura china en nuestro país. Nuestros **cursos de Chino Mandarín, presenciales y no presenciales**, están diseñados para lograr el aprendizaje de todo tipo de público, de manera que cumplan sus metas en un contexto donde dominar este idioma es cada vez más importante, a raíz de la estrecha y fortalecida relación del Perú con China.

Av. Universitaria 890, San Miguel,
(cruce con la Av. La Marina), Lima 32, Perú
Correo: estudiaenconfucio@pucp.edu.pe
confucio.pucp.edu.pe

Síguenos en:



Contáctanos:

 **932 038 167**



Certificados internacionalmente



Management System
ISO 9001:2015

www.tuv.com
ID: 9105643180




INSTITUTO
CONFUCIO
PUCP

**UNA OPORTUNIDAD PARA
MEJORAR LA CONECTIVIDAD**

EL PERÚ EN LA RUTA DE LA SEDA DIGITAL

La Ruta de la Seda Digital es una serie de proyectos orientados a impulsar la infraestructura tecnológica, el comercio digital y la interconectividad en los países que conforman la Iniciativa de la Franja y la Ruta, impulsada por China y de la cual el Perú forma parte. ¿Cómo se puede aprovechar esta herramienta?

Escribe SONIA MILLONES ALVARADO



Luz Calle, profesora de una escuela de primaria en un caserío del distrito de Pacaipampa, en Ayabaca, en la sierra de Piura, tiene problemas a menudo para conectarse por internet, seguir programas de capacitación docente en línea y leer las noticias diarias para estar actualizada. Su formación profesional y la de sus alumnos mejoraría si contara con una buena conectividad digital. ¿La Ruta de la Seda Digital (RSD), impulsada por China, podría contribuir a satisfacer esta demanda?

Para Juan Carlos Capuñay, exembajador de Perú en China y Japón, la RSD representa una oportunidad para mejorar la infraestructura tecnológica e interconectividad digital. “Lo real es que no hay una eficiente conexión a internet en todo el país: esa es una gran traba. Mientras no la tengamos, no se puede garantizar el desarrollo sostenible”, asegura.

Los países necesitan infraestructura accesible para expandir su conexión de internet y celulares. En ese aspecto, la RSD se presenta como una herramienta que puede ser mejor aprovechada por el Perú, subraya.

Pero ¿qué es la Ruta de la Seda Digital y cómo surgió esta iniciativa? En el año 2013 el gobierno de Xi Jinping lanzó la Iniciativa denominada la Franja y la Ruta como un instrumento de política exterior que contempla la construcción de infraestructura física, corredores ferroviarios y puertos marítimos para potenciar la conexión comercial entre países.

“La Iniciativa responde a un nuevo enfoque de Xi, en la que se apuesta por establecer vínculos de acercamiento con el exterior para asegurar un desarrollo y crecimiento armónico en el interior. El gobierno chino privilegia la buena relación con más países para contar con mejores recursos y así garantizar el desarrollo en China”, señala Capuñay.

Desde 2017, la Ruta de la Seda Digital ha promovido la construcción de infraestructura digital, el aumento de la tasa de penetración de internet, la interconexión, innovación y digitalización de los países de América Latina que pertenecen a la Iniciativa de la Franja y la Ruta, de la cual el Perú forma parte.

COOPERACIÓN TECNOLÓGICA

La colaboración económica digital de China con países a lo largo de la Franja y la Ruta se realiza a través de diversas modalidades. China ha firmado memorandos de entendimiento sobre la cooperación de la Ruta de la Seda Digital con 17 países y establecido un mecanismo de cooperación bilateral de comercio electrónico de la Ruta de la Seda con 23 naciones, construyendo un total de 34

cables terrestres transfronterizos y múltiples conexiones internacionales marítimas con países limítrofes, según un informe del Partido Comunista de China (PCCh).

“Una característica de esta iniciativa es que las naciones interesadas establecen su propio cronograma y modalidad de integración. Los procedimientos los fija el país interesado, no se le impone nada”, sostiene.

No hay información sobre los requisitos oficiales para determinar qué proyectos forman parte de la Ruta de la Seda Digital; no obstante, algunos criterios apuntan a que varios de estos se generan a través de empresas chinas que obtienen apoyo de su gobierno para su expansión comercial en el exterior. Además, otros proyectos se financian con préstamos de

PUERTO DE DATOS

EL MEGAPUERTO DE CHANCAY PUEDE CONVERTIR AL PERÚ EN UN HUB DE COMUNICACIONES DIGITALES CON ASIA

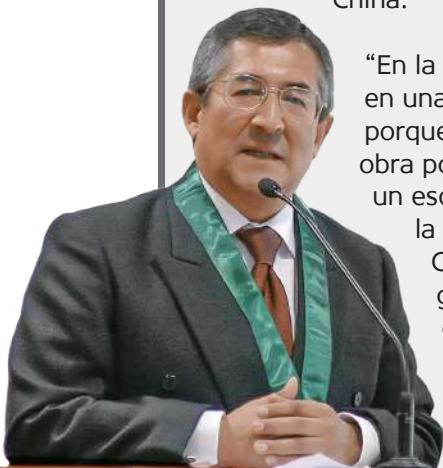
Capuñay refiere también que la obra del megapuerto de Chancay, que se ejecuta con capitales chinos en el marco de la Iniciativa de la Franja y la Ruta de la Seda, representa una gran oportunidad para desarrollar mayor cooperación tecnológica y digital con China.

“En la actualidad estamos en una situación de ventaja porque a través de esta obra podemos pensar en un esquema integral de la Ruta de la Seda. Contaremos con un gran centro logístico, el más importante del Pacífico Sur. Esto se puede vincular con

la Ruta de la Seda Digital y posicionar al Perú como un *hub* (centro logístico) de comunicaciones con Asia”, afirma.

En su opinión, para el puerto multipropósito de Chancay se apostará por un plan de modernización tecnológica con redes inalámbricas de alto rendimiento, para operar con altos estándares y proveer servicios de datos de última generación con mucha rapidez y alcance.

Se podría proyectar un puerto digital en el que la captura y transmisión de datos en tiempo real permitirá modernizar los flujos de información sobre cargamento, emisores, destinatarios, además de mejorar los procesos de planificación, operaciones y seguridad.





La velocidad de banda ancha es deficiente en las regiones de la sierra y selva del Perú. La Ruta de la Seda Digital ofrece una oportunidad para mejorar esta condición.

bancos chinos como Export-Import Bank of China (EximBank).

La gigante tecnológica china Huawei, por ejemplo, tiene una participación muy importante en el Perú con innovadores servicios en la nube para almacenamiento informático, redes, base de datos, *big data*, además del desarrollo de proyectos de cooperación con universidades peruanas. En noviembre de 2022, Huawei firmó acuerdos con la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) y la Universidad Nacional del Altiplano (UNAP) para promover el talento digital en esos centros de estudios.

En febrero de este año Centrum PUCP, la escuela de negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, estableció una alianza con Huawei del Perú para que sus estudiantes tengan acceso a conferencias tecnológicas, plataformas de entrenamiento y visitas a las oficinas y plantas de la mencionada empresa de tecnología en China.

Pero la Ruta de la Seda Digital no implica sólo a Huawei, considerado como líder mundial en redes 5G y uno de los proveedores de equipos de telecomunicaciones más grandes del mundo. También otros gigantes tecnológicos como Tencent, Alibaba, ZTE, Xiaomi, y empresas con aplicaciones como

Didi, tienen un significativo rol en varios países latinoamericanos, entre ellos el Perú.

Para Capuñay, la presencia de estas y otras empresas representa una oportunidad para desarrollar mayor cooperación tecnológica y digital con China.

EL MODELO CHINO

China tiene mucho conocimiento digital que compartir con el Perú y el mundo. De acuerdo con un informe publicado por la Administración del Ciberespacio de China, la capacidad de innovación de tecnología digital de ese país ha mejorado rápidamente en los últimos años, especialmente en las tecnologías emergentes como inteligencia artificial, computación en la nube, macrodatos, cadena de bloques, información cuántica y creación de ciudades inteligentes.

Entre 2012 y 2021, la penetración de internet en China creció desde un 42.1 por ciento hasta un 73 por ciento. Todas las ciudades de nivel de prefectura han sido cubiertas por redes ópticas. Producto del desarrollo de la infraestructura digital se establecieron nuevos modelos de negocio, comercios en línea, pago móvil, innovadoras plataformas de educación virtual y de servicios gubernamentales,

“El servicio de internet en el oriente peruano es 100% más lento en comparación con el de Lima, y las tarifas en la selva peruana son hasta cuatro veces más elevadas”

destaca un informe del Partido Comunista de China (PCCh).

En el Perú, si bien en los últimos años se ha notado un incremento de alrededor de 50% en la penetración de hogares con internet y las conexiones con fibra óptica se expandieron a velocidad rápida, esto solo ha ocurrido en las grandes ciudades. Hay varias zonas del país que siguen rezagadas, principalmente en la sierra y la selva, en donde no se cuenta con una buena velocidad de banda ancha. Por ejemplo, el servicio de internet del oriente peruano es 100% más lento en comparación con el de Lima y las tarifas en la selva peruana son hasta cuatro veces más elevadas, según un reporte elaborado por Optical Networks.

Ello evidencia los problemas del país y la necesidad de invertir en mayor infraestructura tecnológica, así como en softwares, que se traduzca en la generación de plataformas digitales y desarrollo en inteligencia artificial.

“La Ruta de la Seda Digital, por donde se le mire, representa una buena oportunidad para que el Perú mejore su infraestructura tecnológica, pero se tiene que avanzar sin pisar callos”, remarca.

Para el diplomático peruano, ante este panorama el gobierno peruano tiene el desafío de apostar por un planeamiento estratégico integral digital, y el sector empresarial también debe tener un rol más activo en la elaboración de propuestas de negocio, implementación de tecnologías y convenios.

Si bien en varios países hay intentos de bloquear inversiones chinas por temor al espionaje y a la copia de tecnología, el Perú debe apostar por el pragmatismo y enfocarse en lograr atraer más inversión para conseguir más transferencia tecnológica y que se establezcan buenas condiciones a la hora de redactar un convenio, concluye Capuñay. **CT** ◀

Entre 2012 y 2021, la penetración de internet en China creció desde un 42.1% hasta un 73%.



LUZ DEL SUR

RENUUEVA SU FLOTA CON VEHÍCULOS 100% ELÉCTRICOS

Las nuevas unidades de Luz del Sur pueden generar un ahorro de hasta 75% en costos de combustible

Luz del Sur ha optado por una alternativa más sostenible al renovar su flota de operación. El 9 de mayo se presentaron las primeras 20 pick-ups 100% eléctricas, con el objetivo de promover la electromovilidad en el país y demostrar su viabilidad en el Perú.

A la presentación de la flota, convocada por el Gerente General de Luz del Sur, Mario Gonzales del Carpio, acudieron importantes autoridades del Estado, como el Teniente Alcalde de Lima, Renzo Reggiardo Barreto, y la Ministra del Ambiente, Albina Ruiz Ríos. Asimismo, se contó con la valiosa presencia del Vicepresidente del Directorio de Luz del Sur, Weihua Qu.

LA MARCA JAC SE IMPUSO ANTE DONGFENG Y MAXUS

En un concurso convocado por Luz del Sur para la adquisición de pick-ups eléctricas, las marcas finalistas fueron JAC, Dongfeng y Maxus, resultando ganadora la marca JAC.

La flota se empleará para la operación diaria de supervisión, mantenimiento, atención de interrupciones y nuevas solicitudes en la zona de concesión de Luz del Sur, y se espera que muestren las mismas prestaciones que las unidades que la empresa usa actualmente.

RECARGA, MANTENIMIENTO Y RECICLAJE DE LAS BATERÍAS

La batería es el alma de cualquier vehículo eléctrico y el componente más costoso de este tipo de unidades. Se estima que las baterías tengan un período de vida útil de ocho años, después de lo cual se planea reemplazar las unidades y enviarlas al fabricante para su reciclaje correspondiente.

Además, la empresa eléctrica ha implementado la estación de carga privada más grande del Perú para su flota eléctrica.

INICIATIVA SOSTENIBLE DE LUZ DEL SUR ESPERA APOYO DEL GOBIERNO

Como parte de su iniciativa, la empresa espera reducir sus emisiones de CO₂ y contribuir al cuidado del medio ambiente. Su objetivo es reemplazar el 10% de su flota por unidades eléctricas, alcanzando un total de 50 unidades



La flota de vehículos eléctricos de Luz del Sur es parte de la transición hacia la movilidad sostenible. Veinte camionetas pick-up 100% eléctricas fueron presentadas el pasado 9 de mayo.

para fines de 2023. En los próximos tres años, planean reemplazar gradualmente la totalidad de su flota operativa. Esto cumple con el propósito de promover la sostenibilidad, reducir las emisiones y la contaminación acústica, y mejorar la calidad de vida de sus clientes y la comunidad.

Las pick-ups eléctricas de la flota, que ya circulan por las calles, son fácilmente reconocibles como unidades libres de emisiones, lo que contribuye significativamente a la reducción de la contaminación ambiental. Con esto en mente, se busca crear conciencia y fomentar el crecimiento del ecosistema de la electromovilidad en el país.

Luz del Sur cree firmemente que el uso de la tecnología es un factor decisivo para generar eficiencia y proteger el medio ambiente, por lo cual ha tomado la decisión de electrificar su flota vehicular, con la esperanza de que otras empresas sigan su ejemplo. Sin embargo, también esperan el respaldo del Gobierno y la ejecución de medidas necesarias para contar con incentivos, especialmente de naturaleza tributaria, como se ha aplicado en todos los países en los que la electromovilidad se viene implementando.

13 años del TLC con China

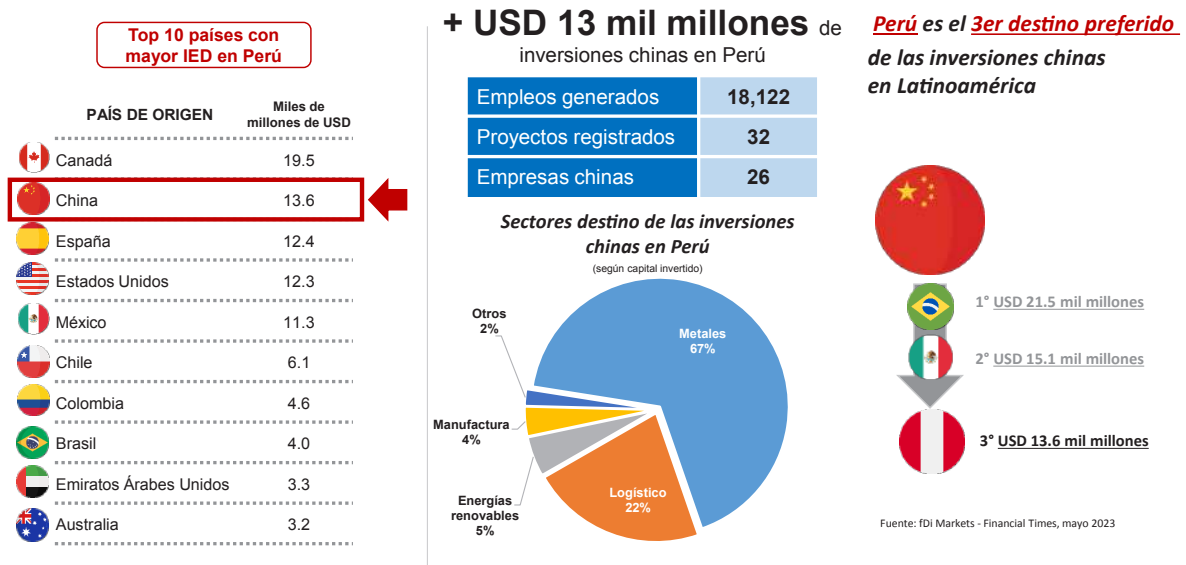
RESULTADOS CONVINCENTES

Hace unos días culminó en Beijing la quinta ronda de negociaciones para la optimización del TLC Perú-China. Son ya 13 años de vigencia de este acuerdo que ha traído innegables beneficios para el intercambio bilateral. En días pasados el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Juan Carlos Mathews, fue ponente en un desayuno empresarial organizado por CAPECHI. Los gráficos que mostramos a continuación fueron

parte de su exposición y en ellos se refleja la dinámica relación que, en distintos sectores económicos, se ha establecido entre ambos países.

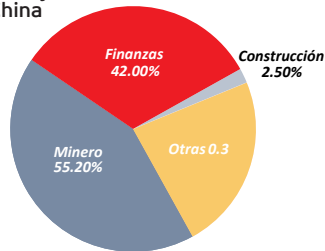
En este número encontrarán también un artículo elaborado por dos investigadores del Centro de Estudios de China y Asia Pacífico de la Universidad del Pacífico, en el que se analiza la evolución de las importaciones peruanas y la utilización de las preferencias otorgadas por el Tratado de Libre Comercio con China, hoy en vías de actualización. **CT**

CHINA ES EL PAÍS ASIÁTICO CON LA MAYOR CANTIDAD DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA (IED) EN EL PERÚ EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS



PERÚ-CHINA: UNA RELACIÓN CON GRANDES BENEFICIOS PARA LA ECONOMÍA PERUANA

Inversión extranjera directa de China en Perú



Fuente: ProInversión



Energía

- Central Hidroeléctrica San Gabán III y Chaglla.



Transportes

- Hidroavía Amazónica.



Telecomunicaciones

- Instalación y creación de banda ancha para la región Amazonas, Áncash, Ica, Arequipa, La Libertad y San Martín.



Carreteras y Ferrocarriles

- Mejoramiento y conservación de la carretera Huánuco - La Unión - Huallanca.



Puerto

- Puerto de Chancay.



Mineros

- El Galeno, Río Blanco, Pampa de Pongo, Ampliación Toromocho, Don Javier, Ampliación Shouxin y Chalcobamba Fase I.

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS PERUANOS EN CHINA 2023

 Perú Moda Beijing (Beijing, 25-29 marzo)	 Shenzhen Fisheries (mayo) Sial Shanghai (mayo) Foro Ingredientes Alimentarios (Shanghái, mayo) Promoción de productos pesqueros: pota y langostino (Beijing, julio) China Fisheries (Qingdao, 25-27 octubre)	 Promoción de café con SINOPEC (Beijing, abril) Hotelex Shanghái (Shanghái, 29-31 mayo al 01 junio) Cata de café GZ (Shanghái, por definir) Cafeex (Shanghái, 29-31 diciembre)	 BAP UNIÓN (Shanghái, 18-22 setiembre)
--	---	--	---

2023: Webinars de turismo - Door to door

ACTIVIDADES VIRTUALES DE CAPACITACIÓN Y PROMOCIÓN Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Canal Comercial - B2B	Consumidor final - B2C
<p>E - learning (actividad continua) Plataforma de capacitación dirigida a agentes de viajes chinos sobre el destino Perú, alojado en WeChat.</p> <p>Nro. Capacitados: +9,500 (hasta abril)</p> <p>Rueda de Negocios China Shanghái (20 de octubre) Hong Kong (23 de octubre)</p> <p>Feria ITB Asia (25 - 27 de octubre) Se realiza en Singapur. 16% compradores son de China.</p>	<p>Gestión de redes sociales (actividad continua) Cuenta oficial de Peru travel en las principales plataformas chinas, con contenido exclusivo de turismo.</p> <p>Resultados a la fecha WeChat Channels: +6 millones vistas en videos Douyin: +8 millones vistas en videos Weibo: +21 millones en alcance WeChat: +242 mil en alcance</p>
<p>Nro. Co-expositores: 10 peruanos (productos y tour operadores) Citas de negocios: 500 citas</p> <p>Nro. Co-expositores: 04 peruanos Citas de negocios: 120 citas</p>	<p style="text-align: center;"> WeChat </p> <p style="text-align: center;"> WeChat Channels </p> <p style="text-align: center;"> Douyin </p> <p style="text-align: center;"> Weibo </p>
<p>Contenido detallado (artículos)</p>	<p style="text-align: center;">Contenido alto impacto (videos cortos y publicaciones)</p>

LI QIANG, NUEVO PREMIER DE CHINA

* Carlos Aquino

EL MANEJO DE LA ECONOMÍA CHINA EN UN ENTORNO COMPLICADO

Li Qiang es el actual premier de la República Popular China y acompaña al presidente Xi Jinping en su tercer mandato de cinco años. Como premier, es el segundo en la jerarquía del Estado chino después de Xi y también el segundo en la jerarquía del Partido Comunista chino.

Li Qiang ha trabajado con Xi Jinping por varios años y se le considera un cercano aliado del presidente. Como todos los dirigentes del partido que asumen altos puestos en el gobierno, Li tiene una larga trayectoria también como administrador y funcionario estatal.

Antes de ser nombrado oficialmente premier, en marzo de este año, fue, por ejemplo, gobernador de la provincia de Zhejiang (2012-2016) y luego secretario general del Partido Comunista de Shanghai (2017-2022) hasta su elección como miembro del Comité Permanente del Politburó en octubre del 2022.

En su cargo actual, una de las principales funciones de Li es la de dirigir la economía de su país. China enfrenta un panorama complicado en el terreno internacional con la agudización de la competencia que tiene con Estados Unidos, donde la administración del presidente Biden está implementando políticas más estrictas para restringirle el acceso a tecnologías más avanzadas, que China aún tiene que importar. Por ejemplo, desde octubre del año 2022 los Estados Unidos buscan negar a China el acceso a semiconductores avanzados que puedan ser usados para la inteligencia artificial, y también alista la participación de sus aliados (como Holanda y Japón) para restringirle el acceso a maquinaria, partes y componentes vitales para fabricar esos semiconductores.

UN "PRO-BUSINESS"

Pero el desafío también es interno. Recién a fines del año pasado China puso fin a su estricta política de "COVID Cero", que restringía la actividad económica en cualquier lugar apenas se detectara un contagio del virus, mientras que en todo el mundo la situación ya se había normalizado. A raíz de eso, el país experimentó un crecimiento económico de solo 3% el 2022, cuando en marzo se anunció que se esperaba alcanzar un crecimiento de 5.5%. También implementó hace dos años una política de mayor control sobre sus empresas de alta tecnología, simbolizada por las restricciones que puso al accionar, por ejemplo, de Alibaba y de su fundador, Jack Ma, probablemente el símbolo del capitalismo o emprendimiento chino.

Es en este entorno que Li Qiang tiene que manejar la economía china. Si bien es cierto que se lo responsabiliza por haber implementado la estricta cuarentena de dos meses que atravesó Shanghai en abril y mayo del año pasado, por otro lado también se le reconoce que durante su gestión en la megaciudad china trató de favorecer la actividad privada y puso un énfasis mayor en la economía.

El haber manejado Shanghai, la ciudad más próspera de China y uno de los centros económicos, tecnológicos y financieros más importantes del mundo, que alberga el puerto de contenedores más activo del planeta, le debería servir en la conducción de la economía china. **CT**



* Director del Centro de Estudios Asiáticos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.



DERCO
center

HAVAL

ESPECIALISTAS EN SUV

SIENTE EL PODER DE TENERLO TODO



WWW.HAVAL.PE



SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

SENTIDO DE FUTURO

Las políticas empresariales de sostenibilidad avanzan en el mundo y el Perú no es ajeno a esta tendencia. Las inversiones chinas en el país se suman a la generación de impactos positivos que contribuyan al beneficio social y ambiental.

Escribe SERGIO CARRASCO

U

na reciente investigación de mercado de Arellano Consultoría (Estudio de Marcas 2023) ofrece señales claras del creciente interés y preocupación en el Perú respecto de las alianzas entre empresas del sector privado y el Estado, orientadas al

desarrollo de la comunidad y al cuidado del medio ambiente. Resulta evidente entonces que la ciudadanía está cada vez más atenta a los compromisos de las marcas –para decirlo en términos empresariales– con la sostenibilidad pura y dura.

Se trata, ciertamente, de una tendencia que avanza a nivel global. En la región, una investigación de la consultora BCG señala que para el 71% de los latinoamericanos la sostenibilidad es un asunto de interés en su vida cotidiana. Esto se ve reflejado en las cifras de búsquedas de Google Trends: en el último lustro, la tendencia de búsqueda del término “economía circular” aumentó notablemente en toda la región.

Cifras a enero de 2021 sobre la situación de la sostenibilidad en el ámbito empresarial recogidas por Perú Sostenible, red de empresas

que promueve el desarrollo sostenible del país, muestra la dimensión de los progresos al respecto:

- **Más de 65 empresas cuentan con la certificación B** (reconocimiento otorgado a aquellas que utilizan el poder del mercado para dar soluciones concretas a problemas sociales y ambientales);
- **Aproximadamente son 265 las empresas que se encuentran registradas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL)**, y por tanto, conforme a lo dispuesto por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), desde 2025 tienen la obligación de presentar reportes de sostenibilidad.
- **82 empresas nacionales están adscritas al Global Compact o Pacto Global**, iniciativa internacional de Naciones Unidas que promueve el desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial.
- **Hasta el año 2019, 594 empresas peruanas presentaron un total de 1,072 reportes de sostenibilidad GRI**. Esto significa que siguen los estándares de la Global Reporting Initiative, organización sin fines de lucro fundada en 1997 por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el Ceres y Tellus Institute y opera a nivel internacional con el propósito de introducir los reportes de sustentabilidad como práctica estándar entre empresas y otras organizaciones.

Normas legales como la Ley de Sociedades de Beneficio e Interés Colectivo (también llamada ley BIC), que establece un marco jurídico apropiado y reconoce que las empresas privadas están obligadas a generar impactos positivos, vinculando su actividad económica con el alcance de objetivos de beneficio social y ambiental, representan un avance para el propósito de la actividad económica sostenible.

ACCIONES PUNTUALES

Sin embargo, de otro lado también existen obstáculos a superar. Perú Sostenible identifica entre ellos a las regulaciones y la escasez de vías dirigidas a la adaptabilidad. Asimismo, al elevado índice de informalidad (76.8%) en la actividad empresarial, que restringe el horizonte de proyección de la misma al corto plazo, lo cual conspira contra la posibilidad de impactos o generaciones futuras.

Por su parte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) señala, entre los grandes desafíos a los que se enfrenta el país para lograr un desarrollo sostenible, a la crisis climática, la profundización de las desigualdades, la informalidad y la precariedad laboral.

CAPECHI Trade consultó con un conjunto de inversionistas chinos en el Perú de distintos sectores de la actividad económica sobre sus políticas empresariales de sostenibilidad y esto fue lo que encontramos:

La compañía de seguros y reaseguros La Positiva, cuyo accionista mayoritario desde 2019 es Fidelidade, aseguradora líder en el mercado de Portugal, de la mano de Fosun, reconocido grupo inversor chino que cotiza en la Bolsa de Hong Kong, desarrolla una política de sostenibilidad desde 2018, si bien ha venido implementando diversas iniciativas vinculadas al tema a lo largo de su existencia.

Con su creación, la política de sostenibilidad –afirma la empresa– se convirtió en un pilar estratégico de sus operaciones. Esa política se inspira en las mejores prácticas recogidas en las convenciones y protocolos internacionales, con especial atención a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Cosco Shipping Ports Chancay Perú S.A. (CSPCP), subsidiaria del gigante de la navegación y logística COSCO Shipping, que construye el

“El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo señala, entre los desafíos que enfrenta el país para lograr un desarrollo sostenible, a la crisis climática, las profundas desigualdades, la informalidad y la precariedad laboral”.



Desde hace algunos años, La Positiva cuenta con un programa de voluntariado corporativo llamado "Voluntarios Positivos (V+)", el cual se involucra en diversas actividades en beneficio de la comunidad.

terminal multipropósito de Chancay, señala que, desde su concepción inicial, buscó desarrollar un proyecto portuario con los más altos estándares de calidad y con tecnología de punta, que brinde bienestar a la comunidad, pero que a la vez se integre a una ciudad que progrese con las mismas características.

Con ese propósito, considera indispensable el involucramiento con el cierre de brechas existentes en diversas áreas básicas, en coordinación con las correspondientes autoridades. "Es así como a una sostenibilidad de modelo constructivo y de negocio, asociamos un sostenimiento social y ambiental", afirman.

En el camino, el concepto de sostenibilidad se ha ido adecuando a los cambios generados en la interacción con el entorno a lo largo de las diversas etapas del proyecto. El hundimiento de tierras en el centro poblado de Peralvillo, a la altura del kilómetro 80 de la Panamericana Norte, debido a las obras de construcción del túnel del megapuerto –respecto del cual, al cierre de esta edición, aún se espera el informe pericial del MTC– es sin duda el más importante desafío que debe enfrentar en el corto plazo, en el marco de su política de sostenibilidad.

La minera Las Bambas, que opera en Apurímac la empresa MMG y cuyo mayor accionista es China



El Fondo Social Las Bambas ejecuta diversos proyectos de desarrollo en las provincias de Cotabambas y Grau, en Apurímac, entre ellos la promoción del desarrollo agropecuario.

Minmetals, tiene el declarado compromiso de trabajar en políticas sostenibles adecuadas a las urgencias y necesidades de los tiempos actuales (ver en esta edición el artículo firmado por Ivo Zhao, gerente general de Sostenibilidad y Asuntos Corporativos de la empresa).

SOSTENIBILIDAD Y ODS

Como la gran mayoría de empresas que desarrolla una política de sostenibilidad, La Positiva considera que los Objetivos de Desarrollo Sostenible son una herramienta concreta y eficaz para integrar la sostenibilidad en sus operaciones. "Estar alineadas a ellos nos permite tener una hoja de ruta y transformar nuestro compromiso con la sostenibilidad en hechos. Los ODS también nos han ayudado a identificar los riesgos e impactos del negocio y estar mejor preparados para resolver los retos que se nos presenten en el futuro", afirma su vocero.

Los ejes de intervención estratégicos correspondientes están orientados a la contribución puntual de los ODS 3 (salud y bienestar), OSD11 (ciudades y comunidades sostenibles), ODS 13 (acción por el clima) y ODS 17 (alianzas para lograr los objetivos).

En tal sentido, señalan que velan por la cobertura de servicios de salud esenciales de calidad y

El puerto que construye Cosco Shipping cambiará profundamente la fisonomía y la dinámica económica de Chancay. La empresa impulsa diversos proyectos con el fin de generar sostenibilidad a lo largo del tiempo.



la promoción de la cultura de prevención de salud. También, que llevan a cabo diferentes campañas de donación y, sobre la base de una red de voluntarios, prestan apoyo a poblaciones vulnerables con iniciativas de educación, medioambientales y de ayuda social. Además, que realizan la medición de la huella de carbono de la empresa y programas de reciclaje, y campañas de concientización para el uso eficiente de los recursos. Asimismo, que trabajan de la mano con cinco instituciones para lograr los objetivos planteados, entre otras: Crea Más, Fundación Peruana del Cáncer, Make a Wish, Albergue Casa de Todos, Juguete Pendiente y Albergue Bienaventuranzas.

Por su parte, Cosco Shipping Ports afirma que procura cubrir los 17 objetivos a través de la planificación y desarrollo del trabajo de sus diferentes áreas. Respecto a la futura operación del puerto (que podría sufrir un retraso por la paralización de las obras del túnel, en tanto no se emita el informe respectivo sobre el hundimiento), sostienen que buscarán reducir la huella de carbono, puesto que será un puerto completamente inteligente.

Además, refieren que impulsan diversos proyectos en Chancay que implican mejor

calidad en la prestación de servicios de salud, saneamiento, educación, seguridad, entre otros, los cuales “aportan diversos componentes de una *smart city* que a lo largo del tiempo generarán sostenibilidad”.

En la etapa actual de construcción del puerto, las acciones están enfocadas en el desarrollo de iniciativas orientadas al logro de los ODS relacionados a salud (ODS 3), educación (ODS 4), saneamiento (ODS 6), trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8), y ciudad segura, a través del financiamiento de estudios de preinversión en coordinación con las autoridades competentes. La ampliación de la cobertura a las ODS restantes está sujeta al inicio de la etapa de operación del puerto.

Por lo pronto, además de las labores de limpieza de playas y monitoreo marítimo, CSPCP ha suscrito dos convenios marco para que el distrito de Chancay pueda contar con los servicios básicos indispensables con un desarrollo local importante. Uno de ellos se firmó con el gobierno regional de Lima y el otro con dicho gobierno regional y la municipalidad distrital de Chancay. Sus fines son promover proyectos de inversión en beneficio del distrito y la elevación de su calidad de vida, priorizando la mejora de los servicios de salud, saneamiento y promoción de la calidad educativa. **CT**

“Más de 65 empresas peruanas tienen la certificación B, un reconocimiento a aquellas que utilizan el poder del mercado para dar soluciones concretas a problemas sociales y ambientales”.





Albergue **INSPIRA**
Brindamos de manera gratuita, refugio y alimentación saludable a los niños con Cáncer que vienen de las distintas regiones del Perú a tratarse en la capital.



Cada vez estamos más cerca de mudarnos al nuevo Albergue **INSPIRA**.

Ahora solo nos faltan los acabados.

Ahí, vamos a triplicar el apoyo que venimos ofreciendo, pues podremos atender a 120 personas en simultáneo. Por eso, necesitamos encontrar héroes para nuestros niños.

Si eres un héroe o heroína o conoces a alguno, por favor, contáctanos.

CONTACTANOS:

Números de celular:

915054465

915054451

(Gerencia@inspira.org.pe)

DONACIONES:

CTA BCP **194-2307185-0-98**

CCI: **002-194-00230718509-8-98**

YAPE: **915054451**

Mario Gonzales, gerente general

“AHORA NOS ENFOCAMOS DIGITA

El alto ejecutivo de Luz del Sur ofrece un panorama de los planes de la distribuidora de energía, propiedad de China Three Gorges Corporation, y afirma que en marzo pasado se alcanzó el mismo nivel de consumo eléctrico que en marzo de 2020.



l de Luz del Sur

S MÁS EN LO
AL”



¿**Q**ué inversiones en términos de innovación y tecnología tiene previsto realizar Luz del Sur con la reciente colocación de bonos por 120 millones de soles, que se suma a otros dos montos similares previos?

-Nuestra política de endeudamiento de mediano y largo plazo es de tipo revolvente y busca mantener un flujo constante de deuda. Esto nos permite financiar nuestro capital de trabajo y no solamente un determinado tipo de inversiones. Como parte del presupuesto del año 2023, en lo relativo a tecnología incorporaremos softwares con los que vamos a ser más eficientes en nuestros procesos.

Con ellos mejoraremos nuestras herramientas para controlar las redes, reduciremos los tiempos de reparación y conectaremos a los consumidores con equipos que pueden ser consultados de manera remota para reponer el servicio. También habrá mejoras en los sistemas de pago y de atención a proveedores y clientes, y podremos detectar fallas de manera remota.

-¿Qué planes tiene la empresa para 2023 en cuanto a la expansión y robustecimiento de la red?

-Este año estamos bajando la intensidad, porque hemos tenido unos cuatro o cinco años de un reforzamiento intenso. Hemos hecho nuevas subestaciones y nuevas conexiones y enlaces de media y alta tensión que nos han dado la capacidad de seguir creciendo.

Pero nuestro foco principal está en la parte digital y de tecnología, sin dejar de lado el propósito de llegar cada vez más a los ciudadanos de zonas urbano marginales (ya sea que estén o no formalizadas). Tenemos un estándar de llegada a entre 20 y 30 mil ciudadanos nuevos cada año. Este año nos hemos puesto la meta de llegar a 50 mil, si es posible, y estamos avanzando para que en Pampa Pacta, zona que había sido considerada informal, cerca de Santo Domingo de los Olleros (Huarochiri), cinco mil familias sean conectadas al servicio eléctrico. Hacia fin de año esperamos llegar ahí a diez mil. Existen zonas de Lima donde todavía no hay electricidad y es nuestra responsabilidad ponerla,

siempre y cuando los futuros usuarios cumplan con el requisito de demostrar que son dueños o poseionarios de sus predios.

-¿En qué rubro se espera el mayor crecimiento de ventas físicas de energía?

-Nuestro crecimiento principal está en los rubros comercial y residencial. Nosotros atendemos principalmente a clientes regulados, que consumen hasta una potencia máxima de 200 kw. Superada esta potencia, los clientes pueden optar por ser libres, lo que significa que pueden tener un contrato directo con el generador. La tendencia de crecimiento en clientes regulares es más marcada en el área residencial, en la urbano marginal y en el rubro de comercio.

-Aunque no son un número significativo dentro del total de usuarios, los clientes libres experimentaron un crecimiento de casi 100%. ¿A qué se debe?

-No han crecido los clientes, lo que ha crecido es la demanda de estos. Felizmente, podemos decir que este mes llegamos al mismo nivel de consumo que teníamos en el año 2019, que fue el último año estándar que tuvimos. Eso es bueno, porque quiere decir que estamos recuperando viada.

-Según el giro de actividades, el rubro de clientes industriales ha experimentado en 2022 un decrecimiento de casi 10%. ¿Cómo interpreta Luz del Sur este hecho?

-Nosotros hicimos un mapeo hace cuatro o cinco meses para ver dónde se habían presentado las principales caídas de consumo. De una manera que nos sorprendió, Gamarra había caído drásticamente; también la zona de Risso y, en ese sentido, el descenso en el comercio era evidente. También en la calle Conquistadores en San Isidro y en algunas otras zonas netamente comerciales la caída había sido por encima del cincuenta por ciento o algo menos con respecto al consumo del año anterior. Extrapolando, este mes de marzo hemos tenido la misma demanda que en ese

mismo mes del 2020, lo que nos hace pensar que habría la misma cantidad de comercios activos ya.

VERANO DE CONSUMO

-¿Qué expectativas tiene Luz del Sur respecto de los ingresos y utilidad neta para este año?

-Tenemos un plan para cerrar este año con al menos 10% más de las utilidades del año pasado. Al cierre del primer trimestre estamos por encima de nuestras expectativas y esperamos que se mantenga así por el resto del año. Calculo que deberíamos cumplir la meta e inclusive estar un poco holgados. Nos ha "ayudado" esta ola de calor que ha hecho que el consumo eléctrico (en ventiladores y aire acondicionado) sea mayor.

-¿Cuántas estaciones de carga para vehículos eléctricos tiene previsto instalar?

-Hemos instalado la primera estación de carga eléctrica de alta velocidad. Se ha comentado que ya existen alrededor de 40 en el Perú. Es cierto, pero son cargadores simples, lentos. El que hemos instalado en Miraflores es un cargador con dos salidas, una rápida y la otra mediana. La primera permite que un auto eléctrico se cargue completamente en 30 minutos, dando al vehículo de 300 a 400 km de recorrido.

Esta es la primera estación de un plan que vamos a desarrollar. Ya llegaron nuestras 20 camionetas pick up JAC totalmente eléctricas y solo están esperando las placas de rodaje para circular, calculamos, a fines de mayo. Son las primeras de un total de 50 que este año vamos a traer. El objetivo es reemplazar la mayor parte de la flota (500 vehículos) en los próximos tres años para desmontar el mito de que en Lima no pueden circular autos eléctricos. También estamos trabajando en una campaña para implementar electrolineras en algunos centros

“Tenemos un plan para cerrar este año con al menos 10% más de las utilidades del año pasado. Al cierre del primer trimestre estamos por encima de nuestras expectativas y esperamos que se mantenga así por el resto del año”.

“A VECES ME SORPRENDO”

-¿Cómo es la experiencia de trabajar para una empresa china?

-Es un aprendizaje. Me llama mucho la atención, algunas cosas me sorprenden. Hay cosas bien interesantes. Abre las puertas para ver más allá de lo que uno tiene en un medio como Lima o el Perú.

Cuando compartimos experiencias con los ejecutivos chinos, vemos que ellos tienen una cultura de muchos años. Son muy disciplinados y tienen una cantidad de

experiencia en el mundo contemporáneo. Tengo que decir que a veces me frustró un poco y otras me toma tiempo. Hay que hablar de algunos temas muchas veces hasta que finalmente se toma una decisión. Pero eso también es algo que hay que aprender y ver cómo se maneja. Es un reto: hay una valla cultural y comunicacional. Hay una diferencia horaria y por ello hay que trabajar más horas. A veces, en estas comunicaciones a distancia o por teléfono, algunas cosas se tienen que repetir varias veces.

comerciales, supermercados y estaciones de gasolina.

GENERAR ENERGÍA LIMPIA

-¿La reciente decisión de Luz del Sur de adquirir Sojitz Arcus, propietaria de dos centrales de energía solar en Arequipa, es señal de que están considerando inversiones en generación eléctrica eólica e hidroeléctrica?

Hay un compromiso de CTGC de colaborar con un ambiente más limpio a escala global. De nuestros 1.26 millones de clientes, unos 300 son libres. No son de bajo consumo, sino que tienen industrias. A ellos tenemos que garantizarles un precio eficiente y que provenga de fuentes renovables. Esa es nuestra visión a largo plazo: tener una determinada cantidad de grupos de generación de energía renovable y limpia que permita entregar a nuestros clientes libres esta energía de manera competitiva.

-La venta de Enel a Southern Power Grid International (CSGI) ha motivado preocupaciones respecto del control del mercado eléctrico y la posible generación de precios excesivos por el consumo de energía eléctrica. ¿Qué opina sobre estos dos temas puntuales?

-Los monopolios naturales en las economías son las empresas de distribución de agua y de electricidad. Son naturales porque no hace sentido tener dos redes de agua para competir

y atender a los clientes. Para eso se forma un monopolio y se le da una zona de concesión. Para que no haga abuso de la condición de dominio, se traslada la definición de sus tarifas a un regulador.

En el caso del sector eléctrico, el encargado es OSINERGMIN. Esta regulación ya ha demostrado en el tiempo, y no solamente en el Perú, que funciona. Lo que se busca es que la empresa compita consigo misma. El distribuidor simula idealmente en el área de la concesión una empresa eficiente, con costos razonables. Eso garantiza el modelo de una empresa eficiente, lo que se traslada al precio de la tarifa de distribución. Ese precio se discute en audiencias públicas cada cuatro años y se publica en la página web de OSINERGMIN. Y esas tarifas son las que cobramos a los usuarios finales. Por lo tanto, no podemos decir que porque ahora tal empresa es dueña de una distribuidora va a subir el precio o va a bajarlo. Independientemente de la nacionalidad del accionista, el organismo regulador va a seguir haciendo su trabajo y va a fijar la tarifa de distribución eléctrica.

Y hay algo más importante aún: de cada cien soles que se paga de tarifa eléctrica, a la distribución le corresponde solamente 25, a la generación 55, a la transmisión 10 y los otros 10 se cargan para servicios de generación de emergencia, el nodo energético sur, el FISE (Fondo de Inclusión Social de Energía) para dar subsidio a la gente de menos recursos. Se está generando mucho ruido innecesario por este tema. **CT**◀

* Ivo Zhao

MINERÍA SOSTENIBLE: UN COMPROMISO INELUDIBLE

La minería sostenible es un tema crucial en la actualidad, ya que el mundo enfrenta problemas graves como el cambio climático, la desigualdad social y la debilitada protección de los derechos humanos. En este sentido, Minera Las Bambas, operación en Perú de Minerals and Metals Group, MMG, se ha comprometido a trabajar en políticas sostenibles que se ajustan a las necesidades y urgencias de nuestro tiempo.

DESCARBONIZACIÓN

Alineada con los Objetivos del Acuerdo de París, uno de cuyos firmantes es el Perú, y en línea con la finalidad del Consejo Internacional de Minería y Metales (ICMM), del cual MMG es miembro, Minera Las Bambas tiene la meta de reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en 40% para el año 2030 en los alcances 1 y 2, y llegar a las 0 emisiones netas en el año 2050.

Ya tenemos un avance muy importante. La totalidad de la energía eléctrica requerida por nuestras operaciones, que hasta hace un año representaba el 27% de nuestras emisiones, actualmente proviene en forma exclusiva de fuentes renovables y limpias.

En la hoja de ruta de la empresa, que avanzamos a gran velocidad, figura también el reemplazo del diésel por combustibles más limpios, como el biodiésel y el hidrógeno, tanto en nuestra flota de camiones y equipos como en la de nuestros proveedores.

DESARROLLO

Minera Las Bambas ha tenido un impacto benéfico en la economía peruana, ya que representa el 1% del PBI del país y su cadena de valor involucra 75,000 puestos de trabajo (directos, indirectos e inducidos). En 2022, la empresa exportó por un valor de US\$ 1,900 millones, lo que supera el monto de las exportaciones conjuntas de uvas y arándanos.

No obstante, su impacto más significativo se ha registrado en la Región Apurímac, una de las más pobres del Perú. Durante la etapa preoperacional (2007-2015), el promedio del PBI de la región fue de S/ 2,000 millones, cifra que, en la etapa operacional (2016-2021), se elevó a S/ 7,000 millones. En 2021, el PBI per cápita de la región alcanzó los S/ 15,282, superando el promedio nacional y convirtiéndose en una de las ocho regiones con mayor PBI per cápita en el país.

En la provincia de Cotabambas, zona de influencia directa de la empresa, también se trabaja intensamente en programas de empleabilidad y desarrollo empresarial para incorporar a la población a su cadena de valor. En 2022, se suscribió el contrato con la empresa comunal Apu Llallawa, de Fuerabamba, para el transporte de concentrado con una flota de 50 camiones de última



* Gerente general de Sostenibilidad y Asuntos Corporativos de Minera Las Bambas.



generación, que cumplen los estándares y la normativa de emisiones Euro 5.

DERECHOS

Desde el año 2005, Minera Las Bambas se ha esforzado por garantizar un espacio de trabajo seguro y saludable para sus trabajadores, donde se promueve un trato equitativo y se valoran la diversidad y la inclusión en términos de género, edad, antecedentes culturales y étnicos, religión, orientación sexual y discapacidad. La empresa se ha esmerado en crear un lugar de trabajo libre de acoso y discriminación, y por garantizar el

respeto y la protección de los derechos humanos. En ese sentido, MMG es una de las empresas suscritas a los Principios Voluntarios en Seguridad y Derechos Humanos.

En resumen, Minera Las Bambas se posiciona como un ejemplo de minería sostenible, demostrando que es posible combinar el desarrollo económico con el cuidado del medio ambiente, el bienestar de las comunidades y el respeto a los derechos humanos. Su compromiso y acciones en estas áreas fundamentales son un llamado a la industria minera a adoptar prácticas responsables y a contribuir positivamente al futuro sostenible de nuestro planeta.



● ● ● Experiencia y eficiencia en perforación diamantina y geotecnia

Somos una empresa nueva, pero avalada por profesionales con más de 25 años de experiencia en la minería, que ofrece una propuesta de valor diferenciada, alta tecnología y servicios de calidad para atender a nuestros clientes con eficiencia y puntualidad.



MERCADO AUTOMOTRIZ

DRAGONES SOBRE RUEDAS

China se convirtió en el primer trimestre de este año en el mayor exportador de autos del mundo, desbancando a Japón de su sitio de privilegio. Ya el año pasado había desplazado a Alemania del segundo puesto. La arremetida de las marcas automotrices chinas está en su punto más alto y el Perú se suma a esta tendencia.



E

n mayo pasado China anunció que exportó 1.07 millones de vehículos en los tres primeros meses de este 2023, superando en un 58% las cifras del año pasado para el mismo período. Japón, en cambio, envió al exterior 954,185 unidades, con un crecimiento interanual de apenas 6%.

Si quedaba alguna duda de la decisión de China de liderar el mercado mundial automotor, esta quedó despejada definitivamente. El año pasado, China vendió 26,863'745,000 vehículos, sumando el mercado doméstico y el externo, una clara recuperación tras la caída de las ventas durante la pandemia.

¿Cómo ha logrado China encaramarse rápidamente al podio de los más vendidos? La situación, en realidad, empezó a cambiar desde hace una década. Un factor importante fue el apoyo decidido del gobierno a la industria automotriz, al otorgar incentivos y subsidios que estimularon la inversión en este rubro.

Otro hecho a tener en cuenta, y que es característico de China, es el tamaño de su población, con una clase media extensa y de altos ingresos y una creciente urbanización en lo que antes eran áreas agrícolas. Del total de los 26,863'745,000 vehículos que vendieron las automotrices chinas en el 2022, solo 3.2 millones se destinaron para su venta al exterior. Los demás fueron comprados por los propios ciudadanos chinos.

De otro lado, las marcas chinas invierten fuertemente en Investigación y Desarrollo (I & D)

a fin de dotar a sus unidades de todos los aditamentos que exige el consumidor de hoy, no solo dentro de su país sino en el mercado externo. Su especialidad son las SUV, a las que proveen de un motor potente, un interior cómodo y suficiente para albergar a una familia de cinco personas, y tracción en las cuatro llantas, ideal para caminos difíciles cuando se sale de la ciudad en plan de aventura.

A esto se añade la excelente imagen exterior de sus vehículos, producto del trabajo de diseñadores foráneos a quienes encargan el trazado de sus nuevos modelos. El equipamiento es un punto importante, en lo cual los fabricantes chinos superan a sus rivales japoneses, coreanos y europeos. Todo esto a un precio asequible que, sin embargo, no compromete la calidad del resultado final.

El gobierno chino ha puesto interés en promover el uso de la electromovilidad, por lo cual las marcas se apresuran a trabajar en nuevos vehículos eléctricos y autónomos, con una fuerte inversión en el desarrollo de estas tecnologías.

AUTOS CHINOS EN EL PERÚ

La onda expansiva de la arremetida china llegó al Perú, donde hay un crecimiento anual sostenido de las marcas de ese origen. En el 2022, las automotrices chinas representaron un 26% de participación en el mercado dentro del total de vehículos ligeros.

Cinco de ellas se encuentran entre las 15 más vendidas en 2022. Entre todas sumaron un 17.6% del total de vehículos nuevos colocados. Y confirmando su apuesta por las SUV, cuatro

“El año pasado China vendió 26,863'745,000 vehículos, entre el mercado doméstico y el externo, una clara recuperación tras la caída de las ventas durante la pandemia”.

de los modelos más vendidos en este segmento son de procedencia china.

Great Wall Motors es una de las marcas especializadas en la fabricación de SUV, aunque ahora su catálogo incluye otros vehículos potentes, como las pick ups. Llegó al Perú en el 2006 y desde entonces puso a la venta sus camionetas con tracción 4x2 y 4x4 a precios inéditos, en un tiempo en que las SUV eran costosas y estaban totalmente fuera del alcance del comprador medio. Su modelo bandera, la Great Wall 3, era una de las más grandes del mercado, bien equipada y de exterior atractivo.

En la actualidad una de sus puntas de lanza es la **Great Wall Poer 4x2**, una pick up con motor 2,0 litros y una capacidad de carga de 1,050 kilos. Su precio está por debajo de los 20 mil dólares.

En el 2015, Great Wall Motors presentó en el Perú una marca subsidiaria, **Haval**, que llegó con un objetivo preciso: “Democratizar el lujo”. Esto

significaba ofrecer SUV con elementos de alta gama a precios impensables en su segmento, en competencia directa con unidades fabricadas en Corea, Japón y Europa.

Este año la marca ha traído al mercado peruano la **Nueva Haval H6 GT Supreme Plus**, un vehículo de lujo con diseño vanguardista, bajo consumo de combustible y mejor rendimiento. Tiene un motor 2.0 GDI Turbo de 4 cilindros, siete modos de conducción y un excelente control de estabilidad, que lo hace seguro y confiable. Su amplio techo panorámico y asientos ergonómicos con tapiz de ecocuero brindan comodidad a sus ocupantes.

OTRAS MARCAS

DFSK tiene en la SUV **Glory 580** su modelo bandera. Con ella lograron romper su récord de ventas en 2022 al presentarla en cuatro versiones, que permite elegir entre transmisión mecánica o automática, diferentes tipos de motorización y variado nivel de equipamiento.



Anggela Romero, gerente de las marcas Great Wall Motors y Haval. En la imagen la Great Wall 3, su modelo bandera, una de las más grandes del mercado y con un excelente nivel de equipamiento.



Jorge Koechlin

“LA OFERTA CHINA SIGUE CRECIENDO”

Desde el Shanghai International Automobile Industry Exhibition, el experto automotriz comenta sobre el impacto que la tecnología del gigante del Asia tendrá entre nosotros.

-¿Cuáles son sus principales impresiones de este evento en China?

-Que las ferias internacionales tradicionales e icónicas casi no existen, pues hoy las marcas llegan a sus clientes a través de clubes. Sin embargo, la de Shanghái –una de las pocas que todavía existen– fue espectacular. Vi muchas marcas europeas y estadounidenses. Pero la mayoría de visitantes estaba interesada en los productos chinos.

-¿Qué es lo que más le llamó la atención?

-Un pabellón enorme y exclusivo para autopartes de autos eléctricos. Desde motores, transmisiones, sistemas de ejes traseros, bandas de rodamientos, baterías que son parte del chasis... Una gran variedad de sistemas.

-¿Significa que se viene una revolución total en lo que es los autos eléctricos, tal como los conocemos ahora?

-Ya estamos en la revolución del auto eléctrico. El pasado 27 de mayo el Tesla modelo “Y” se convirtió en el modelo de auto eléctrico más vendido en nuestro planeta. Un auto eléctrico es silencioso, no como los ruidosos automóviles del pasado. Pero eso sí, es espectacular por dentro.

-¿Y en el aspecto del mantenimiento? ¿No será más costoso?

-El auto eléctrico requiere de cero mantenimiento. Solo necesita de ajustes en los frenos, la dirección, cambio de llantas –por el desgaste natural del rodamiento–, y por ahí –en algún momento– la caja de cambios. Pero en cuanto al motor, es cero.



Jorge Koechlin quedó sorprendido por la magnitud de la feria automotriz de Shanghái.

Está pensado para múltiples propósitos, usos y actividades, y tiene un diseño deportivo, moderno y sofisticado. Aracely Neira Fernández, gerente de Marca DFSK, señala que parte del éxito de los vehículos chinos en el Perú tiene que ver con un aumento en la confianza del consumidor peruano hacia esos productos.

Sobre la posibilidad de incursionar en la venta de vehículos eléctricos, Aracely Neira señala que para este año están iniciando el proceso de electrificación de su portafolio con autos eléctricos e híbridos, siempre manteniendo actualizada su oferta de vehículos a gasolina con nuevas SUV a precios muy competitivos.

Por su parte, **BAIC** lanzará nuevos modelos de SUV con un diseño muy atractivo y equipamiento de primer nivel en términos de seguridad y tecnología, como sistemas de seguridad asistida o ayuda a la conducción ADAS, que es capaz de tomar el control del vehículo para evitar o minimizar un siniestro.

“Nuestro principal producto es la **X35**, una SUV pequeña con un *look* muy bonito y que la gente aprecia”, dice al respecto Adriana Cavigiolo, subgerente de Negocios de Gildemeister, representante de la marca. “Es una SUV económica bastante aceptada por los consumidores”, añade.



La X35, el modelo más vendido de BAIC, una SUV pequeña y económica de gran aceptación.

BAIC, uno de los principales productores de vehículos eléctricos en China, está preparándose para ofrecerlos en nuestro país, y a mediano plazo incursionar fuerte en la venta de vehículos eléctricos.

MERCADO QUE CRECE

GAC Motor lanza este año tres SUV y un sedán deportivo. Además, pronto hará su ingreso al segmento de vehículos ecoamigables con un producto HEV (híbrido no enchufable).

Paolo Nava, Brand Manager de **GAC Motor**, destaca el modelo representativo de la marca: el **GS8**, una SUV de imponente diseño y



Aracely Neira Fernández, gerente de Marca de DFSK, al lado del modelo estrella de su catálogo: la Glory 580, la SUV más vendida del Perú.



Paolo Nava, Brand Manager de GAC Motor, con la imponente camioneta GS8 de la marca.

dimensiones, con tres filas de asientos y lo último en tecnología y seguridad, así como una buena *performance* gracias a su equipamiento y diseño.

“Próximamente iniciaremos operaciones fuera de Lima y abriremos tiendas en las principales ciudades del Perú como Arequipa, Trujillo, Piura y Chiclayo, además de reforzar nuestra presencia en Lima”, apunta.

Pedro Cenizaro, Brand Manager de **Geely**, destaca al top sales de la marca. “Es el **GX3 PRO**, una SUV de 4 metros de largo con motor 1.5 y caja mecánica de 5 velocidades o automática CVT. Y en el rubro vehículos eléctricos, contamos con dos modelos ‘Mild

Hybrid’, el Azkarra y el Okavango”.

Ambos vienen con motores 1.5 turbo de inyección, acompañados de un sistema una batería de 48V que recupera la energía cinética al frenar para incrementar la potencia y generar un ahorro de combustible.

En Geely hay compromiso hacia las nuevas energías, este año apostando con modelos híbridos. “El siguiente año empezaremos con vehículos híbridos enchufables y 100% eléctricos”, adelanta Cenizaro.

MARCA POTENTE

MG presenta un crecimiento continuo en los últimos tres años, fortalecido por su actual



Carlos Elías, gerente general de MG Perú. A su lado, la MG ZX Plus, elegida Mejor SUV compacta en el Car of the Year 2022.

vehículo estrella en el Perú, el **MG ZX Plus**, que acaba de ganar la categoría de mejor SUV compacta en el “Car of the Year 2022”.

“Es una SUV que ingresó el año pasado, con gran acogida gracias a su diseño moderno y seguro. Cuenta con un motor de 1.5 L que puede rendir más de 65 km por galón en carretera abierta, un gran plus”, informa Carlos Elías, gerente general de MG Perú.

EN VEHÍCULOS COMERCIALES

Luis Felipe Olivares, gerente de la empresa **Sinomaq**, que representa a la marca **Yutong**, destaca que las marcas chinas están entre las diez más importantes del país en la oferta de tracto camiones, camiones y buses, y dos de ellas significan el 14% del mercado.

“La marca despierta mucho interés porque desde hace más de 15 años brinda un buen soporte de

posventa. Y en buses acabamos de lanzar la **Serie 7**, que resulta atractivo por sus componentes”, describe.

Hablamos de un bus de gran elegancia y sencillez, con diseño único y muy cómodo para un vehículo de pasajeros, asientos ergonómicos, tablero de instrumentos inteligentes, entre otras opciones.

LA CONVERSIÓN A ELÉCTRICO

Bruno Mazzotti, coordinador general Comercial de **Germania Automotriz SAC**, especializado en conversión de autos de combustión a eléctricos, afirma que esta opción está dirigida a quienes tienen un auto de alto recorrido –250 mil kilómetros o más de seis años–.

Las ventajas son que el auto se convierte en amigable al medio ambiente, el costo de operación baja al 10%, los gastos de mantenimiento se reducen –no más cambio de

Auto Show de Shanghái 2023 EN LA FERIA DEL ENSUEÑO

El evento más esperado por los amantes del mundo automotriz, el Auto Show de Shanghái 2023, se realizó del 18 al 27 de abril en esa ciudad y recibió a 906 mil visitantes.



En las conferencias de la feria se abordaron asuntos como nuevas energías, movilidad inteligente y vehículos inteligentes.

La feria ha sido catalogada como una exhibición automotriz internacional de Clase A, que coloca a la luz de los reflectores a los más prestigiosos fabricantes de automóviles, la moderna tecnología automotriz y la sólida y confiable cadena de suministros.

Auto Shanghái 2023 tuvo como eje temático “Abrazar la nueva era de la industria automotriz”, y ofreció un área de exhibición de automóviles de más de 360,000 metros cuadrados, donde se pudieron ver, tocar, oler y sentir un total de 1,413 vehículos en el área de fabricantes de automóviles.



La Serie 7, de Yutong, un bus con características de comodidad inéditas en un vehículo pesado.



Auto eléctrico de la marca Huaihai, representada por Germania Automotriz.

ARTE EN MOVIMIENTO

La marca china **OMODA**, parte del grupo **Chery**, llega al Perú con una solución tecnológica de primera para un público básicamente juvenil, a partir de su modelo OMODA 5, la primera SUV crossover de Chery con Art in Motion.

Es compatible con motores de gasolina y nuevos sistemas de potencia de energía con modos de tracción en dos y cuatro ruedas. Cumple con los estándares globales de seguridad de cinco estrellas en varias regiones y está equipado con tecnología líder de conducción automática.



SUV crossover OMODA 5. Una nueva tendencia en diseño que conjuga moda y tecnología.

aceite o filtros– y hasta podría acogerse a los beneficios que el Estado está preparando para los usuarios de los vehículos eléctricos.

“Todos los insumos, incluyendo el motor, las partes electrónicas y baterías, son producidos en China. Es algo bastante nuevo y una rama de la electromovilidad que está empezando a crecer en nuestro país”, indica.

La casa comercial también ofrece una línea de autos chinos eléctricos con autonomía extendida, marca **Huaihai**, que usa baterías ubicadas bajo el chasis, más un generador eléctrico a gasolina que recarga las baterías.

Brinda hasta 125 kilómetros de autonomía, aunque mucho depende del peso que lleve, las pendientes en la vía o el estilo de manejo, con una velocidad máxima de 53 kilómetros por hora.

Es más que seguro que, en el presente año, las marcas chinas se inclinarán por ampliar su oferta de modelos y versiones, tanto para sus modelos SUV como para sus segmentos de unidades comerciales. **CT◀**

El creciente comercio entre Perú y China:

EL APORTE DEL

TLC

Dos investigadores del Centro de Estudios de China y Asia Pacífico de la Universidad del Pacífico analizan aquí la evolución de las importaciones peruanas y la utilización de las preferencias otorgadas por el TLC Perú-China. Un aporte interesante para el proceso de optimización de nuestro tratado comercial con China.

Escriben ANTONIO CUSATO NOVELLI* Y
JORGE FRANCISCO CHÁVEZ COTRADO**

D

desde mediados de la década pasada, China se ha convertido en el principal socio comercial del Perú por ser el primer destino de nuestras exportaciones y el principal proveedor de las importaciones peruanas. Así,

en 2022, en el decimosegundo año de vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y China, las exportaciones peruanas al mercado chino sumaron 20,791 millones de dólares (32.9% del total de nuestras exportaciones) mientras que las importaciones de China llegaron a 15,782 millones (26.2% del total de adquisiciones), de acuerdo con cifras de SUNAT-Aduanas.

* Profesor-Investigador Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP) e investigador afiliado al Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico de la Universidad del Pacífico (CECHAP)

** Investigador afiliado Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico de la Universidad del Pacífico (CECHAP)



A partir del TLC, tres cuartas partes del valor total de las importaciones chinas se destinan a actividades productivas.

En el presente artículo nos centraremos en la evolución de las importaciones chinas y en la utilización de las preferencias otorgadas por el TLC entre Perú y China en estos flujos comerciales, así como en los indicios de otro tipo de efectos sobre las relaciones comerciales entre importadores peruanos y proveedores chinos.

EL GRAVITANTE ROL DEL TLC

La importancia de China en las importaciones peruanas se hace evidente al observar la tendencia creciente en las importaciones totales de acuerdo al uso o destino de los productos transados en los últimos veinte años. Con respecto a los bienes de consumo, estos pasaron de representar el 18% del total de transacciones en 2003 a 35.7% en el 2022; en bienes intermedios esta participación pasó de 3.7% a 15.5% en 2022; y, finalmente, en bienes de capital, pasó de 7.4% a 35.3%.

Por otra parte, hace veinte años más de la mitad del valor de estas transacciones eran

explicadas por bienes de consumo, mientras que en 2022 esta participación cayó a 25.6%, lo que indica que prácticamente tres cuartas partes del valor total de importaciones chinas son destinadas a actividades productivas.

Evidentemente, la entrada en vigencia del TLC entre Perú y China ha sido fundamental para la consolidación del gigante asiático como principal socio comercial de nuestro país, relación bilateral que va incluso más allá del ámbito del comercio internacional y que se ve también reflejada en la creciente inversión extranjera directa que recibimos. Al respecto, cabe señalar que los TLC son instrumentos de política comercial que incluyen aspectos de facilitación del intercambio, medidas sanitarias y fitosanitarias, comercio de servicios, inversiones, solución de controversias y cooperación.

Sin embargo, la dimensión que suele ser la más expuesta al escrutinio público, por tener indicadores directamente observables, es justamente el trato preferencial al comercio bilateral. Para las exportaciones, tener acceso

“La entrada en vigencia del TLC entre Perú y China ha sido fundamental para la consolidación de China como principal socio comercial del Perú [...] y que se ve también reflejada en la creciente inversión extranjera directa que recibimos”.

preferencial al mercado chino es una fuente importante de competitividad; para las importaciones, el poder ingresar al mercado peruano con aranceles reducidos debería abaratar los precios que pagan los consumidores y los costos de las firmas que utilizan los bienes intermedios y de capital.

En el Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico de la Universidad del Pacífico (CECHAP) hemos venido desarrollando una agenda de investigación que se ha centrado en analizar el grado de utilización de las preferencias arancelarias otorgadas por el TLC entre Perú y China, tanto a nivel de exportaciones como de importaciones peruanas. Para ello, el principal indicador que empleamos es el ratio de utilización de preferencias, definido como el valor de los productos que aplican efectivamente alguna preferencia otorgada en el marco del TLC dividida por el valor de los productos elegibles para dicho beneficio; es decir, aquellos productos que tienen un arancel positivo (de 6 u 11%).

Es importante comprender dos detalles adicionales: primero, no todos los productos transados entre dos países reciben rebajas arancelarias; segundo, las preferencias otorgadas por los TLC son optativas: son los exportadores de cada país los que deciden si efectivamente las utilizan o no.

PREGUNTAS EN BUSCA DE RESPUESTAS

Por el lado de las importaciones, el grueso de los productos elegibles son bienes de consumo durables (e.g. productos electrónicos) y bienes intermedios para la manufactura. En el primer caso, la utilización de preferencias (que debería beneficiar principalmente a los consumidores) subió de 37.2% en 2014 (con cinco años de vigencia del TLC) a 64.9% en 2019 (último año para el que tenemos datos completos); mientras que en el caso de bienes intermedios para la manufactura, la utilización de preferencias (que debería beneficiar principalmente a las actividades productivas de empresas peruanas) subió de 7.1% en 2014 a 12% en 2019.

Estas cifras indican que existiría todavía un amplio margen para incrementar la utilización de las preferencias arancelarias otorgadas por nuestro país a las importaciones chinas.

Dado que son los exportadores los que suelen afrontar el costo asociado al aprovechamiento de preferencias arancelarias, quedaría por entender los motivos por los cuales los exportadores chinos no se acogen a los beneficios arancelarios del TLC, especialmente en el caso de bienes intermedios. Por una parte, es poco probable que se trate de un ahorro no significativo ya que el arancel que pagan los productos elegibles oscila entre 6 y 11%. Es decir, incrementar la utilización del TLC en estos



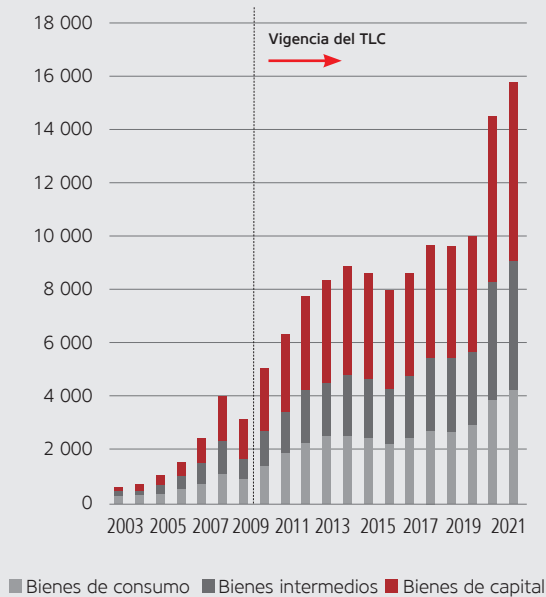
“Quedaría por entender cuáles son los motivos por los que exportadores chinos no se acogen a los beneficios arancelarios del TLC, especialmente en el caso de bienes intermedios”.

– INVESTIGADOR JORGE CHÁVEZ COTRADO.



IMPORTACIONES PERUANAS DE CHINA

(A) VALOR DE IMPORTACIONES
(millones de USD, CIF)



(B) RATIO DE UTILIZACIÓN DE PREFERENCIAS
(en % del valor importado de productos elegibles)



bienes se traduciría en última instancia en un ahorro importante de costos para las firmas que utilizan estos insumos o bienes intermedios en sus procesos productivos. Por otra parte, es posible que el costo administrativo asociado al aprovechamiento del trato preferencial, establecido por las reglas impuestas por el mismo TLC (e.g. reglas de origen), sea demasiado elevado para los exportadores chinos, por lo que prefieren no utilizarlas. Una tercera posibilidad podría ser que el poder de negociación de los importadores peruanos sea reducido, y los exportadores chinos no vean

necesario ofrecer la posibilidad de acogerse al TLC como una ventaja al momento de establecer una relación comercial.

Las arriba mencionadas son preguntas que quedan por responder en nuestra agenda de investigación. Esperamos que este tipo de análisis contribuya a enriquecer el proceso de negociación para la optimización del TLC Perú-China iniciado en 2019 y que debe retomarse próximamente. **CT**

“Existiría todavía un amplio margen para incrementar la utilización de las preferencias arancelarias otorgadas por nuestro país a las importaciones chinas”.

– PROFESOR ANTONIO CUSATO NOVELLI.



NAVIDAD EN LA MIRA

China es el líder mundial en la industria de juguetes para niños, uno de los negocios más rentables en el mercado de la importación. Una buena planificación y preventa pueden marcar la diferencia con miras a la campaña navideña

U

na de las categorías con alta demanda y que a menudo suele resultar muy rentable es el mercado de juguetes para niños. China es el exportador de juguetería líder en el mundo, por lo que, si está considerando importarlos, ahora es el momento perfecto para llegar a tiempo a su principal campaña del año: la Navidad.



China es el mayor exportador de juguetes del mundo. Se estima que sus fábricas abastecen entre el 70 y 80 por ciento de la demanda global de estos productos.

Aldo Girao Kosaka, experto en negocios con China, explica por qué es importante comenzar a planificar los pedidos y comprar los artículos a tiempo. “Los juguetes suelen ser un producto ‘campanero’. Hay otros que son atemporales, pero no es el caso de los juguetes, porque el 26 de diciembre ya no valen nada. Por ello, considero que las órdenes de compra deben emitirse máximo hasta junio”, comenta.

“La idea es que se pueda despachar la mercancía en agosto, antes del alza de los fletes que suelen elevarse para la campaña navideña, y que llegue en septiembre o los primeros días de octubre”, explica Girao, quien además resalta la necesidad de tener en cuenta posibles retrasos debido a diversos factores externos como cambio de embarcación, división de los productos en dos barcos, ruta alterna u otras circunstancias que generen que el tiempo estimado de llegada se alargue mucho más de lo planeado.

ESTRATEGIA DE VENTAS

“Para crear una gran campaña navideña se debe considerar varios factores, ya que los importadores, que son ‘campaneros’, pueden generar el 40% de sus ventas del año solo entre octubre, noviembre y diciembre”, afirma Girao.

Lo que se busca es desarrollar una buena estrategia de ventas con una preventa a distribuidores de Lima o provincias desde octubre. “Es fundamental estar un paso adelante y cerrar contratos a tiempo y a un precio razonable para hacer una buena campaña navideña entre octubre, noviembre y diciembre. Así podrás terminar tus ventas con tranquilidad en la primera quincena de diciembre y sin reducir costos”, explica.

“En cambio, si empezamos las ventas en la primera semana de diciembre, es posible que no se obtengan las ganancias que esperábamos y terminemos rematando los productos y ofreciéndolos a un precio menor al establecido”, añade. **CT**



DOCUMENTOS EN REGLA

El transporte marítimo es el más aconsejable para el envío de productos en grandes cantidades. “Categorías como zapatillas, juguetes o ropa, que no son caros y sí de gran volumen, deben venir por vía marítima. Tienen que ser de gran dimensión en tamaño y valor para que soporten el factor de importación. Por ejemplo, si en China el costo de un producto es de 10 dólares, en Perú se debería vender, mínimo, en un 50% más de lo que se compró”, indica Girao.

Los controles de calidad en el Perú tienen un proceso con base en la homologación del certificado. Según la categoría del producto a importar, se le asigna un código, que en el caso de juguetería es el EN 71.

En dicho certificado se indicará de qué material está compuesto el juguete, los colores que tiene, qué pigmentos se han utilizado, cuáles son y de qué están hechos. En algunos casos, también solicitan fotos del producto desde diferentes ángulos. Todo ello se traduce y se ingresa a la Dirección General de Salud Ambiental (Digesa). Tras ello, se obtiene el registro sanitario y los productos ya pueden ingresar.

No hay que tener miedo a importar, pero sí es fundamental tener todos los documentos en regla, una asesoría adecuada y hacer una elección original entre lo que estará en tendencia y los productos que sean capaces de atraer al público objetivo.

• PAGAR CON LA PALMA DE LA MANO

Un programa piloto lanzado a fines de mayo en Beijing permite que los usuarios del metro ingresen a la estación mostrando simplemente la palma de la mano. Adiós a las tarjetas o al dinero en efectivo.

Para hacer uso de este sistema, los pasajeros deben registrar la palma de la mano en una máquina y luego solamente mostrarla a la hora de pasar las puertas de ingreso. Estas están conectadas con WeChat, el WhatsApp chino que tiene innumerables usos. El aparato detecta la salida del usuario de la estación e inmediatamente le carga el boleto a su cuenta bancaria.

El programa reconoce la huella de la palma de la mano y las venas del usuario. Como las de los dedos, tienen una configuración única y son un medio infalible de identificación.



• ELLOS TAMBIÉN QUIEREN CUIDARSE

El rubro de la belleza masculina se encuentra en alza en China. Se estima que el mercado del cuidado de la piel para hombres crecerá hasta los 24,000 millones de yuanes (más de 3,360 millones de dólares) para el año 2027, según un informe de L'Oréal China y National Business Daily.

De acuerdo a este reporte, el mercado de cosméticos masculinos creció de 10,440 millones de yuanes (unos 1,500 millones de dólares) en el 2013 a 16,590 millones de yuanes en el 2021. Los hombres de la generación Z son los que más invierten en estos productos, siendo los de mayor demanda lociones y emulsiones, lápices labiales, lápices de cejas, delineador líquido y base líquida.

• DRON TRIPULADO

Con forma de platillo volador, este megadrón ha sido desarrollado por investigadores chinos. Su vuelo inaugural tuvo lugar en la ciudad de Shenzhen, al sureste de China.

El prototipo, que desarrolla una velocidad de 50 km/h y vuela a una altura de 200 metros, ha sido presentado por científicos de la Universidad Politécnica del Noroeste y de la Universidad de Aviación y Cosmonáutica de Pekín. El diseño, de estilo futurista, tiene una bóveda transparente que permite al piloto una visión de 360 grados. Sus creadores quieren hacer uso de este megadrón para ofrecer vistas panorámicas y viajes turísticos en la zona.



¡Vamos a la feria!

Estas son algunas de las oportunidades de negocio que se presentan en China para los próximos meses. Echemos un vistazo.



- **CXIVFF 2023 - CHINA XIAMEN INTERNATIONAL VEGETARIAN FOOD AND ORGANIC PRODUCTS FAIR**

Expositores del rubro se congregan del 12 al 16 de octubre próximo en el Xiamen International Conference & Exhibition Center de la ciudad del mismo nombre para la edición de primavera del evento que se celebra dos veces al año. Se trata de la primera feria que se centró en la comida vegetariana y orgánica, la protección del medio ambiente y la salud en China continental, que a lo largo de los últimos años viene promoviendo el concepto de vida saludable. Por lo demás, Xiamen tiene una gran cantidad de restaurantes de comida vegetariana cuyo número ocupa el primer lugar en China.

Más información en: www.uffair.com

- **MUSIC CHINA 2023**

Una completa exhibición y venta de instrumentos y accesorios musicales para todos los géneros imaginables, desde la música china tradicional al rock and roll, pasando por los temas clásicos, es lo que trae Music China, que tendrá lugar del 11 al 14 de octubre en Shanghai. Además hay espectáculos, reuniones de negocios, apreciación musical y todo lo que pueda desear quien forme parte del maravilloso mundo de la armonía.

Más información en: <https://musicchina-expo.com>



- **VI CIIE - EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE IMPORTACIONES DE CHINA**

Del 5 al 10 de noviembre de 2023 National Exhibition and Convention Center, Shanghai

En esta sexta CIIE se mantendrán las seis áreas de exhibición para alimentos y productos agrícolas, automóviles, industria inteligente y tecnología de la información, bienes de consumo, equipos médicos y productos para el cuidado de la salud y comercio de servicios, respectivamente.

Más información a través de la línea directa de servicio +86-21-968888 o del correo electrónico exhibition@ciie.org.



ORGANIZADA POR CAPECHI

CONCURRIDA celebración

Con el objetivo de conmemorar el aniversario del Tratado de Libre Comercio entre Perú y la República Popular China, CAPECHI organizó el evento empresarial “13 Años del TLC Perú-China: Análisis y Resultados Comerciales e Inversión”.

► Más de 200 empresarios de diferentes sectores asistieron al encuentro que tuvo como expositores a Juan Carlos Mathews, ministro de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR); Song Yang, embajador de la República Popular China, y Carlos Tejada, gerente general adjunto de Cosco Shipping Ports Peru S.A.

José Tam Pérez, presidente de CAPECHI, recordó que en abril de 2009 la entonces ministra de Comercio Exterior y Turismo de Perú, Mercedes Aráoz, y el viceministro de Comercio de China, Yi Xiaozhun, suscribieron en Beijing el Tratado de Libre Comercio, que entró en vigencia el 1 de marzo de 2010. Destacó que el tratado ha sido beneficioso porque las exportaciones peruanas a ese país crecieron a un promedio anual de 12,7%, acumulando US\$ 146,138 millones, de los cuales el 4,0% corresponde a envíos no tradicionales.

El Perú es el segundo destino de las inversiones directas de China en América, y estas sólidas relaciones de amistad y de comercio se sustentan en la Asociación Estratégica Integral, el Tratado de Libre Comercio, el Memorando de Entendimiento sobre la Franja y la Ruta y la adhesión al Banco Asiático de Inversión en Infraestructura. **CT◀**

Song Yang, embajador de la República Popular China.





El ministro de Comercio Exterior y Turismo destacó que los envíos no tradicionales a China han crecido anualmente 11% en promedio durante los 13 años del TLC, especialmente en los rubros metalmecánico y agropecuario, con 29% y 27%, respectivamente.



José Tam Pérez, presidente de CAPECHI, y Juan Carlos Mathews, ministro de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).



Carlos Tejada, gerente general adjunto de Cosco Shipping Ports Peru S.A.

Álvaro Barrenechea, vicepresidente de CAPECHI; Rosario Santa Gadea, directora del Centro de Estudios sobre China y Asia Pacífico de la Universidad del Pacífico; Gonzalo Gutiérrez, director de la Academia Diplomática del Perú, y Luis Quesada, ex embajador del Perú en la República Popular China.







Zoológicos y
acuáricos en China

ESCENAS DE

LA VIDA ANIMAL

China ofrece al visitante excelentes oportunidades de negocios, pero también su rico acervo cultural, gastronomía y atracciones turísticas como estas, donde al tradicional zoológico se añaden hoteles, parques de diversiones y una arquitectura que mejora la experiencia.

H

ong Kong, la región china que es sinónimo de negocios y consumo sofisticado, guarda una alternativa para quienes quieran visitar algo distinto a su consabido Disneyland. El Ocean Park Hong Kong alberga más de doce mil animales, acuáticos o no, entre ellos algunas

especies propias del país que están en peligro de extinción.

El zoológico, en el que es posible observar pandas gigantes, alimentar a los pandas rojos y conocer la rara salamandra gigante, o ver espectáculos con delfines y lobos marinos, se complementa con un parque de diversiones con más de 80 atracciones, entre ellas cuatro montañas rusas. En sus terrenos hay un hotel Marriott con su propio acuario gigante y un resort Fullerton con vista al mar de la China meridional.

ZOO Y JARDÍN

Menos espectaculares, más tradicionales y, sobre todo, gratuitos, los Jardines Zoológicos y Botánicos son una delicia que data de 1871. Este parque público de Hong Kong tiene una superficie de 5,6 hectáreas dedicadas íntegramente a la conservación. Es el hogar de

180 aves, 80 mamíferos y 25 reptiles, así como de mil especies botánicas, 150 de las cuales son especies exóticas que crecen en su hermoso invernadero.

El parque contiene además algunos hitos que forman parte de la historia hongkonesa. Sus sucesivas remodelaciones han respetado la idea inicial de este enclave, un refugio de paz en medio de la agitada vida de la isla.

UN SAFARI EN CHINA

Más al norte, en Guangzhou (Cantón), el Chimelong Safari Park brinda una experiencia diferente. Aquí los animales viven a sus anchas en amplios terrenos al aire libre, y los que circulan encerrados para observarlos son los visitantes. Un teleférico circular permite una vista aérea de todo el parque, con lo cual se puede apreciar la gran cantidad de especies que lo pueblan. Un tren y un servicio de telecabina ofrecen una mirada más cercana del conjunto a los habitantes. También se lo puede recorrer a pie en algunas zonas, sin contacto con la fauna.

En el Chimelong Safari se encuentra la mayor cantidad de animales salvajes del mundo, con espacio suficiente para no extrañar su hábitat original: el parque tiene más de 1'300,000 metros cuadrados y más de 20 mil especies raras y en vías de extinción.

El Ocean Park Hong Kong tiene más de 80 atracciones para los visitantes, así como más de doce mil animales en exhibición. Incluye cuatro montañas rusas y un hotel Marriott.





Arriba: Invernadero en los Jardines Zoológicos y Botánicos de Hong Kong, un antiguo espacio público en la ciudad. **Derecha,** en el Chimelong Safari Park de Guangzhou los visitantes circulan encerrados para observar a los animales.

OSOS EN MACAO

Al sur de China, y frente a Hong Kong, se encuentra la sorprendente Macao, una ex colonia portuguesa donde se habla una variedad del portugués y cantonés llamado patuá macaense. En este lugar, que es una simbiosis extraordinaria de culturas, se encuentra el Pabellón del Panda Gigante, en la isla de Coloane.

Cobijado en la ladera de una colina, las múltiples elevaciones del lugar permiten observar mejor la vida de esta especie tan característica de China, pero además otros animales como gorilas, monos y flamencos. La entrada es gratuita y es una buena oportunidad para conocer algo más de Macao, designada por la Unesco como la Ciudad Creativa de la Gastronomía por su legado culinario que data de más de 400 años.

ORLANDO EN CHINA

Zhuhai es una moderna ciudad en Cantón, muy cerca de Macao. Allí se encuentra el “Orlando de China”, el Chimelong Ocean Kingdom, un enorme parque temático que ostenta cinco récords Guinness, entre ellos uno por poseer el oceanario (parque temático que muestra la vida marítima) más grande del mundo y otro por exhibir la ventana de acuario más grande del mundo, un panel acrílico que mide 39.6 metros de largo por 8.3 de ancho.

El Ocean Kingdom contiene un hotel con 1,888 habitaciones, una montaña rusa, numerosas atracciones mecánicas y un cine 5D con efectos



especiales, en una sala de 10,000 metros cuadrados, una de las más grandes de Asia.

LA VIDA BAJO EL AGUA

Shanghái, uno de los centros financieros del mundo, ubicado en la costa central de China y bañado por el Mar de China Oriental, tiene, a pocos pasos de la emblemática torre Perla del Oriente (corazón del distrito de Pudong), un espacio para la contemplación de la vida marina. El Shanghai Ocean Aquarium es uno de los más grandes de su tipo en Asia, con una extensión de 20,500 metros cuadrados, y hospeda a 15,000 animales marinos, algunos de ellos, especies únicas.

Mención aparte merece su arquitectura: incluye un túnel sumergido con una longitud de 168 metros a través del cual se ingresa directamente a la vida marina. Los visitantes atraviesan el arrecife costero e ingresan al mar abierto, donde pueden observar una ensenada con tiburones y ver de cerca un arrecife de coral. Una experiencia natural extraordinaria a solo unos metros del bullicio y de las prisas en los rascacielos de la ciudad. **CT◀**

¿Y SI ESTUDIAMOS EN CHINA?

Aun cuando en línea recta el Perú está a 17 mil kilómetros de distancia de la República Popular China, o casi 30 horas de vuelo cruzando dos continentes, la oportunidad de estudiar en ese país está más cerca de lo que parece.

Escribe LEWIS MEJÍA



La relevancia de China Popular en la economía mundial es un factor muy importante que debe considerar quien desee convertirse en un profesional competente.

Veamos: el aporte del Asia es casi el 30% del PBI mundial, y China sola contribuye con el 18% del total; además, los negocios están virando más hacia el mercado asiático, teniendo en cuenta que hablamos de una creciente sociedad de consumo.

“Estos aspectos deben ser sopesados por el joven postulante, que ya desde los últimos años de su etapa escolar tendría que estar teniendo en cuenta obtener una experiencia académica en China”. Lo dice José Carlos Feliciano Nishikawa, ingeniero industrial, miembro de la directiva de la Asociación de Ex Becarios de la República Popular China, para quien estudiar allá es una apuesta al presente y al futuro.

Sin embargo, la pregunta que se hacen los futuros universitarios y sus padres es cuáles son las universidades que permiten el acceso de estudiantes latinoamericanos, especialmente peruanos.

EL A, B Y C

Actualmente, China tiene más de 280 universidades que aceptan a extranjeros a través de becas del gobierno, tanto a nivel de pregrado como posgrado y doctoral. Muchas de ellas están en el ranking de las 100 mejores del mundo y ofrecen una variedad de oportunidades, como medias becas o becas integrales, con estudios que comparativamente son muy superiores a la mejor universidad en el Perú.

Casi todas las becas integrales incluyen la cobertura del costo de los estudios y una manutención mensual y, en algunos casos, alojamiento. Los gastos de alimentación y otros corren por cuenta del estudiante. Por eso es importante indagar sobre los beneficios que incluye la beca y tomar la decisión calculando los costos de vida, que en ciudades como Beijing y Shanghái son más elevados que en otras.

También hay la posibilidad de viajar por medios propios si lo que se busca no es una experiencia de estudios larga, a través de una carrera, sino algo corto como cursos libres o aprender el idioma.

¡ALISTA TODO!

Lo que todo becario en prospecto debe saber

Según el Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo (Pronabec) del Ministerio de Educación del Perú, entre los requisitos generales se encuentran:

- Tener la nacionalidad peruana.
- Copia de pasaporte vigente.
- Certificado de estudios (cuando corresponda).
- Plan de investigación en China.
- Cartas de recomendación (deseable).
- Completar los documentos que solicita la universidad o institución elegida.

- Para las postulaciones, es necesario registrarse en la web del Consejo de Becas de China: <http://www.campuschina.org>
- Seleccionar el tipo de beca y la institución a cargo del proceso. Los postulantes ingresarán al sistema la información y documentos solicitados.

Revisa esta dirección electrónica y mantente informado sobre las ofertas de becas en China: <https://www.pronabec.gob.pe/becas-de-otros-paises/>

LAS MÁS ATRACTIVAS

Lo primero a considerar es que hay que prepararse: el postulante debe tener un desempeño escolar superior al promedio, porque la exigencia de estudios en el Asia es mucho mayor.

En pregrado, hablar y leer en chino mandarín puede ser necesario, aunque depende mucho de la carrera y la sede elegidas. Generalmente, la beca incluye un periodo de aprendizaje de esa lengua. Lo que sí debe dominarse es el inglés, sobre todo para los programas de posgrado.

A nivel de pregrado, la ventaja de estudiar una carrera en China Popular es que se puede seleccionar entre una amplia gama de opciones, que incluyen uno o dos años de preparación para dominar el idioma y conocer más de su cultura.

En ese marco, las carreras más atractivas son: Biotecnología, Inteligencia Artificial, Comercio Electrónico, Ciencias en general y todas las ingenierías, lo cual va de acuerdo con el desarrollo tecnológico chino. Ya a nivel de posgrado, las especializaciones son más convenientes en Negocios y Ciencias Sociales, como Historia y Economía, porque

también se dictan en inglés y porque la perspectiva del estudiante no es necesariamente trabajar en China sino regresar en dos o tres años a casa con un título para desarrollarse en su propio país.

Las universidades chinas que reciben a la mayor cantidad de estudiantes peruanos son la Beijing Language and Culture University, University of International Business and Economics, Shanghai International Studies University, Hebei Normal University y la Guangdong University of Foreign Studies.

RANKING DE LA EXCELENCIA

Según el QS World University Rankings 2022-2023, las universidades de China que están entre las 100 más importantes del mundo son: Peking University, Tsinghua University, Fudan University, Zhejiang University, Shanghai Jiao Tong University y la University of Science and Technology of China.

Les siguen como muy importantes Nanjing University, Wuhan University, Tongji University, Harbin Institute of Technology, Southern University of Science and Technology (SUSTech), Beijing Normal University, Zhuhai; y Sun Yat-sen University. (Fuente: <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2023>). **CT**





关注未来

企业的可持续发展政策正在世界各地推进, 秘鲁对这一趋势并不陌生。中国在秘鲁的投资有助于产生积极影响, 促进社会和环境效益。

作者: 塞尔吉奥卡拉斯科

Arellano Consultoría (Estudio de Marcas 2023) 最近的市场研究清晰地表明, 秘鲁越来越关注私营企业与国家之间是否在社区发展和环境保护方面达成联盟。很明显, 公民越来越关心品牌的承诺——用商业术语来说——纯粹和简单的可持续性。

这无疑是一种全球性的趋势。BCG 咨询公司的一项调查表明, 对于 71% 的拉丁美洲人来说, 可持续发展是他们日常生活中感兴趣的问题。谷歌趋势搜索数据也显示: 在过去五年中, 整个地区对“循环经济”一词的搜索兴趣显著增加。

促进秘鲁可持续发展的公司网络 Perú Sostenible 收集了截至 2021 年 1 月关于秘鲁商业领域可持续性状况的数据, 结果显示:

- 超过 65 家公司获得 B 级认证 (授予那些利用市场的力量为社会和环境问题提供具体解决方案的公司);

- 大约有 265 家公司在利马证券交易所 (BVL) 注册。因此, 根据证券市场监管局 (SMV) 的规定, 自 2025 年起, 他们有义务提交可持续发展报告;

- 82 家国家公司加入了全球契约, 这是一项促进可持续发展和企业社会责任的联合国国际倡议;

- 截至 2019 年, 594 家秘鲁公司共提交了 1,072 份 GRI 可持续发展报告。这意味着他们遵循全球报告倡议组织的标准, 这是一个由联合国环境规划署、Ceres 和 Tellus 研究所于 1997 年成立的非营利组织。该组织在国际范围内运作, 目的是引入可持续性报告, 将其作为公司和公司之间以及其他组织的行为标准

利益和集体利益公司法 (也称为 BIC 法) 等法律规范建立了适当的法律框架, 并承认私营公司有义务产生积极影响, 将其经济活动与社会和环境利益联系起来。这代表着可持续经济活动的一种进步。

具体行动

然而, 另一方面也有需要克服的障碍。Sustainable Peru 在文件中指出了针对适应性的法规和方法的稀缺性。同样, 商业活动中的非正规率很高 (76.8%), 这也限制了预测范围局限于短期内, 不利于产生影响或造福子孙后代。

联合国开发计划署 (UNDP) 指出, 秘鲁在实现可持续发展方面面临的巨大挑战包括气候危机、不平等加剧、非正规性和工作的不稳定性。

CAPECHI Trade 咨询了一组中国在秘鲁投资的企业, 通过了解这些不同经济活动部门的企业的可持续发展政策, 我们发现:

La Positiva 公司表示, 可持续发展政策已经成为了其运营的战略支柱。该政策受到国际公约和议定书中包含的最佳实践的启发, 特别关注可持续发展目标 (SDG)。



MMG在阿普里马克经营Las Bambas矿业公司，他们已宣布致力于制定适合当前时代紧迫性和需求的可持续发展政策。

保险和再保险公司 La Positiva自 2019 年起的大股东是葡萄牙市场领先保险公司 Fidelidade，该公司隶属中国著名投资集团复星。复星是一家港交所上市企业。自 2018 年以来，La Positiva就持续制定可持续发展政策，并一直在实施相关的各种举措。

La Positiva公司表示，可持续发展政策已经成为了其运营的战略支柱。该政策受到国际公约和议定书中包含的最佳实践的启发，特别关注可持续发展目标 (SDG)。

Cosco Shipping Ports Chancay Peru S.A. 是正在建设钱凯多用途码头的航运和物流巨头中远海运的子公司 (CSPCP)。该公司指出，从最初的构想开始该公司就寻求开发一个具有最高质量标准和最先进的港口项目，为社区提供福祉，同时融入当地。

为此，这家企业认为有必要与有关当局协调，参与缩小各个基本领域的现有差距。他们指出：“这就是可持续建筑和商业模式的方式，我们将社会和环境的可持续性联系起来。”

在此过程中，可持续性的概念已经贯穿了整个项目各个阶段，并应用于与环境相互作用所产生的变化。由于巨型港口隧道的建设工程，Peralvillo 镇位于北泛美公路 80 公里处出现了土地下沉。这无疑是在其可持续性政策的框架内，该项目在短期内必须面对的最重要的挑战。但是截止本期发稿，秘鲁交通通讯部的专家还没有给出报告。

MMG公司在Apuríc经营Las Bambas矿业公司，其最大股东是中国五矿。该公司已宣布致力于制定适合当前时代紧迫性和

MMG公司在Apuríc经营Las Bambas 矿业公司,其最大股东是中国五矿。该公司已宣布致力于制定适合当前时代紧迫性和需求的可持续发展政策。

需求的可持续发展政策(参见本期由邦巴斯可持续发展及公司事务总经理赵晶署名的文章)。

可持续性和可持续发展目标

与绝大多数制定可持续发展政策的公司一样,La Positiva 认为可持续发展目标是将可持续发展融入其运营的具体而有效的工具。“与他们保持一致使我们能够制定路线图并将我们对可持续发展的承诺转化为事实。可持续发展目标还帮助我们确定了业务的风险和影响,并为解决未来出现的挑战做好了更好的准备。”

相应的战略干预方针针对 SDG 3(健康和福祉)、SDG 11(可持续城市和社区)、SDG 13(气候行动)和 SDG 17(实现目标的伙伴关系)的具体贡献。

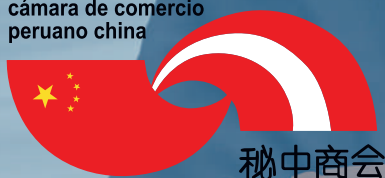
从这个意义上说,他们指出,他们确保优质基本卫生服务的覆盖面和健康预防文化的推广。此外,他们还开展不同的捐赠活动,并以志愿者网络为基础,通过教育、环境和社会援助计划为弱势群体提供支持。此外,他们还测量公司的碳足迹和回收计划,并开展提高资源利用效率的宣传活动。同样,他们与五个机构携手合作以实现既定目标,其中包括:Create More、秘鲁癌症基金会、Make a Wish、Albergue Casa de Todos、Juguete Pendiente 和 Albergue Bienaventuranzas。

CSPCP则确认其力求通过规划和发展其不同领域的工作来涵盖 17 个目标。关于港口未来的运营(只要秘鲁政府不发布沉没报告,项目可能会因隧道工程停工而延误),他们坚持认为他们将寻求减少碳足迹,因为它将是一个完全智能的港口。

此外,他们报告说,他们正在钱凯推广各种项目,这些项目旨在提供更高质量的健康、卫生、教育和安全等服务,“提供智慧城市的各种组成部分,随着时间的推移将产生可持续性”。

在港口建设的现阶段,行动的重点是制定旨在实现与健康(SDG 3)、教育(SDG 4)、卫生(SDG 6)、体面工作和经济增长相关的可持续发展目标的举措(SDG 8)和安全城市,通过与主管部门协调进行的投资前研究融资,将覆盖范围扩展到剩余的 ODS 取决于港口运营阶段的开始。

目前,除了海滩清洁和海事监测任务外,CSCPP 还签署了两项框架协议,以便钱凯 地区能够获得重要的地方发展所需的基本服务。其中一份是与利马地区政府签署的,另一份是与该地区政府和钱凯地区政府签署的。签署协议的目的是促进有利于该地区和提高其生活质量的投资项目,优先改善医疗服务、卫生和提高教育质量。



Abriendo las puertas al 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.
- 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

+51-1 422-8152 / 422-8358 +51 980 838 031 / 947 876 888

+51 980 838 031 / 947 876 888 infotrade@capechi.org.pe

www.capechi.org.pe

Síguenos en nuestras redes sociales: capechiperu

