

capechi trade

SEA PARTE DE LA RED DE NEGOCIOS MÁS GRANDE DEL MUNDO

EL PESO DE LA
INVERSIÓN MINERA
CHINA EN PERÚ

EL AÑO DEL
DRAGÓN 2024

ENERGÍA Y PODERES
CÓSMICOS DE UN SER
MITOLÓGICO

拉利伯塔德对华出口

ZONAS ECONÓMICAS ESPECIALES: RETOS Y OPORTUNIDADES EN PERÚ



GWM

CREATE YOUR FUTURE



POER

HAVAL



TANK



ORA

VOLVER A CHINA

Después de cuatro años marcados por las restricciones impuestas por la pandemia, China volvió a abrir sus fronteras. Para celebrar el retorno a la normalidad y dejar claro que su interés por Latinoamérica no solo es el mismo, sino mayor, el Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional (CCPIT, por sus siglas en inglés) organizó en Beijing la XVI Cumbre Empresarial China-América Latina y el Caribe.

Este magno acontecimiento fue precedido del evento conmemorativo por los diez años de la Iniciativa de la Franja y la Ruta. Ambas celebraciones fueron seguidas, en Shanghái, por la sexta edición de la Exposición Internacional de Importaciones de China. Los tres eventos tuvieron una masiva asistencia, lo que demuestra el entusiasmo renovado de inversionistas y comerciantes, chinos y extranjeros, de seguir generando intercambios y oportunidades de beneficio compartido.

Volviendo a la Cumbre, tuve la oportunidad de participar, en mi calidad de presidente de CAPECHI, en la reunión de las organizaciones de promoción del comercio, en la que representantes de las cámaras binacionales de toda la región intercambian experiencias, información y propuestas con directivos de las oficinas regionales del CCPIT. El tema de esta edición de la Cumbre fue "Innovación abierta, desarrollo compartido" y puedo decir que fue un éxito no solo en términos de asistencia de numerosas delegaciones, sino por el entusiasmo con el que empresarios chinos y latinoamericanos interactuaron en lo que se ha convertido en una gran celebración de hermandad empresarial.

Una vez terminada la ceremonia inaugural se anunció la "Iniciativa de Beijing sobre Cooperación de Negocios entre China, Latinoamérica y el Caribe", decisión que demuestra que China desea seguir cultivando las relaciones con los países de nuestra región. Ello nos impone importantes retos para lograr una asociatividad mayor. Por esa razón, en la reunión de las organizaciones de promoción del comercio, se puso de relieve la creación de la Federación de Negocios de América Latina y el Caribe-China, que agrupa a diversas cámaras entre las que está CAPECHI como una de las instituciones fundadoras.

Como podemos apreciar, China ha vuelto a abrir sus fronteras al mundo y por ello es importante asistir a sus ferias, a sus eventos, por simple turismo o por una mezcla de propósitos, a fin de encontrar oportunidades de negocio. Lo propio están haciendo en China, organizando delegaciones para visitar los países de Latinoamérica.

Disfruten de esta edición.

JOSÉ TAM PÉREZ.

PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO PERUANO CHINA

(CAPECHI).

22 INVERSIÓN MINERA CHINA NO SE DETIENE



MÁS DEL 13% DEL CAPITAL QUE SE DESTINA A ESTA INDUSTRIA EXTRACTIVA EN PERÚ PROVIENE DE EMPRESAS CHINAS.



8 EL APOORTE DE LAS ZEE: ¿SE PUEDE REPLICAR EL MODELO CHINO EN PERÚ?

En nuestro país se crearon ocho ZEE, pero solo cuatro están operativas. Sectores público y privado enfrentan aún algunos desafíos.

29 DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

Marcas chinas de *smartphones* y otros dispositivos destacan por la innovación y su oferta de calidad y precio. Conozca lo que alistan para el próximo año.



57

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



44 EL AÑO DEL DRAGON

Cargado de fuerza y vitalidad llega este ser mitológico. Sepa qué personalidades nacieron bajo su influencia.



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
DIEGO RAZZETO
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.

JORGE CHIAN CHONG
Gerente General

PABLO MATOS LEÓN
Gerente de Comercio Exterior

Comité consultivo de Capechi

ZHANG XUDONG
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
BERTHA RAMOS

Colaboradores
SONIA MILLONES
SERGIO CARRASCO
LEWIS MEJÍA
DIANA QUIROZ
CECILIA ARIAS

Columnistas
JULIO CHAN SÁNCHEZ
ALEX CORDOVA ARCE
RUBÉN TANG U.

Fotografía
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

Seguros desde 1937

La Positiva
Seguros



¡Qué ese **dinero extra** crezca!



Protege y rentabiliza tu dinero para el éxito de **tus planes a futuro con nuestros seguros.**



Vida Positiva Inversión



Rentabiliza tu dinero de la mano de nuestros especialistas y protege a tu familia al mismo tiempo. Tú decides cuándo y cuánto ahorrar.

Seguro de Vida Académico



El futuro de tus hijos está garantizado. Te devolvemos el 100% de tu inversión más la rentabilidad generada para asegurar su educación y bienestar sin importar qué ocurra en el camino.

Vida Temporal Devolución



Te permite recuperar hasta el 150% de tu inversión, generando un ahorro que podrás recuperar al finalizar tu contrato y al mismo tiempo podrás proteger a los que más quieres.

La Positiva Seguros y Reaseguros - RUC 20100210909

lapositiva.pe

Síguenos en...   



POBLACIÓN EN CHINA

Hoy en día supera los 1.400 millones de habitantes. La tasa de urbanización de la población permanente es del 64.72% y una clase media de 400 millones.



LA FRANJA Y LA RUTA

China ha firmado convenios para la construcción conjunta de la Franja y la Ruta con 152 países que representan el 77% de los países del mundo.

AMÉRICA LOGÍSTICA

"Logística para el cliente" resume el propósito principal de **América Logística**, una empresa que este año recibió la autorización de Aduanas para funcionar como Operador de Comercio Exterior (OCE) y así brindar servicios integrales de importación y exportación, almacenamiento y transporte.

En sus 9 años de funcionamiento ha logrado un crecimiento notable gracias a la confianza de clientes de diferentes rubros como Petrex, Belomed, Grupo Delosi, SmartFit, Tempel, Rappi, Cirsá, entre otros.

Tiene tres sedes, que suman 12 mil metros cuadrados en la Av. Venezuela, del Cercado de Lima, las cuales están acondicionadas y funcionan como almacenes para atender las necesidades de los clientes.

La experiencia de estos años le permite ofrecer servicios de comercio exterior; almacenamiento y control de inventarios; transporte y distribución física; maniobras y resguardo, e implementación de locales y tiendas.

La empresa está gestionando actualmente el proceso de implementación del ISO 9001



PREMIO A LA ECOEFICIENCIA

Cementos Yura ganó el premio Creatividad Empresarial en mérito a la fabricación de cementos ecoamigables que incluyen 40% de puzolana en su composición. Esto no solo mejora las propiedades del producto en comparación con el cemento Portland tradicional, sino que se reducen las emisiones de dióxido de carbono en su producción. Los premios Creatividad Empresarial son entregados por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), que este año cumplió su vigésima séptima edición.

EXPORTACIONES DE PISCO

El presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Julio Pérez Alván, proyectó que los despachos de pisco este 2023 cerrarían en 10 millones 500,000 dólares, un incremento de 0.2% en relación al 2022. Entre enero y octubre de este año los envíos ascendieron a 7 millones 892,000 dólares, pero aún existe una agenda pendiente y se debe apuntar a mercados como Asia y Oceanía, sostuvo Pérez.



MINISO FINALIZARÁ EL AÑO CON 33 TIENDAS

La cadena china de tiendas de bajo costo especializada en mercancía para el hogar y de consumo se trazó la meta de superar las 30 tiendas en el mercado peruano este 2023. Pero antes de acabar el año tendrá 33 locales. Miniso tiene presencia en más de 100 países y en Perú seguirán las aperturas ya que el objetivo es llegar a 40 tiendas en 2024.



CENTROS COMERCIALES

El sector de centros comerciales en Perú está pasando por una etapa de crecimiento impulsada por la proyección de nuevas inversiones que llegarían a S/1,230 millones entre 2023 y 2024. Se espera que cuatro proyectos clave se sumen a la oferta comercial. Tres ya fueron inaugurados: Shopping La Molina, de Cencosud, y dos Mall Aventura, del grupo Ripley, en San Juan de Lurigancho e Iquitos. Parque La Molina, de Parque Arauco, está previsto para noviembre de 2024.

MEGAPUERTO DE CHANCAY

La construcción del Megapuerto de Chancay, que unirá Sudamérica con Asia y convertirá al Perú en un importante *hub* logístico, avanza rápidamente y está a más del 50%. "Hoy en día, para llegar de América del Sur al Asia (China, Corea o Japón) se demora entre 35 y 40 días, pero con el puerto de Chancay los buques podrán llegar en 23 días, pues la conexión será directa", indicó Mario de las Casas, gerente de Asuntos Públicos de Cosco Shipping Ports. "El primer año esperamos mover un millón de contenedores-TEU (unidad equivalente a un contenedor de 20 pies) y seis millones de carga suelta", agregó.



SOLO PARA SOCIOS

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

MOTOR ECOLÓGICO

El primer motor chino de velocidad media y alta impulsado por amoníaco se encendió con éxito en Dalian, China. Puede reducir las emisiones de carbono en un 80 por ciento y producir hasta 208 kilovatios de potencia con un solo cilindro.



Las lecciones de China y oportunidades que se abren con el puerto de Chancay

ZONAS ECONÓMICAS ESPECIALES

LOS DESAFÍOS EN PERÚ

A lo largo de varios años, China estableció Zonas Económicas Especiales (ZEE) para promover comercio, inversión extranjera y desarrollo tecnológico. Perú también apostó por tener ZEE, con objetivos similares, pero con resultados diferentes.

Escribe SONIA MILLONES ALVARADO

Shenzhen, conocida ahora como el Silicon Valley chino, era un pequeño pueblo de pescadores en la provincia de Guangdong, pero todo cambió en 1980, cuando el gobierno chino estableció allí las Zonas Económicas Especiales (ZEE) para fomentar la inversión e innovación tecnológica. Tras esa medida, varios ciudadanos chinos formaron empresas electrónicas, impulsados por beneficios fiscales. Las compañías crecían a tal punto que se contrataba a más trabajadores locales y se atraía talento de otras partes del país y del mundo.

Con el pasar de los años Shenzhen se transformó en un centro de tecnología e innovación, atrayendo a empresas de todo el mundo. Las calles que antes estaban repletas de pescadores ahora están repletas de rascacielos y oficinas de tecnología. ¿Puede el Perú replicar ese tipo de experiencia exitosa? ¿Qué desafíos tiene en esta materia?

El Perú cuenta con los recursos para insertarse en las cadenas de valor agregado con el funcionamiento de las ZEE y replicar experiencias exitosas haciendo diversas reformas, coincidieron en señalar varios especialistas reunidos en el simposio internacional “El Crecimiento Económico de China y las Zonas Económicas Especiales en la Iniciativa de La Franja y la Ruta”, organizado por el Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico, de la Universidad del Pacífico (UP), y el Instituto de Economía Mundial de Fudan University (China).

¿Qué son las ZEE?

Las Zonas Económicas Especiales (ZEE) son espacios geográficos que se crearon con la idea de brindar facilidades y soporte en infraestructura para el desarrollo de actividades industriales y de servicios, mediante incentivos fiscales y regulatorios. Este régimen especial se aplica con el fin de generar empleo, atraer inversiones, aumentar las exportaciones e impulsar la tecnología de un país.

El éxito de una ZEE depende también de diversos factores: la ubicación estratégica (óptima conexión portuaria, aeroportuaria y viaria), ambiente de negocios (fomento de la competitividad de diversos servicios), especialización (formación de clústeres en sectores tecnológicos) e implementación (capacidad de innovación).



Desde el gobierno peruano se alista un proyecto de ley para dar un mayor impulso a las ZEE y generar mayores atractivos para la inversión en estas zonas.

Cuatro ZEE operativas en Perú

En nuestro país se crearon ocho ZEE, de las cuales cuatro están totalmente operativas y se encuentran en Paíta (Piura), Matarani (Arequipa), Ilo (Moquegua) y Zofratacna (Tacna),

¿QUE CARACTERIZA A LAS ZEE?



FUENTE: MINCETUR

LAS ZEE HOY



FUENTE: MINCETUR

según información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (Mincetur).

Las otras cuatro que no están operativas se ubican en Loreto, Tumbes, Puno y Cajamarca. Teresa Mera, viceministra de Comercio Exterior del mencionado ministerio, explicó que estas ZEE no se encuentran operativas por diversos motivos, entre ellos la falta de saneamiento total de terrenos y de una mejor infraestructura.

Durante el simposio, Mera remarcó que resulta necesario contar con una infraestructura adecuada para motivar a un inversionista a que se establezca en estas zonas económicas especiales.

Además, dijo que resulta importante el trabajo conjunto entre el sector público y privado para implementar políticas que conlleven a la modernización de estas ZEE y que permitan obtener mejores resultados en ese rubro, como los alcanzados en China y en otros países latinoamericanos.

El caso de Panamá

Panamá tiene la Zona Libre de Colón, una zona franca creada en 1948, en el Puerto Colón, que con el tiempo se transformó en complejo comercial industrial y logístico, mientras crecía la instalación de empresas como Huawei, LG, Samsung, Sony, Pfizer.

Inicialmente esa zona económica especial abarcó 35 hectáreas y en ellas se instalaron 10 empresas. Hoy cuenta con más de 1,064 hectáreas y más de mil empresas importantes desarrollan sus actividades. El impulso de la zona franca panameña se vio influenciado por diversas facilidades logísticas, puertos modernos, además de una amplia interconectividad y desarrollo de infraestructura.

En Perú, el año pasado las ZEE solo contaron con 167 empresas instaladas, lo cual refleja el desafío que tiene nuestro país en este ámbito, sostuvo Teresa Mera. “Se trata de un tema prioritario porque estas zonas

“El Perú cuenta con los recursos para insertarse en las cadenas de valor agregado con el funcionamiento de las ZEE y replicar experiencias exitosas haciendo varias reformas”

LAS ZEE EN EL PERÚ

Hubs logísticos
para el comercio transfronterizo

Procesos simplificados
contribuye con eficiencia operativa

Acceso a mercados
22 acuerdos comerciales suscritos

Conectividad terrestre
Con Ecuador, Colombia, Brasil, Bolivia y Chile

Conectividad marítima
con principales puertos: Matarani y Paita



FUENTE: MINCETUR

económicas son una puerta para la generación de desarrollo regional y para el crecimiento de las exportaciones y de la inversión extranjera”, dijo.

A partir de 2017, las exportaciones desde las ZEE han crecido sostenidamente, alcanzando en 2022 los US\$ 94 millones, registrando un aumento de 12 por ciento en comparación al año 2021. Para la representante del Mincetur, son cifras positivas, pero considera que el Perú tiene mayor potencial y podría conseguir mejores resultados.

“Se trata de un tema que está en agenda y estamos trabajando con el sector privado y el Congreso un marco normativo para que dentro

de una estrategia más amplia se pueda atraer mayores inversiones (...)”, manifestó la funcionaria.

Precisamente, el Poder Ejecutivo, a través del ministro de Economía y Finanzas (MEF), Alex Contreras, adelantó que se alista un proyecto de ley orientado a dar un mayor impulso a las ZEE, a fin de generar mejores atractivos para la inversión en zonas con alto potencial.

Una ZEE en Chancay

Las ZEE son un componente importante en la Iniciativa de La Franja y la Ruta, impulsada

BENEFICIOS E INCENTIVOS DE LAS ZEE EN EL PERÚ



EXONERACIÓN

IGV, ISC, IPM y tributos por crearse



SUSPENSIÓN DE IMPUESTOS A LA IMPORTACIÓN

Bienes, maquinaria y equipos del exterior



PERMANENCIA ILIMITADA

De los bienes dentro de las ZEE



PUNTOS DE LLEGADA

Para la descarga directa de mercancías



VENTAS A LAS ZEE

consideradas exportaciones (0% IGV y Drawback)



INGRESO A LAS ZEE

Mediante Solicitud de Traslado (no DAM)



MANUFACTURAS DE LAS ZEE

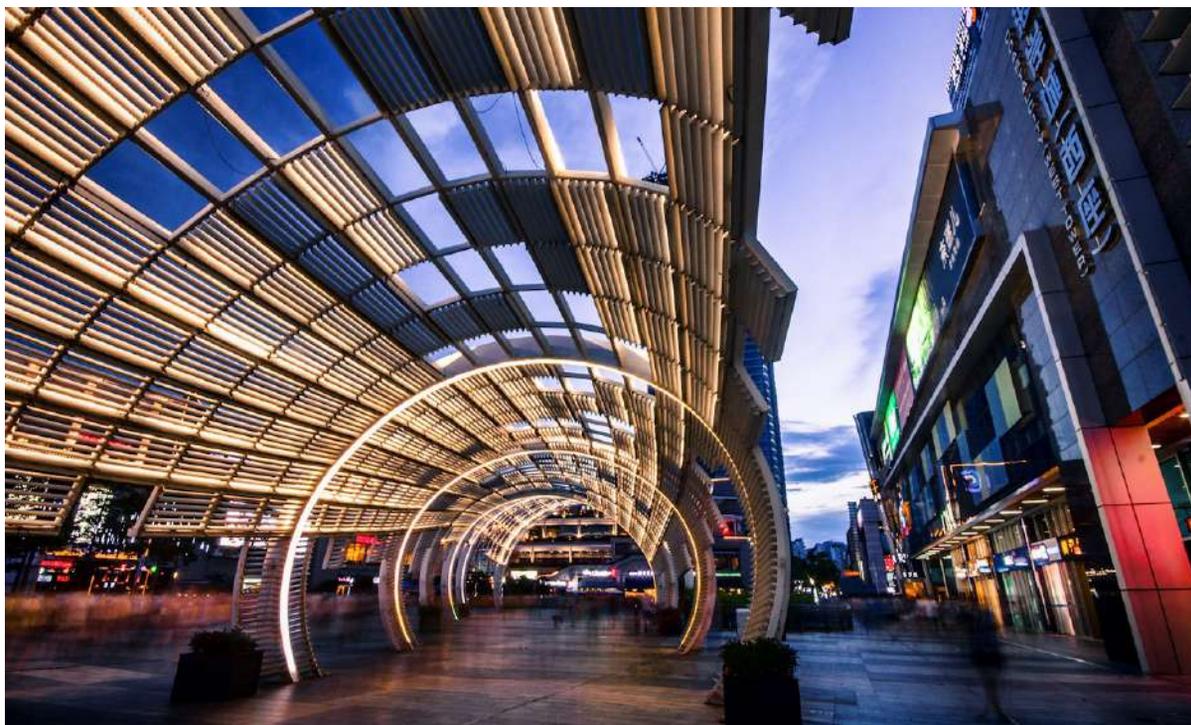
Pueden acogerse a Acuerdos Comerciales



BIENES DE LAS ZEE

Se nacionalizan con 0% de arancel

FUENTE: MINCETUR



Es necesario contar con una infraestructura adecuada para motivar a inversionistas a que se establezcan en estas ZEE.

“Resulta vital el trabajo conjunto entre el sector público y el privado para implementar políticas que permitan obtener mejores resultados con las ZEE”

por China e integrada por Perú. En ese sentido, ha cobrado relevancia la propuesta de crear una nueva zona económica especial en los alrededores del megapuerto de Chancay, ubicado en la costa central de Perú y a 80 kilómetros de la ciudad de Lima.

A comienzos de setiembre, el titular del MEF, Alex Contreras, señaló que el puerto de Chancay generará una serie de negocios conexos, los mismos que desde el Estado se quiere impulsar con la creación de una ZEE, el parque industrial de Ancón y la promoción de la industria naval.

La idea es que a través de una ZEE se establezca un régimen tributario especial, que posibilite la llegada de renombradas empresas tecnológicas con el propósito de agregar valor a la materia prima antes de ser exportada.

El megapuerto de Chancay permitiría desarrollar las zonas económicas especiales

peruanas a un nivel muy alto, incluso llegando al nivel de las ZEE asiáticas, remarcó Carlos Tejada, gerente general adjunto de la empresa Cosco Shipping Port Chancay S.A., responsable de la construcción del mencionado puerto.

Indicó que la obra en Chancay representa una oportunidad para cumplir el objetivo de dotar de mayor transferencia tecnológica al país para añadir valor a los productos peruanos y diversificar las exportaciones.

Asimismo, dijo que existe un gran potencial para desarrollar una ZEE en Chancay porque se están realizando acciones con miras a convertir el megapuerto en el más significativo *hub* logístico e industrial para América Latina. “Tenemos una gran oportunidad de integrarnos a las cadenas de valor, no podemos limitarnos a solo exportar materia prima, tenemos que atraer inversión en tecnología que agregue valor a nuestras exportaciones”, sostuvo.



En Perú el año pasado las ZEE solo contaron con 167 empresas instaladas, lo que refleja el potencial aún por desarrollar.

En su opinión, las ZEE son herramientas muy potentes, pero hay que saberlas usar. “Por ejemplo, los transformadores que utilizamos para la obra en Chancay son producidos en Shanghái pero con minerales peruanos”, aseveró.

Subrayó que la obra incluirá polos tecnológicos, industriales y logísticos, destinados a dar mayor valor a los productos para exportación a embarcar por ese terminal portuario. “Tenemos todas las condiciones

para insertarnos en las cadenas de valor, tenemos una posición estratégica envidiable, somos vecinos de Brasil, pero nos falta más mecanismos para atraer inversión y tecnología y para que empecemos a transformar equipos y elaborar nuevos productos”, sostuvo.

En ese sentido, subrayó que resulta clave la voluntad política, un buen marco institucional para promover y cumplir con las metas de desarrollo de infraestructura, conectividad y transferencia tecnológica. **CT**

DESEMPEÑO DE LAS ZEE DEL PERÚ (2022)

Exportaciones

Desde 2017, las exportaciones desde las ZEE han crecido sostenidamente, alcanzando en 2022 los USD 94 millones (+12%).



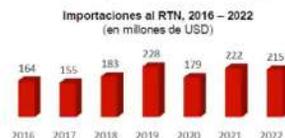
Usuarios

Las ZEE contaron en 2022 con 167 empresas instaladas.



Importaciones al Resto del Territorio Nacional (RTN)

En 2022 superaron los USD 215 millones.



Industrias desarrolladas



Producción de productos oftalmológicos



Packing de alimentos



Elaboración de sucedáneos de carne

FUENTE: MINCETUR



AMERICA LOGISTICA GROUP

...Logística para el cliente

COMEX – ALMACÉN – TRANSPORTE

Anatec

SUNAT



MTC
Ministerio de Transportes y Comunicaciones



Almacén y Gestión de Inventarios



Comercio Exterior



Distribución Física y Transporte Total



Transporte con Cadena de Frío



E-commerce Última Milla



Proyectos Carga Dimensionada



Implementación Locales y Tiendas



Otros Servicios



CONTACTOS

José M. Ferril | Gerente General

✉ jose.ferril@americalogistica.pe

☎ Cel. 989 105 320

César A. Huamán Q. | Gerente de Operaciones

✉ cesar.huaman@americalogistica.pe

☎ Cel. 944 349 758

Annie Falconi Bravo | Gerente Talento Humano

✉ annie.falconi@americalogistica.pe

☎ Cel. 947 355 096

ALMACENES:

- **AL 01:** Av. Belisario Sosa Peláez 1055, Lima (2000 m²)
- **AL 02:** Av. Belisario Sosa Peláez 1023, Lima (2000 m²)
- **AL 03:** Calle Antenor Orrego 2188, Lima (8000 m²)

Más información en:

www.americalogistica.pe

Central
Telefónica:



335-4109

Hacia negociaciones de éxito

La Cámara de Comercio Peruano China representa a una gran cantidad de ferias que se realizan en China y periódicamente brinda información y asesoría para acceder a ellas.

Las ferias en China son lugares de encuentro para hacer negocios o buscar nuevas oportunidades. Sin embargo, elegir la más indicada para ir de visita podrá resultar complicado a menos que definamos los objetivos comerciales que se quieren conseguir. El país asiático tiene una amplia gama de opciones, pero lo recomendable es empezar por las ferias más consolidadas según el sector de interés.

Hay que tener en cuenta que existen proveedores que atienden pedidos sólo en cantidades muy elevadas, mientras que otros están enfocados en pequeñas y medianas empresas. El objetivo debe apuntar al establecimiento de relaciones comerciales de confianza una vez que se elija el producto y el fabricante al que se le comprará.

Una página interesante para explorar es la siguiente: <https://www.feriasinfo.es/Ferias-China-Z47-S1.html>. Aquí encontrará los enlaces de ferias de diferentes temáticas, ubicación, cronogramas y condiciones para asistir.

El paso a paso

Si se ha optado por ir a una feria en China, hay pasos previos que se deben seguir empezando por el trámite de visa en el consulado de ese país. Una vez identificado el sector y seleccionada la feria, se debe proceder con la inscripción de las personas que asistirán a través de la página web.

Si se trata de un primer viaje a China, se aconseja contratar un guía que pueda oficiar de intérprete y, de preferencia, que hable español e inglés, aunque este último idioma suele utilizarse cuando se trata de una feria internacional. En las ferias domésticas también pueden encontrarse buenos proveedores.

Precios bajos

Los proveedores que atienden el mercado doméstico pueden tener precios sumamente competitivos, y si se elige trabajar con alguno de ellos, necesariamente hay que contratar a un agente de compras de origen. Esta persona debe tener licencia de exportación y encargarse de recibir los productos adquiridos en sus almacenes a fin de que organice los trámites y las gestiones necesarias para enviarlos al país de destino. En este caso, la confianza y la información que se consiga de todos los representantes con los que se negocia es vital para evitar riesgos y lograr una importación exitosa.

“El objetivo (en las ferias) debe apuntar al establecimiento de relaciones comerciales de confianza una vez que se elija el producto y el fabricante al que se le comprará”

Por otro lado, la mayoría de ferias son muy extensas, por lo que se debe planificar la visita cuidadosamente. El manejo del tiempo de recorrido a los pabellones también es importante a fin de evitar que se escape la oportunidad de conseguir un buen proveedor.

Aquí presentamos una breve selección de ferias:

- **FERIA DE CANTÓN**

Es una de las ferias más destacadas. Exhibe productos de diferentes categorías y se realiza en tres sesiones. La primera se dedica a productos industriales, la segunda a bienes de consumo y regalos y la tercera a ropa, medicinas, entre otros. Se lleva a cabo dos veces al año: en la primavera y el otoño en China.

<https://www.cantonfair.org.cn/en-US>



- **FERIA DE ELECTRÓNICA DE HONG KONG**

En esta feria se puede encontrar detectores de metales, equipos para medir la presión arterial, proyectores, cables y accesorios. También productos audiovisuales, electrónica automotriz y para vehículos, negocios de IP, hogar conectado, imágenes digitales, juegos electrónicos, servicios de fabricación electrónica, entre otros. Se realiza dos veces al año.

<https://www.hktdc.com/event/hkelectronicsfairae/en>



- **FERIA DEL ESTE DE CHINA**

Esta feria es considerada la mayor de las ferias regionales y a esta plataforma de negocios llegan compradores de casi 100 países. Se realiza en Shanghai una vez al año y cuenta con el apoyo del Ministerio de Comercio de China. Además, nueve provincias y ciudades copatrocinan esta exposición. Se exhiben prendas de vestir, textiles para el hogar, bienes de consumo y regalos Art Deco.

<http://www.ecf.net.cn/en/>



- **FERIA DE ALTA TECNOLOGÍA DE CHINA**

La feria se centra en productos de tecnología avanzada dirigidos, por ejemplo, a la conservación de energía, protección del medio ambiente. Muestra, además, la nueva generación de tecnologías de la información, nuevas energías, fabricación de equipos de alta gama, nuevos materiales y vehículos de nueva energía, etc. Se realiza una vez al año.

<https://www.chtf.com/english/>



- **EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE IMPORTACIONES DE CHINA**

La CIIE se celebró por primera vez en 2018 y desde entonces ha mantenido su presencia anual en Shanghai. Países de diferentes partes del mundo exponen productos de diversas categorías como una vitrina para acceder al gran mercado asiático. Esta es una feria auspiciada por el gobierno chino.

<https://www.ciie.org/zbh/en/>



PREMIUM CHOICE GLOBAL:

TU EQUIPO DE COMPRAS EN LA REPÚBLICA POPULAR CHINA



“Apostamos a reducir la brecha cultural-comercial entre China y Occidente y generar mayores beneficios para nuestros clientes”.

A cercar proveedores, mercados y clientes tanto de China como de Perú fue el objetivo principal de Premium Choice Global desde el inicio de sus operaciones. “Los resultados durante este tiempo han sido gratificantes. Contamos con oficinas en Lima y en Shanghái y un soporte empresarial y logístico que nos permite brindar un servicio integral y confiable”, afirma Alejandro Roca, Business Development Manager.

“Llegar al consumidor chino y comerciar con empresas chinas tiene complejidades, pero con nuestra experiencia, podemos asesorar a

las empresas que quieren ingresar sus productos a China o deseen comprar mercadería para traerla al Perú. Somos los representantes de nuestros clientes en China, cuidamos sus intereses y nos ocupamos de todo el proceso de importación o exportación”, añade Roca.

Premium Choice Global es una empresa china de capitales peruanos integrada por profesionales de origen chino y occidental enfocándose en las siguientes líneas de negocio:

1) Perecederos: Compramos fruta peruana (uva, palta, mandarinas, arándanos, mangos) y las vendemos en los principales mercados mayoristas de China. Contamos con un equipo propio tanto en los mercados y cerca a las empresas agrícolas para dar información permanente sobre el estado de la fruta.

**Nuestros valores empresariales: Transparencia,
Compromiso, Integridad, Servicio y Acción.**



La uva está entre los productos que exportamos a China y las escaleras se importan para ser utilizadas en faenas agrícolas.

2) Bienes: Proveemos productos de calidad de origen chino para la industria y comercio en el Perú, como triplay, escaleras, bolsas de papel, materiales de empaque, maquinaria, repuestos y diversos artículos de consumo.

3) Servicios: Buscamos y desarrollamos nuevos proveedores, auditamos presencialmente a los proveedores (documentos, infraestructura, proceso productivo, insumos, personal), hacemos controles durante cada proceso para asegurar la calidad y el tiempo de entrega. Coordinamos la operación logística, así como también las transacciones bancarias, según lo requerido.

Premiun Choice nace de un *joint venture* entre una empresa peruana líder en embalajes de madera para el sector agrícola con más de 10 años de experiencia y de una empresa china con más de 15 años de experiencia en el aseguramiento de la calidad y *trading* de productos de origen chino.

A partir de un trabajo altamente profesional y con valores empresariales basados en la transparencia, el compromiso, la integridad, el servicio y la acción, somos el equipo de compras que el cliente necesita en China.



Las relaciones de confianza son la base para establecer conexiones de negocios sólidas y duraderas. Por eso, ejecutivos de Premiun Choice participan de reuniones con clientes en China, donde tiene oficinas.



FORO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA DEL ASIA PACÍFICO

Julio Chan Sánchez *

TERCERA PRESIDENCIA DEL APEC

Después de ocho años el Perú asume de nuevo la presidencia del Foro de Cooperación Económica del Asia Pacífico (APEC). Desde nuestra primera presidencia, en el 2008, mantenemos el récord de liderar el APEC en el periodo más breve.

El año del APEC Perú comenzó con la Reunión Informal de Altos Funcionarios, del 4 al 6 de diciembre, en la cual se presentó la agenda que el Perú promoverá. La presidenta Dina Boluarte, en ceremonia especial, oficializó esta cita.

En 2024 se llevarán a cabo más de 130 eventos, incluyendo diez reuniones ministeriales. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) es responsable de las de comercio y turismo; y comparte la conjunta comercio y mujer (a realizarse por primera vez), y la conjunta relaciones exteriores y comercio, precediendo esta última a la Cumbre de Líderes de APEC en el mes de noviembre. APEC 2024 continuará su enfoque descentralizado en las siguientes ciudades: Lima, Arequipa, Trujillo, Urubamba y Pucallpa.

Estos eventos propician reuniones bilaterales, actuando como catalizadores para que, actualmente, el Perú cuente con acuerdos bilaterales y/o plurilaterales con 14 economías del Foro, contribuyendo al notable crecimiento de nuestro comercio con APEC: 11% de tasa de variación anual promedio, pasando de US\$ 7,293 millones a US\$ 79,231 millones entre los años 2000 y 2022. Las exportaciones aumentaron de US\$ 3,709 millones a US\$ 42,549 millones en dicho período. En 2024 se prevé formalizar más Tratados de Libre Comercio (TLC) con otros miembros del Foro.



La Cumbre de Líderes del Foro APEC facilita visitas presidenciales, destacando la llegada del presidente Xi Jinping, que inaugurará el Megapuerto de Chancay. Además, el sector empresarial, a través del Consejo Consultivo Empresarial de APEC (ABAC), desempeñará un papel crucial, con ABAC Perú (que contará con el apoyo de su Secretaría Técnica: ComexPerú), liderando y organizando eventos como el CEO Summit, con la participación de más de 1,200 CEO, y la Cumbre Pyme APEC.

El próximo año el Perú estimulará el comercio, turismo e inversiones mediante la colaboración entre el gobierno y el sector privado, lo que mejorará el bienestar de la población y promoverá una imagen positiva. La amplia cobertura mediática fortalecerá la posición internacional peruana. **CT◀**

* Coordinador General APEC del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.



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



INVERSIÓN MINERA CHINA: MOTOR DE CRECIMIENTO EN PERÚ

Las inversiones de las compañías del gigante asiático que operan en nuestro país representan más del 13% del total de capital que se destina a esta industria extractiva.



D

entro de un entorno económico en recesión en donde la mayoría de empresas locales reducen sus proyecciones de inversión en Perú, un motor vital para revertir esa tendencia es la minería, industria en la cual las compañías chinas mantienen su firme voluntad de inversión.

Al mes de setiembre último, en el ranking de las 50 principales empresas mineras que operan en el Perú, las inversiones de cinco compañías chinas: Shougang, Las Bambas, Chinalco, Jinzhao Mining y Shouxin, representaron el 13.4% del desembolso total de capital de esa industria extractiva.

Las inversiones de Shougang Hierro Perú S.A.A. en los primeros nueve meses del año superaron los US\$ 153 millones, un 40.6% más que en igual periodo del 2022. Esta empresa, con operaciones en Ica, es la principal productora de hierro con una participación de 98.1%.

En lo que se refiere a mayor inversión minera en “planta de beneficio”, Chinalco –productora de concentrado de cobre principalmente– se ubica como la cuarta empresa en dicho rubro al mes de setiembre, con un desembolso de US\$ 83 millones.

En cuanto a desembolsos en “infraestructura”, las inversiones de minera Las Bambas –una de las principales productoras de cobre y molibdeno en Perú–, con US\$ 44.9 millones, aumentaron 12.1% de enero a setiembre, mientras que las de Shougang fueron las segundas en “desarrollo y preparación”, con US\$ 120.6 millones, un crecimiento de 46.9%.

Las inversiones del gigante asiático en Perú se han venido incrementando sostenidamente en los últimos 14 años, y desde el 2009 a la fecha han destinado más de US\$ 16,000 millones a la industria minera en el país andino, explicando el 10% de su PBI.

Proyectos en la mira

¿Qué nuevos proyectos o ampliaciones se esperan en los próximos años? Según el Ministerio de



Solo dos mineras chinas, Las Bambas y Toromocho, de MMG y Chinalco respectivamente, han producido el 18.3% del total de los más de 2 millones de TMF de cobre procesadas en los primeros nueve meses del año.

Se estima que este año el Perú alcanzará una producción récord de cobre, con una participación gravitante de las empresas mineras chinas en la producción de este y otros metales.

Energía y Minas (Minem), para el 2024 se avizora que Minera Chinalco ponga en marcha su proyecto de Ampliación Toromocho, cuya construcción se inició en el 2018, con una inversión de US\$ 1,355 millones, para la extracción de cobre en Junín. En el presente año el MINEM autorizó a la empresa la construcción e instalación de equipos y auxiliares para una capacidad de procesamiento de 170,000 toneladas métricas secas por día.

Shougang Hierro Perú, según información de la empresa, se encuentra en construcción de una nueva planta procesadora que le permitirá duplicar su actual producción (alcanzó 12.7 millones de toneladas métricas finas –TMF– en el 2022).

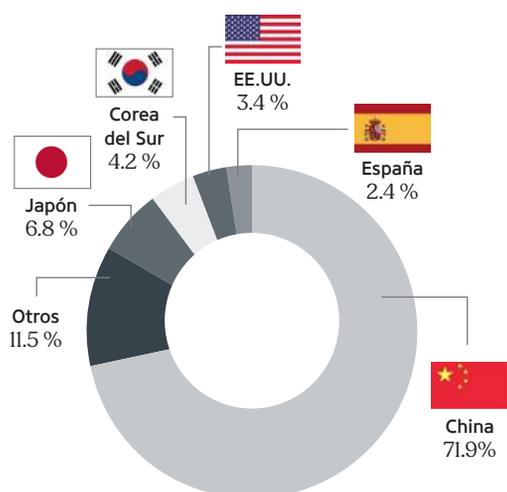
De acuerdo con el BCR, esa firma es la principal inversionista en el proyecto del Terminal Portuario Marcona, el cual ya cuenta con Estudio de Impacto Ambiental (EIA) aprobado por el Servicio Nacional

de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (SENACE), y según ProInversión (la Agencia de Promoción de la Inversión Privada), prevé darlo en concesión en forma directa en febrero del 2024.

La concesión comprende el diseño, financiamiento, operación y mantenimiento de un nuevo terminal portuario de uso público, especializado en almacenamiento y embarque de concentrados de hierro y cobre, a ejecutar con una inversión de US\$ 404.8 millones.

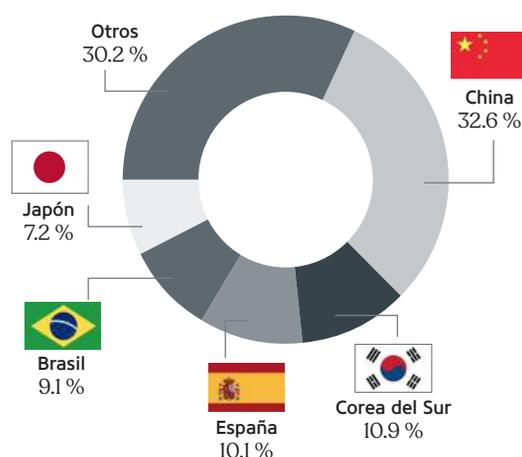
Uno de los grandes proyectos chinos en minería es el de Pampa del Pongo, de Jinzhao Mining Perú, de US\$ 1,779 millones en Arequipa, para la extracción de hierro, y que cuenta con estudio de prefactibilidad. Se espera que el SENACE apruebe la modificación a su EIA, para que posteriormente el MINEM autorice

2023: DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE COBRE (ENERO - AGOSTO)



FUENTE: PROMPERÚ - Infotrade
Fecha de consulta: 16 de octubre 2023

2023: DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE ZINC (ENERO - AGOSTO)



FUENTE: PROMPERÚ - Infotrade
Fecha de consulta: 17 de octubre 2023



De enero a agosto de este año China fue el destino del 71.9% de las exportaciones de cobre del Perú. Asimismo, se envía al gigante asiático el 32.6% de las exportaciones de zinc.

la modificación de la Concesión de Beneficio (licencia de construcción).

Producción

No cabe duda de que la presencia de la inversión china en el sector minero en Perú juega un rol importante. Proyecciones del MINEM y de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo & Energía (SNMPyE) coinciden en que este año el Perú alcanzará una producción récord de cobre, en torno a los 2.7 millones de TMF (Toneladas Métricas Finas), con una participación gravitante de las empresas mineras chinas en la producción de este y otros metales.

En el caso del cobre, MMG y Chinalco Perú se ubicaron en la quinta y sexta posición en el *ranking* de principales productores, con sus unidades Las Bambas y Toromocho, respectivamente.

En conjunto estas dos minas han producido el 18.3% del total de los más de 2 millones de TMF de cobre procesadas en los primeros nueve meses del año. Además, de enero a agosto, China fue el destino del 71.9% de las exportaciones de cobre del Perú (ver gráfico). En el caso de Las Bambas, hasta el mes de setiembre su producción creció 21.7% más que en igual período del 2022, alcanzando un

11% de participación. Asimismo, esta mina vio incrementar su producción de molibdeno en 30.3%, con 3,017 TMF, aportando el 12.3% de la provisión nacional de ese metal, lo que la ubica como su tercer proveedor nacional.

Por su parte, Toromocho produjo 145,631 TMF de cobre, el 7.3% del total que se extrae en la nación andina. Minera Chinalco también aportó el 6.5% de la producción local de plata, siendo el cuarto productor de dicho metal del Perú.

Minera Shouxin Perú produjo en los primeros nueve meses del año 41,175 toneladas de zinc, un crecimiento del 73.3%, y una participación del 3.8% en la provisión de ese metal. China es el destino del 32.6% de las exportaciones de zinc del Perú y sigue siendo su principal importador a nivel mundial (ver gráfico).

Shougang Hierro Perú alcanzó de enero a setiembre de este año 10'627,200 TMF de hierro, un crecimiento de 16.3%, y una participación del 98.1% en la explotación de este recurso.

Minera Shouxin registró en el mismo periodo una producción de 200,700 TMF de hierro (1.9% del total) y un incremento de 47.8%. De esa forma, las empresas chinas producen el 100% del hierro que se extrae del Perú. ◀

Desde el 2009 a la fecha las mineras chinas han destinado más de US\$ 16,000 millones en inversión a la industria minera en Perú, explicando el 10% de su Producto Bruto Interno.

PRINCIPALES INVERSIONES CHINAS EN MINERÍA

TIPO DE PROYECTO U OPERACIÓN	EMPRESA	PROYECTO	SITUACIÓN DEL PROYECTO	INVERSIÓN EN (US\$ MILLONES)
Mina en operación	MMG	Las Bambas	En producción	10,000
Construcción de mina	China/ Grupo Zijin	Río Blanco/ Grupo Zijin	Con estudio de factibilidad, pendiente que empresa defina fecha de inicio	2,792
Construcción de mina	Jinzhao Mining	Pampa del Pongo	Con estudio de prefactibilidad, pendiente que empresa defina fecha de inicio	1,779
Construcción de mina	Chinalco	Ampliación Toromocho (fase II)	En construcción, obra terminará el 2024	815
Mina en operación	Shougang	Hierro Perú/ Shougang	En producción	1,045
Construcción de mina	Minera Shouxin	Ampliación Shouxin	Se aprobó modificación a su EIA, este año iniciaría construcción (*)	140
Exploración minera	MMG	Azulccacca /MMG	Previsto a iniciar el 2024	3.6
Exploración minera	MMG	Bordebamba	Previsto a iniciar el 2024	3.6
Exploración minera	MMG	Sallahue Norte	Previsto a iniciar el 2024	2.1
Total				16,580

FUENTE: MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS

(*) Anuncio realizado por el ministro de Energía y Minas, Oscar Vera.

MEDIDAS TRIBUTARIAS PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Alex Córdova Arce *

Cierra el año 2023 lleno de retos y dificultades. Crisis financiera internacional, rebrote de la inflación en el mundo, guerras, protestas sociales, tensiones geopolíticas y fenómenos climáticos que afectaron la agenda global. Lamentablemente, el Perú no fue ajeno a esos problemas y sus efectos.

El Gobierno parece mostrar preocupación por la recesión económica, por lo cual ha anunciado un paquete de 25 medidas destinadas a reactivar la economía a través de la protección de la cadena de pagos y la promoción de la inversión privada, especialmente en los sectores minero, agrícola, textil y de infraestructura hidráulica.

Salvo medidas tributarias aisladas consensuadas con el Congreso (reinversión de utilidades y depreciación acelerada para el sector textil y de confecciones, y mayores deducciones por la contratación de trabajadores en el agro), no se han anunciado disposiciones fiscales que ayuden a encender los motores de la economía.

Urge ajustes técnicos a la legislación tributaria, especialmente del Impuesto a la Renta, a fin de corregir o eliminar disposiciones antitécnicas que desalientan la inversión, generan inseguridad jurídica y van contra corriente de las medidas reactivadoras. Así, se necesita eliminar el límite para la deducción de intereses por préstamos de partes no vinculadas (30% del EBITDA tributario), la exigencia de estándares probatorios irrazonables para la deducción de pérdidas por instrumentos financieros derivados, la afectación de las ganancias de capital por reorganizaciones internacionales que no suponen cambio de control y la exigencia de requisitos contables para deducir la depreciación tributaria.



En cuanto a la fiscalidad de las MYPES, es necesario simplificarla para formalizar al pequeño empresario en vez de empujarlo a la informalidad por la existencia de un complejo sistema tributario que busca más la sanción que el cumplimiento fiscal. Por supuesto que tal reforma debe comprender la modificación del régimen laboral para flexibilizar la rigidez del empleo formal.

Finalmente, la expedición de normas promocionales para el desarrollo y crecimiento de las startups y la inversión en proyectos de innovación tecnológica alentaría la creación de puestos de trabajo y nuevos emprendimientos liderados por jóvenes profesionales, compartiéndose el riesgo que asumen los inversionistas al financiar este tipo de proyectos (por ejemplo, a través de la reducción del Impuesto a la Renta de las ganancias de capital de los inversionistas extranjeros que apuesten por estos emprendimientos).

Pero nada de lo dicho será suficiente si no existe predictibilidad y seguridad jurídica que genere confianza en los inversionistas. Las fiscalizaciones tributarias arbitrarias, los cambios de criterios jurisprudenciales, la afectación de principios básicos del debido proceso y las sanciones excesivas la mellan en detrimento de la propia recaudación y el crecimiento económico. **CT◀**

* Abogado. Socio de Rodrigo, Elías & Medrano Abogados.



Aliados de la
conectividad

DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

QUE NOS FACILITAN LA VIDA

Los *smartphones* se han convertido en los principales dispositivos a través de los cuales los peruanos se conectan a internet. Las tecnológicas chinas destacan por su aporte en innovación.

La tecnología se ha convertido, sin duda, en un aliado importante en la vida de las personas. Hoy por hoy es común pedir un taxi, alimentos por *delivery*, organizar la agenda de trabajo y muchas otras actividades desde un dispositivo móvil. Esto gracias a los avances que se han dado

en la conectividad y en dispositivos como los *smartphones*, herramientas importantes a través de las cuales los peruanos se conectan a internet.

De acuerdo con los datos del portal Punku, del Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel), la cantidad de teléfonos móviles que accedieron a internet móvil alcanzó los 30.45 millones a junio de 2023. Este número representó el 94.1% del total de líneas móviles que cursaron tráfico (originado y/o recibido de voz y/o SMS y/o datos móviles) durante el segundo trimestre del 2023.

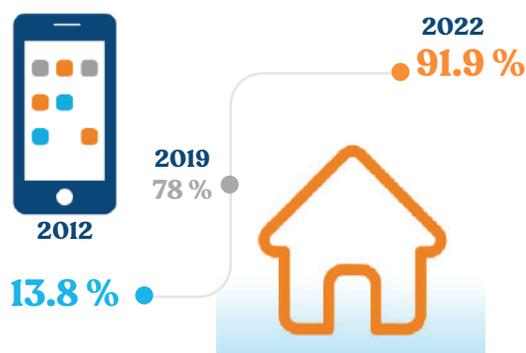
Al cierre del 2022 el 83.3% de limeños poseía un *smartphone*, y si bien en el interior del país la cifra es menor (74% en la zona urbana y 54.6% en el ámbito rural), a nivel de los hogares peruanos el 91.9% de estos ya cuenta con un teléfono inteligente, superando, por primera vez, la posesión de televisores (90.6%), según la última Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (Erestel) encargada por el Osiptel.

De esta manera, el *smartphone* es actualmente el dispositivo móvil favorito de las familias peruanas, y en su posesión y crecimiento ha jugado un rol importante la participación de las diferentes marcas en el mercado, entre las que destacan las originarias de China. Y es que si hay algo que las tecnológicas chinas tienen en común es su apuesta por la innovación, el desarrollo de nuevos productos que mejoren la vida de las personas y la relación calidad-precio de su oferta.

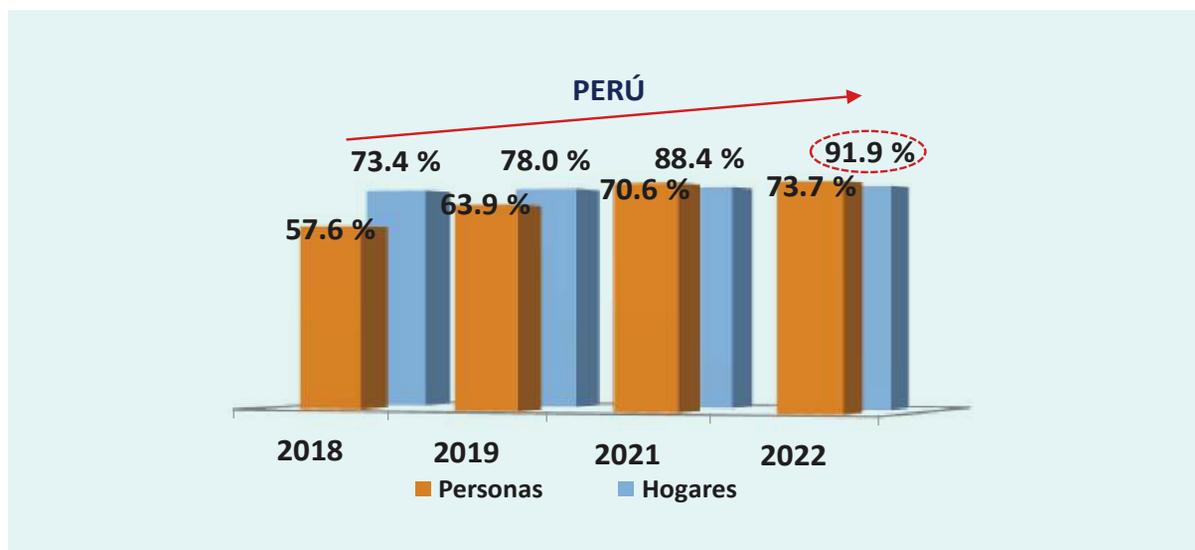
Un aspecto relevante es la tecnología que han desarrollado para satisfacer las diferentes necesidades de los usuarios, pues

Hace 10 años 4 de cada 5 hogares **NO tenían, por lo menos, un dispositivo móvil que les permitiera conectarse a internet.**

La posesión de *smartphones* en hogares peruanos se **multiplicó por más de 6 veces** en 10 años.



La tasa de posesión de smartphones se incrementó en todos los ámbitos.



ENCUESTA RESIDENCIAL DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES (ERESTEL)

el *smartphone* se usa actualmente no solo para comunicarse, sino también para obtener información, entretenimiento, entre otros. En una reciente presentación de la consultora Arellano, “Planificar: Oportunidades para crecer 2024”, se indicó que el *smartphone* se ha transformado en la nueva navaja suiza, por sus múltiples funciones, y se encuentra cerca de la gran mayoría de peruanos siendo el dispositivo/tecnología que se utiliza más regularmente.

ATRIBUTOS

¿Qué es lo que busca el usuario al comprar un *smartphone*? Si bien los atributos son diversos, hay algunos que se pueden considerar universales. “Vivimos en una era digital donde las redes sociales forman parte de nuestro día a día. Por ello, todos buscan un *smartphone* que cuente con cámaras de calidad. La resolución, los megapíxeles, la capacidad para tomar fotos de alta calidad en diferentes condiciones de iluminación son muy importantes”, señala Eid Hirsh, director de relaciones públicas de Honor Perú.

Elizabeth Prieto, PR manager Latam at Vivo, coincide en que el rendimiento y la versatilidad de la cámara son los atributos más valorados. La calidad de visualización y frecuencia de actualización también son

relevantes, ya que “una pantalla de alta resolución con alta frecuencia de actualización puede hacer que todo se vea más nítido, fluido y rápido”.

Carlos Lu, Public Relations manager en Huawei, anota que, si bien la búsqueda de atributos es variable, el usuario está muy interesado hoy en la cámara y rapidez de carga de batería. Refiere que, en su caso, han lanzado su propia marca fotográfica Xmage.

Eid Hirsh comenta que el diseño es otro aspecto a considerar; muchos prefieren dispositivos compactos, ligeros y con colores que reflejen su personalidad. Coincide en que la autonomía y la carga rápida también es primordial, por ello desarrollaron su tecnología de carga “Honor SuperCharge”.

Luis Alejandro López, gerente de la División de Móviles Xiaomi Perú, señala que, además de la potencia de la cámara, duración de la batería y tiempo de carga, son importantes el tamaño y la calidad de la pantalla (para las tareas *multitasking*), así como el procesador/memoria y el precio. “Los usuarios buscan un equilibrio entre ellos”, refiere.

Zhou Siyan, directora de Ventas de Oppo en Perú, indica que, además de los atributos señalados, es muy importante la percepción de

marca, y en ese sentido destaca la experiencia y garantía que se le brinda al usuario.

TENDENCIAS

Los celulares inteligentes nacieron para hacer nuestra vida más fácil. Con eso en mente, las funciones siempre giran alrededor de las necesidades de las personas, señala Eid Hirsh al ser consultado sobre lo que se espera para el próximo año. Comenta que Honor trajo a Perú este 2023 el Honor Magic5 Lite, un dispositivo de pantalla superresistente. Esta innovación, indica, se volverá recurrente en los *smartphones* para el próximo año.

Agrega que, a nivel mundial, la marca ha revelado novedades que darán que hablar en este lado del continente. “El Honor Magic V2, el plegable más delgado del mundo, y el Honor V Purse, un *smartphone* con pantalla siempre encendida que puede personalizarse de acuerdo con los atuendos de las personas, son algunas tendencias tecnológicas que seguro veremos próximamente más de cerca”, anota.

Zhou Siyan, de Oppo en Perú, comenta que, según los últimos lanzamientos en el mundo,

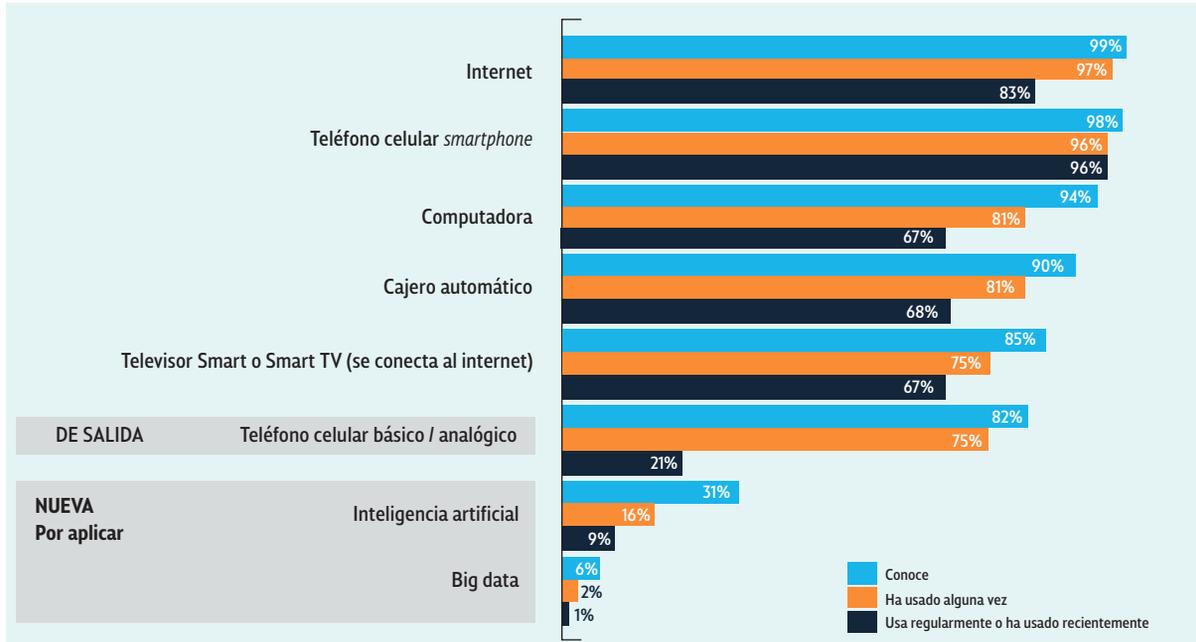
Principales usos del *smartphone*



FUENTE: ARELLANO

una de las tendencias son los *smartphones* plegables. Este año la marca lanzó a nivel global el Find N3 Flip, que pronto llegará a un país latinoamericano. En ese contexto, están evaluando su ingreso a la gama alta en el mercado peruano, y los modelos plegables también son parte de ello.

Conocimiento y uso de herramientas y equipos tecnológicos



FUENTE: ARELLANO

TECNOLOGÍA AL ALCANCE DE LA MANO

Hoy los productos considerados de gama media son los más demandados en el mercado, por su versatilidad y accesibilidad, pero son los productos de alta gama o de mayor tecnología los que abren un espacio de oportunidades. “Actualmente, la integración de Inteligencia Artificial (IA) y *machine learning* en los *smartphones* permite funciones como reconocimiento facial, asistentes virtuales más inteligentes y capacidades en video nunca vistas”, sostiene Eid Hirsh, de Honor.

Elizabeth Prieto, de Vivo, coincide en que la innovación tecnológica expande las fronteras de los beneficios que se puede brindar al usuario: en su caso, ya incorporan IA en la función retrato multiestilo.

Pero además de los *smartphones* hay otros dispositivos tecnológicos que vienen formando parte de la vida de las personas y ese es el caso de los relojes inteligentes. Ampliamente solicitados durante la pandemia, la tendencia se mantiene, señala Carlos Lu, de Huawei.

Anota que en estos dispositivos también son relevantes la duración de la batería y el diseño. Por ello están atentos a los requerimientos de los usuarios que quieren monitorear su deporte favorito, la salud y el estar siempre conectados.

Gracias al avance tecnológico se ha logrado con estos dispositivos, como en el caso del Huawei Watch GT3 Pro, sacar electrocardiogramas que luego son enviados como PDF a través de su app, o monitorear la presión arterial (Huawei Watch D), entre otras funciones.

Elizabeth Prieto refiere que hace poco la marca Vivo presentó en Perú los modelos plegables vivo X Flip y vivo X Fold 2, “los más innovadores de la marca que han sido un éxito comercial en China. Aunque estos dispositivos no estarán a la venta localmente, son una muestra clara de las capacidades de la marca”, agrega.

Luis Alejandro López, de Xiaomi, comenta que el portafolio de la marca sigue creciendo cada año con más de 2,000 productos inteligentes en todo su ecosistema. Para el 2024, estima una mayor demanda de dispositivos inteligentes que se conecten entre sí, con capacidad de crear un ecosistema integrado.

En este escenario, los saltos tecnológicos permiten avanzar de forma más rápida. Rolando José Arellano Bahamonde, director ejecutivo de la consultora Arellano, recuerda que cuando aparecieron los celulares, una persona en promedio accedía a estos equipos a los 40 años. Con la evolución de la tecnología, el promedio fue bajando a los 30 años (2G), 18 años (3G), 10 años (4G), y es probable que en un futuro próximo los más pequeños en casa accederán a un celular (5G).

Considera además que existe el ecosistema para una mayor digitalización en el país, pues tenemos la vía, que viene a ser la conexión a internet, y se sigue expandiendo. Además se cuenta con el vehículo, que vienen a ser los equipos que permiten su acceso, como es el caso de los *smartphones*. Agregó que, si bien el avance de la tecnología ya se viene aprovechando, aún hay espacio para crecer, sobre todo en lo que se refiere a compras y consumo por internet. **CT**



COMERCIO INTERNACIONAL CON CHINA

MERCADERÍAS SEGURAS

Los sectores que más demandan seguros para exportaciones e importaciones son la industria textil, manufacturera, automotriz, la minería, agroindustria, entre otros.



E

n los últimos años, el mercado chino ha mostrado un alto crecimiento comercial tanto para importaciones como exportaciones peruanas. Es así que, desde mediados de la década pasada, China se ha convertido en el principal socio comercial del Perú.

Se puede decir que China abastece al mercado peruano en casi el 90% de productos que se usan día a día, como celulares, artefactos, electrónica, ropa, calzado, maquinarias y artículos de uso diario. En cuanto a los envíos, los productos alimenticios y metales lideran la lista.

Ello ha generado una serie de retos para las empresas. Y es que en los procesos de importación y exportación las empresas o personas que participan deben cuidar la forma, lugar y cómo llegan los productos al destino final. Es común ver casos en los que la mercancía se pierde, o productos que son devueltos porque no cumplen con los estándares para el ingreso en el mercado chino.

De acuerdo a lo que comentan desde Pacífico Seguros, las operaciones que han conllevado mayores retos de adaptación son aquellas relacionadas con la logística para la exportación de frutas y vegetales frescos a los países del extremo oriente. La distancia, la naturaleza del producto y su vulnerabilidad a los daños, la regulación, etc., han requerido que las compañías de seguros en el mercado peruano ejecuten importantes esfuerzos con aquella carga que enfrentaba problemas para llegar a su destino final.

Esto ha ocasionado que el mercado de seguros se vuelva muy dinámico, aunque sin duda tiene una relación directa con el comportamiento de la economía. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), al mes de agosto de 2023 el sector de seguros para importaciones y exportaciones ha registrado un descenso de 6.5% y 3.8% respectivamente, debido principalmente al desempeño de los bienes exportados que, con excepción de la minería, cerraron en rojo, situación que tuvo su origen en una caída en los precios. Por el lado de las importaciones, se contrajeron los volúmenes de compra.

Erick Stewart, gerente de Negocios Internacional y Cuentas del Estado de La Positiva Seguros, comenta que en el 2023 la demanda de seguros de importación disminuyó por la coyuntura política y económica. Ello debido principalmente a que gran parte de las empresas postergaron inversiones en la adquisición de bienes de capital.

Respecto a las exportaciones, Stewart anota que estas han recuperado en 2023 sus niveles prepandemia. “Las proyecciones del 2024 podrían mejorar por la confianza en las acciones que pueda realizar el gobierno; sin embargo, nos vamos a enfrentar en los primeros meses a la amenaza de un fenómeno de El Niño que puede generar pérdidas y paralizaciones en varios sectores de la zona norte”, sostiene.

Según información de la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX), se prevé para el 2024 que las exportaciones peruanas tengan un crecimiento del 1.9%.

RECOMENDACIONES PARA IMPORTAR/EXPORTAR

En términos generales, el proceso de importación y exportación tiene riesgos inherentes desde el inicio. Entre los aspectos a tener en cuenta están:

- Cotizar y/o tomar el seguro antes del inicio del tránsito.
- Acondicionar la carga de forma adecuada usando contenedores.
- Considerar embarcaciones con una antigüedad menor a 10 años.
- Considerar la valorización de la mercadería a través de los Incoterms (términos comerciales estándar utilizados en el comercio internacional).



Desde que se firmó el TLC entre Perú y China en 2009 hasta el 2022 el valor de las importaciones del gigante asiático se quintuplicó, lo que llevó a una mayor demanda de seguros.

Sectores

Los sectores que más demandan seguros para exportaciones e importaciones son la industria textil, manufacturera, automotriz, la minería, agroindustria, industria pesquera, alimenticia, petrolera, química, entre otros.

“El sector agroindustrial y los vinculados a materias primas buscan más seguros para exportación. En el caso de las importaciones, los seguros de maquinarias y las materias primas son demandados principalmente por las empresas de los sectores de alimentos y manufacturero”, sostiene Stewart.

El segmento de Seguros de Transporte se ha consolidado en la última década y ha mantenido un crecimiento en línea con el incremento del comercio internacional del Perú, con primas del orden de los US\$75 millones, señala Miguel Ortiz

de Zevallos, gerente de División de Negocios Empresariales, Corredores y Alianzas de Pacífico Seguros. Este seguro –precisa– cubre todas las operaciones de comercio internacional: desde su origen hasta su destino y desde aquellos con coberturas básicas de daños hasta aquellos denominados “todo riesgo”.

Asimismo, por vigencia, en el mercado peruano existen pólizas que cubren un solo viaje, mientras que otras cubren todas las movilizaciones de un asegurado durante períodos de hasta 12 meses normalmente.

“Este (seguro de transporte) es muy demandado. Los clientes requieren coberturas para sus materias primas, maquinaria y equipos. En los últimos años afrontamos diversos retos como la pandemia, la crisis de contenedores y los conflictos bélicos, que complicaron principalmente la logística de los tránsitos



China abastece al mercado peruano en casi el 90% de productos que se usan día a día, como celulares, artefactos, electrónica, ropa, calzado, maquinarias y artículos de uso diario.

marítimos y que impactaron en los costos de las empresas”, recuerda Erick Stewart, de La Positiva Seguros.

Mariano Izquierdo Monteverde, gerente de suscripción de transportes, cascos y aviación en RIMAC, sostiene que los costos van a depender mucho del límite asegurado, trayectos a realizar, medios de transporte y medidas de seguridad. Así, refiere que en el mercado peruano hay seguros de viajes o trayectos individuales cuya prima mínima es de US\$50.

Ortiz de Zevallos, de Pacífico Seguros, anota que el costo es un tema relativo, pues los cálculos conllevan la integración de una serie de variables que determinan la prima que como aseguradora se fija. “En todo caso, no importa el volumen de la operación, en cantidad, valor o número de viajes. El costo del seguro es absolutamente marginal respecto al valor de la mercancía cubierta. Esto es muy importante de tener en cuenta, pues en algunas ocasiones las empresas corren riesgos importantes por asumir que el seguro representa un costo mayor al que realmente tiene”, anota.

Al respecto comenta que existe una tendencia marcada en el mercado y es que las grandes empresas son las que más recurren al seguro de transporte. “La penetración del seguro viene aumentando. Sin embargo, como en toda Latinoamérica, aún falta un trecho importante para que el seguro de transporte de mercancías sea empleado de manera eficiente”, sostiene.

Mercado en crecimiento

Desde el 2009, cuando se firmó el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Perú y China, hasta el 2022 el valor de las importaciones del gigante asiático se quintuplicó, de acuerdo a las estadísticas de la Sociedad de Comercio Exterior de Perú-ComexPerú. “Ello generó una demanda de seguros directamente proporcional. En la actualidad, aproximadamente el 70% de nuestros seguros de importaciones tiene como origen el mercado asiático, principalmente China”, señala Izquierdo Monteverde, de Rímac.

Y es que se ha visto que China tiene mucho atractivo para proveer productos con costos competitivos y de calidad. Por su parte, Perú se ha convertido en un país atractivo para el envío de productos con mucho valor.

OFERTA DE SEGUROS

• **La Positiva Seguros**

En La Positiva contamos con Seguros de Termino de Viaje. Este se cotiza de forma individual, y con condiciones pre-pactadas bajo las modalidades marítimas o aéreas. Asimismo, dentro de estos seguros se ofrecen las alternativas de seguros de todo riesgo o bajo riesgos nombrados que cubren eventos específicos, como accidente al medio de transporte, robo, entre otros. El costo del seguro dependerá del tipo de mercadería, su valorización, medio de transporte, la ruta, y medidas de seguridad.

• **Rímac Seguros**

Cuenta con los seguros de carga marítima, carga aérea, terrestre, ferroviaria y fluvial. Cada uno de ellos está enfocado según los riesgos asociados. En el marítimo, para pérdidas por hundimiento, naufragio, varadura, choque o incendio del buque. En el terrestre, pérdidas por choque, volcadura, desbarrancamiento o incendio del medio de transporte; y en el aéreo: pérdidas por choque, incendio, caída o desaparición del avión transportador. En todos los casos se pueden incluir los riesgos de guerras y huelgas.

• **Pacífico Seguros**

Cuenta con el seguro de transportes de carga, con coberturas especiales para asegurar bienes ante riesgos inherentes al traslado por vía aérea, terrestre, marítima, fluvial y lacustre. Las coberturas otorgadas son “Todo Riesgo” y “Riesgos nombrados”. Amparan eventos pactados que ocasionen pérdidas y/o daños a sus bienes durante el transporte, principalmente relacionados a operaciones de importación, exportación y trayectos nacionales.

“Resulta muy claro el aumento de exportaciones de productos agropecuarios peruanos al mercado chino. Asimismo, ha crecido la participación en el número de vehículos que proceden del mercado asiático comparados con los que llegan de otros orígenes como América o Europa”, dice Ortiz de Zevallos, de Pacífico Seguros.

No cabe duda de que el desarrollo del comercio internacional entre Perú y China ha impulsado el mercado de seguros de transporte. Erick Stewart, de La Positiva Seguros, refiere que, por lo general, cuando un empresario envía productos desde China a Perú, suele contar con un seguro que cubre desde su almacén hasta el almacén final peruano. Cada vez más el empresario peruano busca replicar esta práctica, pues brinda mayor tranquilidad a su negocio.

Los ejecutivos coinciden en señalar que resulta importante asesorarse en las oficinas comerciales tanto del gobierno peruano –Promperú– como de China, a través del Ministerio de Comercio de la República Popular China-MOFCO. En ambos casos, brindan orientación sobre trámites, regulación



El seguro de transporte es muy demandado ya que los clientes requieren coberturas para sus materias primas, maquinaria y equipos.

y operaciones para poder contactar a proveedores no solo de mercaderías sino de servicios logísticos especializados, de tal forma que se cuente con altos estándares en la operación. Ello se traduce en menor riesgo y menor probabilidad de pérdida o daño de la carga en su traslado. **CT**

REQUISITOS PARA IMPORTAR DE CHINA A PERÚ

De forma personal, se debe saber que existe un límite de valor para las importaciones sin pagar aranceles, para lo cual se requiere:

- DNI o documento de identidad.
- Factura o el comprobante de pago.
- El comprobante de medio de transporte por donde llegó la mercancía.
- Si has comprado por medio de un tercero, es importante tener la carta poder.
- Dependiendo del tipo de producto, es posible que te soliciten algún documento adicional.

Una empresa podrá importar mayor cantidad de productos y aprovechar los beneficios tributarios que ofrecen los acuerdos comerciales entre China y Perú.



Para ello se requiere:

- RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- Tener habilitada la actividad de importación por el RUC.
- La dirección de domicilio de RUC debe estar declarada y actualizada.
- Contar con los documentos requeridos según el producto a importar.

Rubén Tang (邓如朋)*

LA INFLUENCIA DEL JADE EN LA CULTURA CHINA Y SU ECONOMÍA

La utilización del jade es uno de los aspectos más interesantes de la cultura china. Simboliza la nobleza, la perfección, la constancia y la inmortalidad. El descubrimiento de sus posibilidades decorativas se remonta a la época del hombre de la caverna superior en el paleolítico inferior. Los artículos que se hacen de esta piedra tienen actualmente la forma de flores, diversos animales, vasos rituales, etc., y también personajes de expresiones muy diversas. Hay unos treinta tipos de jade utilizables para la artesanía, tales como el alabastro, el jade verde, el coral, el cristal de roca. Cada tipo se caracteriza por tener propiedades y colores particulares.

El jade es una de las piedras preciosas más admiradas de China. Sus pobladores creen que las joyas de jade se refinan al llevarlas, y a su vez pueden refinar a quien las lleva. Consideran, sin embargo, que tiene una función más importante que la meramente decorativa: creen que el jade tiene el poder de traer buena fortuna, es decir que aporta riqueza, salud y protección a quien lo lleva. También puede eliminar el polvo de los rincones de la mente y brindar tranquilidad.

El jade, por tanto, es una piedra íntimamente relacionada con el equilibrio entre el cuerpo y la mente, y algunos consideran que, aparte de tener muchos beneficios a nivel emocional, es poseedora de una serie de propiedades que los curanderos han usado durante siglos para atender dolencias.



Si bien la industria del jade no está pasando hoy por su mejor momento, muchos inversores en Asia están optando por la piedra verde y otras joyas de lujo como activos de refugio.

Otro aspecto interesante es el impacto que tiene la industria del jade en la economía china. Aun cuando entre el 70 y el 90 por ciento del suministro mundial de jade de alta calidad proviene de Myanmar, la piedra se vende abrumadoramente a compradores de China y el sudeste asiático. En ese sentido, si bien actualmente la industria de este sector no está pasando por su mejor momento luego de la pandemia de la COVID-19, las tendencias globales como la creciente inflación y las renovadas preocupaciones sobre la situación política internacional están empujando a los inversores a optar por la piedra verde y otras joyas de lujo como activos de refugio alternativos. Se espera que el mercado de jade experimente un crecimiento significativo en los próximos años, impulsado principalmente por la creciente demanda (comercial, personal y otros). **CT**

* Asesor del Vicerrectorado de Investigación-Proyecto Relaciones PUCP-Asia. Fundador y ex Director del Instituto Confucio PUCP.



Oferta exportadora a China

DESPENSA DE LA LIBERTAD

Escribe SERGIO CARRASCO



Productos agroindustriales, principalmente arándano, palta y espárrago, y pesqueros, mayormente harina y aceite de pescado, comprenden los envíos de esa región a China.

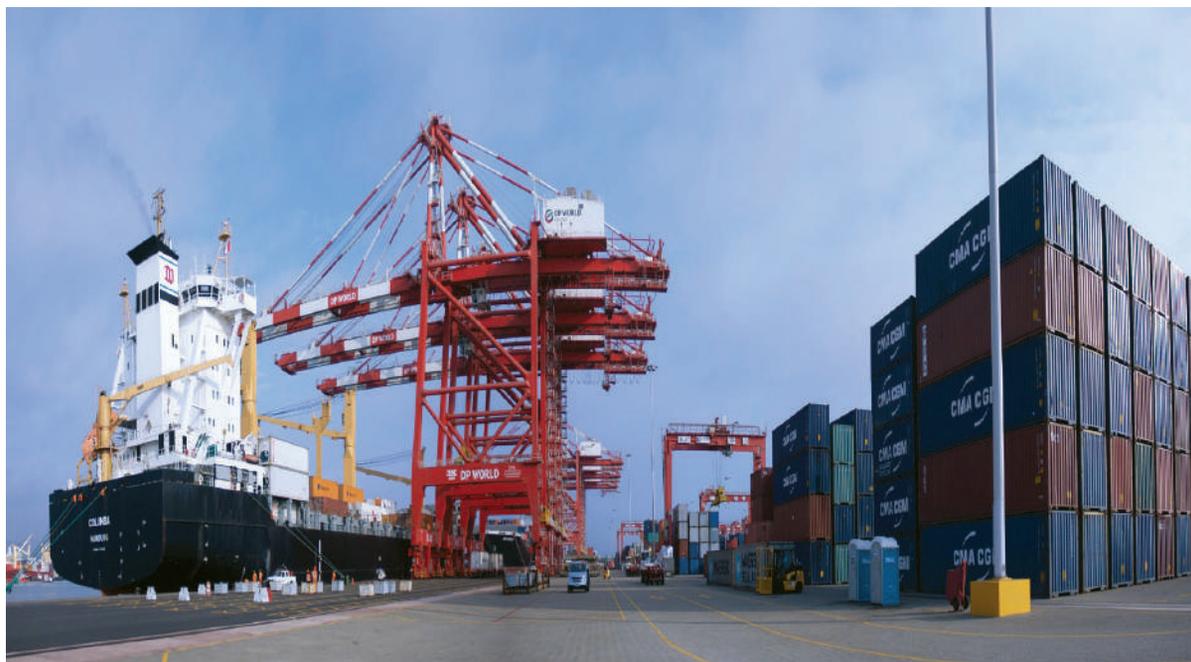
Con una oferta exportable diversificada bastante equilibrada en el caso de minerales y productos agroindustriales, entre los que destacan arándanos, paltas y espárragos, la región es la principal productora nacional de arándano (55%) y de palta (29%). En 2022, la producción de arándano liberteño se incrementó 37% alcanzando un récord histórico: 162 mil toneladas. El 97% de ese fruto se destina al mercado externo.

Temperaturas atípicamente altas registradas en la etapa de floración de la planta impactaron negativamente, en el primer semestre del año, en la producción de arándano en La Libertad. El dato no es menor, puesto que los menguados rendimientos de dicho fruto fueron, principalmente, la razón por la cual su envío al mercado externo y agroindustrial disminuyó 1.5% en las cifras estadísticas interanuales.

En el caso de la palta, su producción en La Libertad ha venido creciendo en los últimos cinco años hasta registrar la cifra récord de 255 mil toneladas en 2022, en tanto que entre agosto del año pasado y el mismo mes de este año se incrementó 8.3%. Entre 2013 y 2022, tuvo un crecimiento promedio anual de 14%, como resultado del aumento en las plantaciones, en particular de la variedad Hass en los valles de Virú y Chao. Empresas liberteñas como Camposol, Agrícola Cerro Prieto, Avocado Packing Company SAC y Virú S.A., principalmente, contribuyeron con el 33% del total de exportaciones peruanas de palta



La Libertad, situada en la costa nor-occidental del Perú, cubre una superficie de 25 500 Km. Comprende 12 provincias, siendo su capital la ciudad de Trujillo.



La Libertad aporta casi 7% de toda la exportación nacional de Perú. La agricultura, minería y el sector manufacturero son los principales motores económicos de esta región.

en 2022 (cuando, por cuarto año consecutivo, nuestro país fue el principal proveedor de ese fruto en China), por un valor superior a los US\$ 320 millones.

En cuanto al espárrago, La Libertad destaca como la segunda región productora del mismo (39% del total) después de Ica (49%). En 2022, la producción alcanzó casi 143 mil toneladas, lo que representa algo más del 38% del total nacional, siendo las principales empresas productoras Danper, Virú, Green Perú, Agrícola, Cerro Prieto y Talsa. El grueso de su producción se destina al mercado externo en sus distintas presentaciones: fresco, en conserva y congelado. La Libertad es, además, el primer productor de conservas de espárrago del país (75%).

La principal empresa liberteña exportadora de arándano a China es Haas Perú, que ha mantenido un sostenido crecimiento en sus envíos a dicho país desde 2018, habiendo sido 6% su más reciente



DESEMPEÑO EXPORTADOR

Antepenúltima en el ranking de las regiones peruanas con mejor desempeño exportador durante el periodo enero-setiembre 2023, las exportaciones de La Libertad aumentaron 3%, solamente por encima de Tacna y San Martín, ambas con un incremento de 1%. No obstante, un grupo de empresas exportadoras de La Libertad se colocaron entre las diez principales agroexportadoras en el mismo periodo: Camposol (primer lugar), Virú (tercer lugar), Danper Trujillo (cuarto lugar), que en 2016 realizó el primer envío de espárragos a China con un cargamento de 336.4 kilogramos importado por Shanghai Oheng Import & Export Co. Ltd., y Agrícola Cerro Prieto (sexto lugar).

SECTOR PESQUERO

En el sector pesquero, la participación de La Libertad no es menos destacada: el 76% de las exportaciones pesqueras regionales (principalmente harina de pescado) se destinó a China. La empresa Hayduk concentró el 40% de los envíos de este producto.

Considerando los distintos mercados, las exportaciones de harina de pescado de La Libertad se incrementaron 341% en 2022, contribuyendo al crecimiento de las exportaciones en general (15%). Pero a julio pasado el sector pesca disminuyó 89.5% interanual debido a la nula actividad extractiva de anchoveta en la zona norte-centro por el mantenimiento de la veda pesquera. La primera temporada de pesca



Los primeros nueve meses del año no han sido los mejores para el sector pesquero en la región debido al calentamiento anómalo del mar.

de anchoveta del año aún no se había iniciado al cierre de esta edición por la elevada presencia de especímenes juveniles por efecto del calentamiento anómalo del mar. El impacto alcanzó también al sector manufactura, que retrocedió 1% en julio de 2023 ocasionado principalmente por la disminución de la producción de harina y aceite de pescado. A nivel nacional, esto se ha visto reflejado en un retroceso de 52% en el valor exportado de bienes derivados de la anchoveta (harina y aceite) en los primeros nueve meses de este año.

Durante el 2022, según el Ministerio de la Producción, se desembarcaron en el puerto Chicama (distrito de Rázuri, provincia de Ascope) 566,7 mil toneladas de anchoveta para la elaboración de harina y aceite, colocándose la región como el segundo mayor proveedor de dicha especie en el país, con el 14% del total de la captura de la especie. En cuanto a la industria pesquera, en el referido puerto operan seis plantas de harina y aceite de pescado, las cuales produjeron 297,8 mil y 41,5 mil toneladas, respectivamente, en 2022. De un total de 21 mercados a los que llegan las exportaciones de La Libertad, en el lapso de enero a julio pasado, China fue el segundo principal destino, después de Canadá, con envíos por US\$ 368 millones.

incremento interanual (2022 versus 2021). Por su parte, Camposol registró en 2022 un aumento de 147% respecto al año precedente en sus exportaciones al mismo mercado. Sus envíos de arándano representaron el 52% de las exportaciones regionales del producto.

La caída de 33.6%, en el periodo agosto 2022-agosto 2023, en la producción de arándano en tierras liberteñas seguramente se verá reflejada en las exportaciones a China, así como a Estados Unidos y la Unión Europea, que

son los principales destinos. De hecho, en los primeros nueve meses del año, el efecto sobre las exportaciones de arándano a nivel nacional se reflejó en una caída de 15%.

En el caso de la palta, las exportaciones a China en el periodo enero-setiembre 2023 crecieron 8%. En abril, entró a la cancha un nuevo jugador: la Asociación de Productores Agroforestales de la Cuenca Virú-Chao (Agrofor), que hizo su primer envío de palta Hass (700 toneladas) a China, así como a Corea y Japón. **CT◀**

Fuerza y Vitalidad

Se viene el AÑO del /

DRAGÓN



Con la proximidad del fin del año 2023, el Conejo de Agua empieza su lento pero inevitable repliegue para dar paso a un Dragón de Madera que anuncia liderazgo, poder espiritual y cambios sorprendentes.

Por LEWIS MEJÍA

E

l mundo se prepara para la llegada del año 2024, especialmente la comunidad china, porque a partir de febrero próximo se abre un periodo especial del horóscopo chino: el Año del Dragón de Madera.

La llegada de este ser mitológico, una vez cada doce años, encontrará al gigante del Asia en proceso de reafirmación de su posicionamiento como una de las más grandes potencias del orbe.

Wan Guanghua, director del Instituto de Economía Mundial de Fudan University (China), en una reciente conferencia en la Universidad del Pacífico, señaló que el gigante asiático podría crecer entre un 5% y 6% durante los próximos 10 a 15 años; ello en base al cumplimiento de ciertas premisas como lograr aumentar el consumo interno, reducir la desigualdad, profundizar en las reformas orientadas al mercado, mejorar la estabilidad y la transparencia de las políticas, y gestionar los riesgos geopolíticos.

Y es que, en un escenario de conflictos y tensiones internacionales, el impacto de la ines-

tabilidad sobre la marcha de las economías es sensible. Si a ello sumamos los efectos que dejó la pandemia por la COVID-19, los últimos años han sido de grandes retos.

Ante ese panorama se abre paso el advenimiento del Año del Dragón 2024 que podría significar la llegada de nuevas oportunidades y la esperanza de mejora. Si bien retornar a tasas de crecimiento moderado de 7% a 8% del PBI será un poco difícil para China, sí puede continuar con su ciclo ascendente, con una serie de cambios internos y externos, según lo analizado por Guanghua.

Mirada esperanzadora

China actualmente es la segunda economía del mundo y a pesar de los tiempos difíciles se mantiene en su estrategia de expandir sus inversiones más allá de sus fronteras. Esto incluye relanzar el desarrollo tecnológico de punta, impulsar la economía digital y ahora con gran fuerza la inteligencia artificial (IA).

Perú participa de este empuje a partir de las grandes inversiones realizadas en diversos



Se abre paso el advenimiento del Año del Dragón 2024 que podría significar la llegada de nuevas oportunidades. Esta festividad encuentra a China reafirmando su posicionamiento como una de las más grandes potencias del orbe.

sectores. Se estima que en las últimas dos décadas se han registrado más de US\$ 13,000 millones en inversión de la nación asiática al país andino lo que, según información de Info-bae, implica que, a través de 32 proyectos, se hayan generado más de 18 mil empleos.

Entre las nuevas inversiones destaca la del megapuerto de Chancay, al norte de Lima, donde Cosco Shipping Ports Chancay Perú S.A. posee el 60% de participación en la obra, con una inversión de US\$ 1,300 millones en su primera etapa, y US\$ 2,300 millones adicionales en una segunda fase.

China también tiene presencia en Perú en los sectores de hidrocarburos, energía, entre otros.

Valores a prueba

Nobleza, honor, poder, suerte y éxito son los principales atributos que representa el dragón, ser mágico que vuelve desde su última visita realizada en 2012 y que regirá hasta el 28 de enero de 2025.

Hugo Van der Merwe, en su artículo “Descifrando el año del dragón: una guía completa”, publicado en CLI, un centro de estudios cultu-

DRAGONES PERUANOS

Julio Velarde Flores (1952), economista. Es considerado un “dragón por excelencia”, si vemos su liderazgo como presidente del directorio del Banco Central de Reserva del Perú desde octubre de 2006 a la fecha.



Mariela García Figari de Fabbri (1964), gerente general de la corporación Ferreycorp S.A.A., también forma parte de este grupo de empresarios nacidos bajo la influencia del Año del Dragón.



Elmer Huerta Ramírez, (1952), cirujano, miembro de la Sociedad Americana del Cáncer (EE.UU.) y promotor del cuidado de la salud.



Jaime Saavedra Chanduví, (1964), director global de Educación del Banco Mundial y ex ministro de Educación.



Milton Martín von Hesse La Serna, (1964), catedrático, fue ministro de Agricultura, así como ministro de Vivienda, Construcción y Saneamiento.



Son dragones que seguramente van a recibir este 2024 con beneplácito, porque verán, como muchos peruanos, una nueva oportunidad de brillar y hacer realidad muchos proyectos.

En 2024, el dragón será influenciado por el elemento madera, que añade una dimensión adicional de crecimiento, flexibilidad y expansión. Se espera que este periodo sea propicio para nuevos comienzos, ya sea en el ámbito personal, profesional o espiritual.

rales y del idioma con sede en China, afirma que los nacidos bajo este signo son líderes seguros de sí mismos.

“Sus personalidades carismáticas y dominantes los convierten en directores ejecutivos naturales, fundadores de empresas emergentes, políticos y comandantes militares”, agrega.

La lista de “dragones” resulta numerosa, resaltando entre los más famosos el pintor y escultor Salvador Dalí, los actores Al Pacino y Keanu Reeves, el desaparecido Bruce Lee, los ex Beatles John Lennon y Ringo Star, el cineasta Stanley Kubrick, el director Guillermo del Toro, entre otros.

Si hablamos de empresarios chinos, podemos mencionar a Jack Ma, fundador de Alibaba Group, empresario nacido en Hangzhou, provincia de Zhejiang el 10 de setiembre de 1964. Posee una fortuna de más de US\$ 22 mil millones y volvió a ser noticia al convertirse en propietario de Ma's Kitchen, una empresa de alimentos preparados.

Otro “dragón” destacado es el empresario Li Ka-Shing, originario de Chaozhou, provincia de Guangdong, que nació el 29 de julio de 1928. Estuvo entre los diez más ricos del mundo, según la revista “Forbes”, aunque pocos recuerdan sus inicios como obrero adolescente en una fábrica de plásticos. Con el tiempo creó su propia empresa y hoy maneja un conglomerado de actividades que van desde bienes raíces, puertos y energía hasta comercio e internet.

Coincide también su año de nacimiento con el de la mitológica figura del empresario Lee Shau Kee, de 95 años, de Shunde, Foshan, China, quien nació el 20 de febrero de 1928, y que al día de hoy posee un patrimonio que supera largamente los US\$ 35 mil millones. Su reseña personal habla de un magnate de los negocios, inversionista estrella, y de un decidido filántropo que apoya diversos proyectos de desarrollo académico en las universidades de China. **CT**

DRAGONES FAMOSOS

Los nacidos bajo el signo del dragón son, ante todo, líderes seguros de sí mismos. Sus personalidades carismáticas y dominantes los convierten en directores ejecutivos naturales, fundadores de empresas, entre otros.



Salvador Dalí
(pintor, escultor)
Nació el 11.05.1904



Stanley Kubrick
(cineasta)
Nació el 26.07.1928



Al Pacino
(actor)
Nació el 25.04.1940



Jack Ma
(empresario)
Nació el 10.09.1964



Keanu Reeves
(actor)
Nació el 02.09.1964



Un negocio que crece como la espuma

EL MERCADO DEL “PET FOOD” EN CHINA

El rubro de alimentos para mascotas no sabe de crisis en China. Las recientes cifras y la tendencia por humanizar a estos fieles compañeros ratifican que el crecimiento de estos productos continuará.

L

os canes y mininos se han convertido actualmente en las mascotas favoritas en el mundo; sólo en el 2021 la población de perros y gatos ya superaba los 110 millones. En los últimos años la preocupación de los amos por su bienestar los ha convertido en protagonistas

de un negocio que crece como la espuma. Y es que ahora el interés de las personas por cuidar la alimentación y salud de sus engreídos es igual o más intenso que el que ponen en ellas mismas.



Pero el mercado de China tiene algunas particularidades. Lejos de los estereotipos occidentales que suelen retratarlo como un lugar donde los perros y gatos son parte de la dieta humana, la realidad confirma que el auge de las mascotas ha duplicado la compra de alimentos dirigidos a estos engréidos en los últimos cinco años. Si bien no se puede negar la existencia del Festival de Carne de Perro de Yulin y las cifras de la Humane Society International, por ejemplo, que calculan entre 10 y 20 millones de perros y unos 4 millones de gatos sacrificados por año en esta nación, tampoco se puede ocultar el progreso de la industria de alimentos para mascotas en el gigante asiático, que espera alcanzar los US\$ 26,000 millones en el 2023. Todo un récord histórico. Estudios de la agencia de *marketing* WeNomad sostienen que actualmente las personas gastan alrededor de US\$ 1,000 al año en sus fieles compañeros.

Cabe recordar que en 2015 el valor de mercado del sector era de US\$ 3,000 millones. La primera sorpresa se produjo en 2018, cuando esos números se cuadruplicaron. En 2020 la industria superó los US\$ 18,000 millones. Desde entonces la tendencia alcista mejora cada año. Los pronósticos actuales arrojan un incremento de 14% en el mercado de mascotas hasta el año 2025.

EL VÍNCULO HUMANO

¿Cómo se explica el *boom* del mercado de mascotas en China? Un análisis del mismo comparte datos interesantes. Los dueños de estos fieles compañeros son principalmente adultos jóvenes, es decir *millennials* (50%) y la Generación Z (20%). Ese 70% y sus características culturales han provocado cambios sustanciales. El poder adquisitivo de este segmento etario, cuyas edades fluctúan entre los 20 y 40 años, busca brindarles alimento de calidad, entretenimiento, ropa, joyas e incluso viajes a sus mascotas, tal como harían con un miembro de su familia o, más



El fuerte vínculo humano-animal se traduce en orgullo y un firme sentido de responsabilidad

específicamente, con un hijo.

En ese sentido, se sabe que alrededor de un 15% de ciudadanos chinos solteros que vive en las grandes ciudades está optando por tener una mascota en vez de convertirse en padres. Además, el 88% de quienes tienen animales de compañía son mujeres.

Un dato adicional de la Oficina Nacional de Estadísticas de China arroja que aproximadamente el 61% del grupo de personas de 65 años a más vive con una mascota. Si tomamos en cuenta que en China la expectativa de vida para varones es de 78 años y para mujeres de 81 años, el nicho es una apuesta ganadora.

Otro factor importante fue la pandemia. En medio de la soledad del confinamiento los adultos jóvenes buscaron un compañero a quien cuidar y dar cariño. Las circunstancias multiplicaron el número de animales que conviven con personas hasta superar los 200 millones. La distribución en los hogares coloca

La crianza de mascotas en China ha duplicado la compra de alimentos dirigidos a estos engréidos en los últimos cinco años.

en primer lugar a los perros con más del 50% de preferencias. Le siguen de cerca los gatos y en tercer lugar los animales acuáticos (peces y tortugas). El fuerte vínculo humano-animal se traduce en orgullo y un firme sentido de responsabilidad que prioriza la nutrición y salud de las mascotas, tanto que, según recientes estudios, la longevidad de los perros ha aumentado un 25% en tres décadas.

JUGADORES Y TENDENCIAS

No cabe duda de que el mercado chino de alimentos para mascotas se está consolidando. Hoy participan y lideran este rubro en el gigante asiático empresas multinacionales como Mars Incorporated, Nestlé Purina Pet Food, Bridge PetCare, Yantai China Pet Food y Royal Canin China, que ofrecen una múltiple variedad de opciones.

Aunque los tres tipos principales de alimentos para mascotas se concentran en productos secos, semihúmedos y enlatados, y estos a su vez varían de acuerdo al costo, sabor,



cantidad nutricional que poseen por kilo, y de la clase de animal al que estén dirigidos, una nueva tendencia va cobrando fuerza. Se trata de aquellos que reflejan el estilo de vida de los propietarios. Esa diferenciación se ha convertido en un plus para la elección de alimentos que van desde la inclusión de ingredientes derivados de la medicina tradicional china hasta superalimentos locales enfocados en una dieta antigrasa. **CT**

CIFRAS

US\$
26,000

millones alcanzaría la industria de alimentos para mascotas en China este año.

14%

Se estima el crecimiento del mercado de alimentos para mascotas en China hasta el año 2025.

15%

de ciudadanos chinos solteros que viven en las grandes ciudades están optando por tener una mascota en vez de convertirse en padres.

61%

del grupo de personas de 65 años a más en China vive con una mascota.



SHAN GHÁI

Atractiva para los negocios, el comercio y el turismo, Shanghái se ha ganado a pulso el apelativo de "estrella económica" en el gigante asiático. La fusión de su cultura milenaria y la modernidad le han abierto las puertas al mundo de manera tan exitosa como sorprendente.



S

i hay una ciudad que destaca por su sincretismo cultural y urbano esta es, sin duda, Shanghái. Ubicada en un lugar estratégico de la costa central de China, es la más grande del gigante asiático. En sus 6,340 kilómetros cuadrados alberga a más de 29 millones de habitantes y, según el

ranking 2023 de las metrópolis más pobladas de la ONU, ocupa el tercer lugar en el mundo y el primero en su nación. Conocida por sus magníficos rascacielos y edificios coloniales, conserva también un diseño tradicional. Es además el centro financiero más importante de China, guiado por la actividad comercial de su gigantesco puerto.

A todo ello se suma el estilo cosmopolita de la urbe, una gastronomía que sorprende y la frenética vida nocturna en sus calles que atrae a turistas de todas partes del globo.

Shanghái ocupa el sexto lugar en el top 10 de las ciudades con más rascacielos en el mundo, con 250 que superan los 150 metros de altura y otros 5 con más de 300 metros.

DE COLONIA A EJE COMERCIAL

Fundada hace casi mil años al pie del delta del río Yangtsé, Shanghái nació como una pequeña aldea. Sus pobladores se dedicaban a la pesca y a la actividad textil. Es durante el siglo XIX, con la ocupación occidental ocurrida en 1842, que Gran Bretaña impuso la apertura de cinco puertos. Uno de ellos fue Shanghái. Posteriormente, británicos y estadounidenses, a través de la llamada Concesión Internacional, la convirtieron en foco del comercio de Asia Oriental. Así fue hasta 1941, cuando las tropas japonesas invadieron la zona.

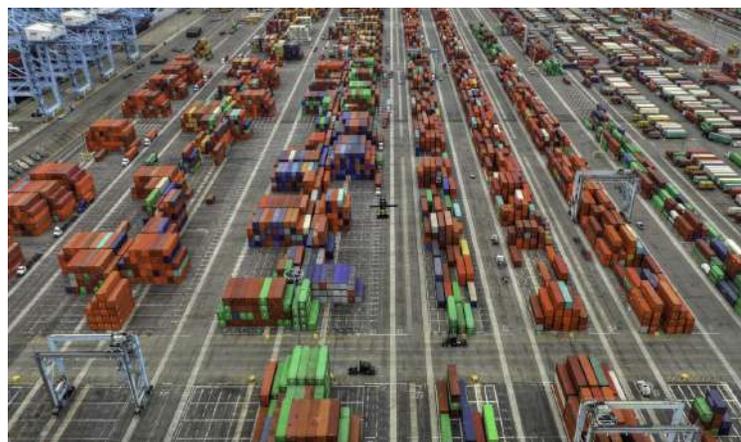
Tras la revolución y guerra civil en China, Shanghái perdió protagonismo. En los noventa un paquete de reformas económicas le devolvió la trascendencia. Desde entonces se ha convertido en sede de al menos 50 mil empresas –entre ellas multinacionales de tecnología e innovación– y ha organizado centenares de ferias, exposiciones y conferencias anuales. Muestra de ello es la

Exposición Internacional de Importaciones de China, la primera a nivel nacional en su rubro. Desde el 2018 han participado 178 países. Este año Perú llevó la oferta de 15 empresas de diversos rubros, entre ellas del sector agroindustrial y textil, así como joyería hecha en plata, productos cuya demanda va creciendo en China.

El puerto de la ciudad, administrado por Shanghai International Port Group, es el más grande del mundo en términos de carga; anualmente mueve más de 47 millones de contenedores. Es considerado también un puerto fluvial, con ventajas de conexión aún mayores pues abarca las desembocaduras de los ríos Yangtsé, Qiantang y Huangpu.

UNA MEGÁPOLIS CULTURAL

La fusión entre tradición y modernidad que caracteriza a Shanghái se confirma con su arquitectura. El río Huangpu juega un rol



El puerto de la ciudad es el más grande del mundo en términos de carga; anualmente mueve más de 47 millones de contenedores.



La fusión entre tradición y modernidad que caracteriza a Shanghai se confirma con su arquitectura. En sus 6,340 kilómetros cuadrados alberga a más de 29 millones de habitantes.

costa desfilan edificios de la época colonial. En la Old City, o parte más antigua de la ciudad, se invita a los turistas a remontarse al pasado con los clásicos hutongs o barrios tradicionales de hace 600 años. En el centro de Shanghai está el Jardín Yu o Yuyuan, con sus pabellones tradicionales y estanques de exuberante vegetación. Los templos budistas, como el de Jinan y el del Buda de Jade, son lugares de visita obligada.

El Tiazifang, zona con casas típicas de dos o tres pisos, habitadas por sus dueños en la parte de arriba y dedicadas a los negocios en la zona baja, da cuenta del espíritu emprendedor del pueblo chino. Para los viajeros con intereses históricos, en Puxi se pueden hallar restos de la muralla que protegía la antigua ciudad de Shanghai.

Al otro lado del río Huangpu, en el distrito de Pudong, los imponentes rascacielos son el panorama más común. Destaca la Torre de Shanghai, el edificio más alto de la ciudad y segundo del mundo (632 m). A su lado se erigen otros íconos arquitectónicos como la Torre de la Televisión Perla Oriental (468 m) o



el Jin Mao Tower (420,5 m). Shanghai ocupa el sexto lugar en el top 10 de las ciudades con más rascacielos en el mundo, con 250 que superan los 150 metros de altura y otros 5 con más de 300 metros.

Otros lugares de interés son el Parque del Siglo o Century Park, la mayor área verde de Shanghai, y el Museo de Ciencia y Tecnología, famoso por su interactividad y secciones como el mundo de los robots y la sala de efectos especiales. En este distrito también se encuentra la estación del tren Shanghai Maglev, de levitación magnética y el más rápido del mundo, con 460 km/h. Tan impresionante como la transformación de la ciudad en apenas 30 años. **CT** ◀

CONSTRUYENDO el crecimiento económico

► El ministro de Economía y Finanzas, Alex Contreras, fue el expositor principal del evento "Construyendo el crecimiento económico", organizado por la Cámara de Comercio Peruano China (CAPECHI) el pasado 10 de noviembre en el hotel Westin, y que convocó a Song Yang, Embajador de la República Popular China en el Perú; Juan Carlos Mathews, ministro de Comercio Exterior y Turismo, y Oscar Vera, ministro de Energía y Minas.

Con un auditorio de más de 300 ejecutivos de empresas de diferentes sectores, diplomáticos y representantes de universidades, el ministro Contreras dio alcances acerca de las estrategias para promover la inversión privada y pública, mejorar el poder de compra real, recuperar las expectativas, fomentar la recaudación fiscal y realizar obras de prevención contra el fenómeno El Niño 2024.

Las medidas, sostuvo, forman parte de un plan multisectorial respaldado con recursos del MEF y que alcanzará a sectores clave de la producción como la minería, la agricultura y la construcción, entre otros, con el fin de revertir la desaceleración económica. Explicó que con el Plan Unidos se "busca que la recesión no



José Tam Pérez, presidente de Capechi, comentó sobre su reciente viaje a China y los tres eventos que marcarán el año 2024 y los venideros para Perú y Latinoamérica.



El evento contó con la participación de Zhang Xudong, presidente de la Asociación de Empresas Chinas en el Perú y CEO de Minera Chinalco Perú.



Más de 300 ejecutivos de diferentes empresas, diplomáticos y representantes del Ejecutivo se dieron cita en el Westin el 10 de noviembre.



Song Yang, Embajador de la República Popular China en Perú, José Tam, presidente de Capechi, acompañan al ministro de Economía y Finanzas, Alex Contreras.



En el evento, que contó con la presencia de los titulares del MEF, Minem y Mincetur, se informó sobre las medidas para promover la inversión privada y pública en Perú.

afecte a las empresas" y así evitar que se rompa la cadena de pagos.

José Tam Pérez, presidente de CAPECHI, comentó acerca de su reciente viaje a China, donde se desarrollaron tres grandes eventos que marcarán el año 2024 y los venideros, tanto para el Perú como para toda la región de Latinoamérica. "El primero es la celebración de los 10 años de la iniciativa de la 'Franja y la Ruta', seguido de la Cumbre Empresarial China América Latina y el Caribe, el evento más importante del año en materia de relaciones comerciales y económicas entre China, Latinoamérica y el Caribe, y finalmente la Feria de Importaciones y Exportación de China de Shanghai, que se realiza por iniciativa directa del presidente Xi Jinping", dijo.

En el evento también participaron Zhang Xudong, presidente de la Asociación de Empresas Chinas en el Perú y CEO de Minera Chinalco Perú; Álvaro Barrenechea, vicepresidente de CAPECHI; Víctor Gobitz, presidente de la Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía y CEO de Compañía Minera Antamina; Oswaldo Molina, investigador del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico y director ejecutivo de la Red de Estudios para el Desarrollo; Franco Bermúdez, managing director de Finanzas Corporativas del Banco de Crédito del Perú; Carlos Gallardo, gerente general del Instituto Peruano de Economía, y Alex Córdova, líder del Área de Derecho Tributario de Rodrigo Elías & Medrano Abogados. **CT**

SITUACIÓN MACROECONÓMICA y oportunidades financieras

► La Cámara de Comercio Peruano China y la Asociación de Empresas Chinas en el Perú realizaron la charla empresarial Situación Macroeconómica y Oportunidades Financieras, con la exposición de Luis Carranza, ex ministro de Economía y Finanzas de Perú.

Dirigida a las empresas chinas instaladas en nuestro país, contó con la participación de funcionarios de CAPECHI: Álvaro Barrenechea, vicepresidente; Jorge Chian, gerente general, y Pablo Matos, gerente de Comercio Exterior. Por el lado de la Asociación de



Empresarios de destacadas empresas chinas participaron de la charla empresarial que estuvo a cargo de Luis Carranza, ex ministro de Economía y Finanzas.

Empresas Chinas en el Perú participaron Zhang Xudong, presidente y CEO de Minera Chinalco Perú S.A.; Yao Shun, vicepresidente y presidente del Directorio de Shougang Hierro Perú S.A.A.; Zhao Zhenyu, vicepresidente y CEO del Bank of China; Kang Jiande, vicepresidente y CEO ICBC Peru Bank, entre otros ejecutivos. **CT**

VISITAS Capechi

Representantes de importantes empresas e instituciones se reunieron con directivos de la Cámara de Comercio Peruano China.

► Delegación del National Food and Strategic Reserves Administration China, encabezada por Guo Jingping, director general, acompañado de Liu Xiaonan, sub director y Wei Jianxian, presidente del Directorio de Minera Las Bambas S.A., y Li Hui, gerente general de Minmetals Development Co Ltd. Los acompañan Jorge Chian y Pablo Matos, gerente general y gerente de comercio exterior de CAPECHI. **CT◀**



► El 16 de noviembre visitaron las oficinas de CAPECHI Zhilong Liu, vicepresidente de Relaciones Públicas de Perú, y Bleny Valdivia, gerente de Relaciones Públicas de la empresa Huawei. Fueron recibidos por José Tam, presidente de CAPECHI; Jorge Chian, gerente general, y Pablo Matos, gerente de Comercio Exterior. **CT◀**

► El 23 de noviembre José Tam, presidente de CAPECHI, y Pablo Matos, gerente de comercio exterior, visitaron las oficinas de la empresa asociada Bank of China (Perú) S.A. Fueron recibidos por Zhao Zhenyu, gerente general - director ejecutivo; Gu Xiaohong, gerente general adjunta; Xu Guotao, gerente de Banca Corporativa; Xu Tao, asociado senior de Comercio Exterior, y Alice Gosch, asociada de Comercio Exterior. **CT◀**



CENTRO de Estudios Asiáticos UNMSM



► Jorge Chian, gerente general, y Pablo Matos, gerente de comercio exterior de CAPECHI, recibieron a Zhang Zhongtao, presidente de la División de América de Tianshi, y a Carol He, gerente Comercial de la sucursal de esta empresa en el Perú. **CT◀**



► Con motivo de celebrar su 5to. aniversario de creación, realizó los seminarios "economía China y la Iniciativa de la Franja y la Ruta" el 5 de noviembre y "Desarrollo económico chino reciente" el 23 del mismo mes. **CT◀**



对华出口

秘鲁对华农业出口重镇——拉利伯塔德

从拉利伯塔德向中国出口的农产品包括农工产品(主要是蓝莓、鳄梨和芦笋)和渔业产品(主要是鱼粉和鱼油)。

作者: Sergio Carrasco.

今年上半年,植物开花期异常高温对拉利伯塔德的蓝莓产量产生了很大的负面影响。在年际统计数字中,蓝莓的单产下降是当地向外部和农工业市场的出货量下降1.5%的主要原因。

拉利伯塔德的矿产和农工业产品的出口供应相当均衡和多样化,其中蓝莓、牛油果和芦笋最为突出,是秘鲁全国蓝莓(55%)和牛油果(29%)的主要生产地。2022年,拉利伯塔德的蓝莓产量增长37%,达到历史最高纪录:16.2万吨。97%的水果销往国外市场。

就牛油果而言,拉利伯塔德的牛油果产量在过去五年中一直在增长,直到2022年达到创纪录的25.5万吨,而从去年8月到今年同月,产量增长了8.3%。2013年至2022年间,由于种植园面积的增加,尤其是Virú和Chao山谷的哈斯牛油果的种植面积的增加,该地区的年均增长

率为14%。Camposol、Agrícola Cerro Prieto、Avocado Packing Company SAC和Virú S.A.等当地企业在2022年贡献了秘鲁牛油果出口总额的33%(当时,我国连续第四年成为该水果在中国的主要供应国),价值超过3.2亿美元。

就芦笋而言,拉利伯塔德是继伊卡(49%)之后的第二大产区(占总数的39%)。2022年,产量达到近14.3万吨,占全国总量的38%以上,主要生产公司是Danper、Virú、Green Perú、Agrícola、Cerro Prieto和Talsa。其大部分产品以不同的形式销往国外市场:新鲜、罐装和冷冻。拉利伯塔德也是该国罐装芦笋的主要生产商(75%)。

向中国出口蓝莓的主要拉利伯塔德公司是哈斯秘鲁公司,自2018年以来,该公司对中国的出口量一直保持持续增长,最近的同比增幅为6%(2022年与2021年相比)。就其本身而言,Camposol 2022年对同一市场的出口量比上一年增长了147%。其蓝莓出货量占该地区产品出口量的52%。

出口业绩

在2023年1月至9月秘鲁出口表现最好的地区排名中,拉利伯塔德排名倒数第二,出口增长3%,仅高于塔克纳和圣马丁,两者增幅均为1%。然而,来自拉利伯塔德的一批出口公司跻身同期十大主要农产品出口商之列:Camposol(第一名)、Virú(第三名)、Danper Trujillo(第四名),该公司于2016年首次发货上海欧恒进出口有限公司和Agrícola Cerro Prieto(第六名)向中国进口了336.4公斤芦笋。





2022年8月至2023年8月期间，拉利伯塔德的蓝莓产量下降了33.6%，这肯定会反映在对中国、美国和欧盟这两个主要目的地的出口上。事实上，今年前9个月，全国蓝莓出口量下降了15%。

以牛油果为例，2023年1月至9月期间对中国的出口增长了8%。4月，一个新参与者进入了这个领域：Virú-Chao 盆地农林生产者协会(Agrofor)。该协会向中国、韩国和日本出口了第一批哈斯牛油果(700吨)。

渔业部门

在渔业领域，拉利伯塔德的表现同样引人注目：该地区76%的渔业出口(主要是鱼粉)销往中国。Hayduk公司集中了该产品40%的出货量。

综合来看，拉利伯塔德的鱼粉出口量在2022年增长了341%，为整体出口增长

(15%)做出了贡献。但去年7月，由于禁渔令的维持，中北部地区凤尾鱼捕捞活动减少，渔业产量同比下降89.5%。截至发稿时，由于海水异常变暖，幼鱼数量较多，今年第一个鳀鱼捕捞季节尚未开始。鱼粉产量的影响也波及到制造业。2023年7月制造业下降1%，主要是鱼粉和鱼油产量下降所致。在国家层面，今年前9个月，凤尾鱼(鱼粉和油)产品的出口额下降了52%。

据生产部称，2022年，奇卡马港(阿斯科普省拉祖里区)有56.67万吨凤尾鱼卸货，用于生产面粉和油，使该地区成为该国第二大凤尾鱼供应地，占该物种总捕获量的14%。在渔业方面，上述港口有六家鱼粉和鱼油厂运营，2022年产量分别为29.78万吨和4.15万吨。

1月至7月期间，拉利伯塔德的出口共到达21个市场，中国是继加拿大之后的第二个主要目的地，出口额为3.68亿美元。



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**