

# Perú exporta

Edición N° 460

**ADEX**  
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES



Se creó el Consejo Empresarial Peruano-Chino con el propósito de promover las inversiones y el intercambio bilateral. Págs. 8-9

## ACERCÁNDONOS AL GIGANTE ASIÁTICO

NUEVOS RETOS PARA LA LOGÍSTICA PERUANA  
Superarlos ayudará a transformar el país.  
Págs. 10-11

CAMINO AL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS REGIONES  
Se espera un impacto con la implementación de los PERX .  
Págs. 14-15

Cortesía: Presidencia de la República

¡ASESÓRATE CON LOS EXPERTOS  
EN COMERCIO EXTERIOR!

TE BRINDAMOS

**SOLUCIONES A MEDIDA**

Regístrate **AQUÍ** 

**adt** ADEX  
Data Trade

➔ Sistema de Inteligencia Comercial de ADEX, que brinda la **más completa información** para desarrollar e **incrementar la competitividad en los negocios internacionales.**

Más información **AQUÍ** 

**ADEX**  
Global  
Learning



**NUEVO PROGRAMA**

# Inteligencia Artificial para los Negocios

> *100% virtual*

Transforma y optimiza el  
entorno empresarial con la IA

Matricúlate HOY

**INSCRÍBETE AQUÍ**



**ADEX**

»»»»»» Inicio de clases:  
**Setiembre**

**S/ 420 + 50%** dscto.  
En la primera cuota

**¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!**

Para mas info:

**ESCRÍBENOS AQUÍ**



**ADEX**



Av. Javier Prado Este 2875  
San Borja • Lima, Perú  
[www.adexperu.org.pe](http://www.adexperu.org.pe)

**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN  
DE EXPORTADORES ADEX**  
Julio Pérez Alván

**GERENTE GENERAL**  
Jorge Robinet Juárez

**CONSEJO EDITORIAL**  
Julio Pérez Alván  
Juan Arriola Colmenares  
Jorge Robinet Juárez  
Edgar Vásquez Vela  
Javier Villanueva Nehmad  
Doménica Castañeda Haro  
Beatriz Rejas García

**EDICIÓN GENERAL**  
Rosa L. Chávez V.

**COORDINADORA GENERAL**  
Francisca Huamani Q.  
997547453  
[francisca.huamani@adexperu.org.pe](mailto:francisca.huamani@adexperu.org.pe)

**REDACTORES**  
Jaime Flores P.  
Jean Hillpha R.  
Francisca Huamani Q.  
Sara Camacho C.

**ANALISTAS**  
Gabriel Arrieta P.  
Rocío Valdiviezo Ch.  
Marjorie Llantoy C.  
Ilene Quitanilla O.

**VENTAS**  
Renato Carrascal L.  
948 506 873  
[renato.carrascal@adexperu.org.pe](mailto:renato.carrascal@adexperu.org.pe)

**FOTOGRAFÍA**  
Archivo ADEX

PERÚ EXPORTA es revista producida y editada por el Área de Prensa y Comunicaciones de la Asociación de Exportadores - (ADEX).

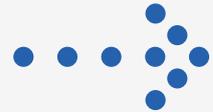
Se prohíbe la reproducción total o parcial de los artículos periodísticos o fotografías de la presente edición sin autorización escrita de ADEX. Se precisa que los artículos firmados son de responsabilidad de sus autores. ADEX no se responsabiliza necesariamente con el contenido de los suplementos, informes comerciales, columnas de opinión y avisos publicitarios.

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA  
BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ  
N.º 2003 - 0870



Julio Pérez Alván  
Presidente

# PUENTES COMERCIALES PARA EL FUTURO



La relación entre Perú y China, forjada a lo largo de casi 2 dos siglos, es un testimonio de la cooperación y la amistad entre 2 civilizaciones con un legado histórico impresionante. Este vínculo ha sido una piedra angular en el crecimiento económico y colaboración mutua en diversas áreas.

Un hito reciente es la inversión significativa en el puerto de Chancay, que se proyecta como una puerta de entrada estratégica para el comercio en Sudamérica. La inversión, estimada en US\$ 3 mil 500 millones, es un reflejo del compromiso del país asiático con el desarrollo de infraestructura crítica en Perú, fortaleciendo nuestra posición como un nodo clave en el comercio internacional.

Este terminal representa la gran oportunidad de convertirnos en el principal *hub* logístico e industrial en América del Sur; sin embargo, deberá ir de la mano con un marco legal adecuado que atraiga inversiones, especialmente en la Zona Económica Especial colindante con el puerto.

Sin duda, la reciente misión comercial liderada por la presidenta Dina Boluarte a China es un paso decisivo que nos promueve como un destino atractivo de inversiones. Durante esta visita, se enfatizó la importancia de atraer capitales hacia sectores que no solo generan empleo, sino que también impulsan la innovación y la transferencia de tecnología.

La definición de nuestra nación como una ‘tierra de oportunidades’ resonó en los empresarios chinos, destacando el potencial, no solo como proveedores de minerales, sino de otros productos con valor agregado y como un receptor amigable de capitales foráneos.

La creación del Consejo Empresarial Peruano-Chino marca un nuevo capítulo en la relación bilateral. Este espacio, que incluye a gremios nacionales como ADEX, CCL, Comex, Capechi y SNI, fomentará el comercio y las inversiones bilaterales. Es un honor presidir el capítulo peruano del consejo durante su primer año, y trabajar en conjunto para construir un futuro más prometedor.

Con más de 1,400 millones de consumidores potenciales, China representa una interesante opción en el propósito de ampliar nuestras exportaciones más allá de los minerales y la harina de pescado. Al incrementar la presencia de productos peruanos en ese mercado podemos generar un impacto significativo en nuestra economía, creando puestos de trabajo y fomentando el desarrollo en diversas regiones del país.

En conclusión, esta misión sienta las bases para un futuro más próspero y colaborativo. Al fortalecer nuestros lazos comerciales y de inversión, estamos construyendo un mundo de oportunidades para todos los peruanos. Sigamos adelante con determinación, buscando siempre el bienestar y el progreso de nuestra nación.



## CONSEJO EJECUTIVO ELEGIDO

2022 – 2025

**Presidente**  
Julio Pérez Alván

**Primer Vicepresidente**  
Juan Arriola Colmenares

**Segundo Vicepresidente**  
César Tello Ramírez

**Tesorera**  
Luz María Janampa Mendoza

**Secretario**  
Rafael del Campo Quintana

**Vocales**  
Doryan Zea Valenzuela  
Liz Soto Luna

**Past president**  
Erik Fischer Llanos

**COMISIÓN REVISORA DE CUENTAS**

Carlos Penny Bidegaray  
Javier Martínez Briceño  
Rocío Mantilla Goyzueta

**COMITÉ DE ÉTICA**

Jorge Gattas Ode  
Elizabeth Johanson Lazarte  
Lucía Trujillo Liñán

## COMITÉS

### AGROEXPORTACIONES

**Comité de Agroindustria, Alimentos y Bebidas**  
Amanda Gallegos  
Silvia Medina

**Comité Agropecuario**  
Jimmy Claros  
María Lourdes Ramírez

**Comité de Café y Cacao**  
José Antonio Mejía  
José San Martín

**Comité de Colorantes y Extractos Naturales**  
Daniel Nakamura  
Carlos Sarmiento

**Comité de Frutas y Hortalizas**  
Elkin Vanegas  
Alan Miranda

**Comité de Menestras y otros Granos**  
Jorge Fernández  
Raúl Pastor

**Comité Capsicum**  
Walter Seras

**Comité de Productos Naturales**  
Gastón Vizcarra  
Carlos Álvaro

### Comité de Pisco & otras bebidas alcohólicas

Carmen Robatty  
Piero Bailetti

### MANUFACTURAS

**Comité de Artesanías**  
Orlando Vásquez  
Milka René Peña

**Comité de Confecciones**  
Juan José Córdova  
Antonio Abusada

**Comité de Manufacturas**  
Jorge Shute  
Nancy Reynoso

**Comité de Metalmecánica**  
Manuel Alfaro  
Martín Majluf

**Comité de Productos Farmacéuticos**  
Juan Arriola  
Giuliana Peirano

**Comité Químico**  
Verónica Tiburcio  
Elvira Mejía

### SERVICIOS E INDUSTRIAS EXTRACTIVAS

**Comité de Comercio e Importaciones**  
Edgardo Carbonel  
Félix Rodríguez

**Comité Envases Embalajes y Productos de Papel**  
Patricio Luzanto  
Nikolas Zaidan

**Comité de Madera e Industrias de la Madera**  
Erik Fischer

**Comité de Pesca y Acuicultura**  
José Ernesto Muñoz  
Ernesto Montagne

**Comité de Servicios al Comercio Exterior**  
José Carlos Schroth  
Orietta Gajate

## EN ESTA EDICIÓN

Cortesía: Presidencia de la República



Se creó el Consejo Empresarial Peruano-Chino con el propósito de promover las inversiones y el intercambio bilateral

## ACERCÁNDONOS AL GIGANTE ASIÁTICO

### IMPACTO ECONÓMICO

- 10 Nuevos retos para la logística peruana.
- 12 Lecciones desde Chile para el puerto del Callao.
- 14 Camino al desarrollo exportador de las regiones.

### EN EXCLUSIVA

- 16 Entrevista a la presidenta ejecutiva de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), Claricia Tirado Díaz.

### PERÚ COMPITE

- 20 Empresas peruanas fueron premiadas en el 'International Awards Virtus Lisboa.
- 22 Sobrerregulación de la tara, un problema aún sin solución.
- 24 Empresas participaron en la feria Thaifex - Anuga Asia 2024.

### INFOGRAFÍA

- 28 Oferta peruana de jugos y néctares de frutas a la UNIÓN EUROPEA y EE.UU.

### PERÚ COMPITE

- 28 20° Foro Textil Exportador: tejiendo el futuro de la moda.
- 33 Alternativas de financiamiento para empresas exportadoras.
- 34 Pesca: enfrentando desafíos y aprovechando oportunidades.
- 38 Por un sector artesanal más desarrollado.



## ENFOQUE REGIONAL

- 40 Las agroexportaciones de Ica lideran la oferta peruana.

## EN VITRINA

- 42 Corea del Sur ofrece grandes oportunidades.

## FOCO A CENTROS ACADÉMICOS

- 44 ADEX Instituto: impulsando el talento peruano en comercio exterior.
- 46 ADEX Global Learning firmó convenio con EUDE Business School.

## GUÍA EXPORTADORA

- 48 Estrategia comercial para el ingreso *online* eficiente a EE.UU.
- 49 Examinando la Ley FSMA.
- 50 ¿Cómo garantizar un entorno *online* seguro en las empresas?

## ESTRATEGIA LECTORA

- 49 El comercio exterior peruano en los siglos XX Y XXI.

## LECCIONES

- 50 Prometedoras oportunidades en las carreras de comercio internacional.

## MUNDO ADEX

- 53 ADEX y PromPerú impulsan productos peruanos en Asia.
- 54 Empresarios participarán en la 7° edición de China International Import Expo (CIIE) en noviembre próximo.



42



44



Cortésia: PromPerú

53

Se creó el Consejo Empresarial Peruano-Chino con el propósito de promover las inversiones y el intercambio bilateral

# ACERCÁNDONOS AL GIGANTE ASIÁTICO

**E**l presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Julio Pérez Alván, señaló que Perú pasó de ser un ‘socio comercial a ser un socio estratégico’ y que, en ese sentido, la creación del Consejo Empresarial Peruano-Chino cobra mayor importancia pues permitirá dinamizar las inversiones y la relación bilateral, que tendrá como principal objetivo mejorar la vida de los ciudadanos.

A fines de junio, la presidenta de la República, Dina Boluarte, lideró una delegación al gigante asiático, en donde cumplió una ambiciosa agenda. En la ciudad de Shenzhen, importante *hub* de ciencia, tecnología e innovación, conocida como el ‘Silicon Valley’ de este país, se reunió con representantes de la firma Huawei y visitó galerías tecnológicas dedicadas a la inteligencia artificial.

En Shanghái, y junto a varios ministros, brindó una conferencia sobre las ‘Oportunidades de inversión en el Perú’ ante empresarios e inversionistas chinos. En el Palacio del Pueblo se reunió con su homólogo Xi Jinping y firmó varios instrumentos bilaterales que incluyen el Mecanismo de Diálogo Estratégico sobre Cooperación Económica (MDECE), protocolos fitosanitarios y la creación del Consejo Empresarial Peruano-Chino.



Cortesía: Presidencia de la República

Delegación del sector privado luego de visitar China Center for Information Industry Development.

El Consejo se creó con la firma del Memorando de Entendimiento (MOU, por sus siglas en inglés), con la presencia de representantes de las instituciones integrantes: Asociación de Exportadores (ADEX), Cámara de Comercio de Lima (CCL), Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex), Cámara de Comercio Peruano-China (Capechi), Sociedad Nacional de Industria (SNI) y el Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional (CCPIT).

“El MOU no quedará solo en el papel, se traducirá en acciones concretas y el sector privado dará el ejemplo de trabajo coordinado

con logros que se reflejarán en la vida de las personas”, manifestó Julio Pérez Alván, quien preside el capítulo peruano del consejo por un año (el cargo es anual y rotativo).

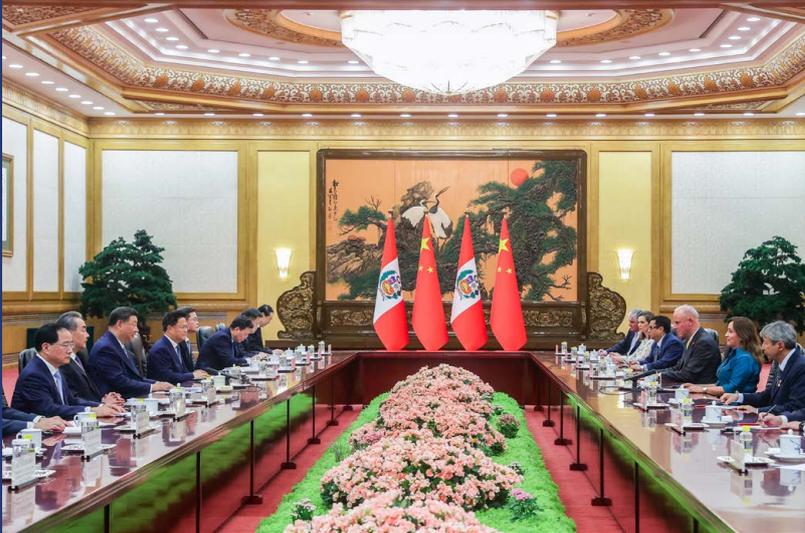
## Objetivos del MOU

El documento indica que se fomentará y apoyará activamente

### EL DATO

Las empresas exportadoras deben conocer los requisitos de acceso, las tendencias de consumo y las costumbres en China.

Cortesía: Presidencia de la República



La comitiva oficial que viajó a China cumplió una ambiciosa agenda de trabajo que incluyó una reunión con el presidente Xi Jinping.

***Si el objetivo es atraer inversiones, se necesita un marco legal ambicioso para las Zonas Económicas Especiales de Administración Privada, más aún si existe la posibilidad de empezar su implementación en el área colindante con el Puerto de Chancay.***

la participación de las comunidades empresariales de las 2 naciones en proyectos de infraestructura y desarrollo,

incluida la Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI, por siglas en inglés).

Asimismo, fortalecerá la

cooperación en economía digital, manufactura inteligente, energía limpia y tecnología baja en carbono, y se crearán nuevos puntos de crecimiento a fin de profundizar la cooperación bilateral en comercio, agricultura, infraestructura y financiamiento.

Se prevé organizar visitas mutuas de delegaciones y coorganizar eventos, se incentivarán a los gobiernos a optimizar el entorno empresarial y mejorar los servicios de promoción de inversión proporcionando mecanismos regulares sólidos, entre otros.

“Perú debe convertirse en el principal *hub* logístico e industrial en América del Sur. Si el objetivo es atraer inversiones, se necesita un marco legal ambicioso para las Zonas Económicas Especiales de Administración Privada”, dijo.

El director del Centro de investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, Edgar Vásquez Vela, opinó que el viaje fortaleció las relaciones económicas entre ambos países y añadió que China invirtió alrededor de US\$ 35 mil millones en el Perú, principalmente en los sectores minería e hidrocarburos; sin embargo, también se observa un creciente interés en otros como la industria manufacturera y agroindustria.

Recomendaciones de docente de ADEX Global Learning, Olga Noel

## **TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR CHINO**

La docente de ADEX Global Learning, Olga Noel, participó durante años en la feria China International Impo & Expo (CIIE) negociando con diferentes tipos de empresas, por lo que afirmó que Perú tiene grandes oportunidades a raíz de las necesidades de los consumidores: buscan nuevos productos y sabores, y quieren conocer la cultura del país de origen y sus costumbres.

Priorizan alimentos libres de químicos y si son orgánicos mucho mejor –prosiguió–, algunos de los

que asocian con Perú son la maca, uvas y arándanos. El interés no es solo importar, sino invertir y ser socios estratégicos de las empresas peruanas.

“Tenemos una gran competencia asiática de productos agrícolas, pero el crecimiento de la población es veloz y necesitarán un buen socio comercial para alimentarlos sanamente. Con una buena investigación de mercado y un plan de marketing se logrará el ingreso de nuestra oferta”, culminó.

Superarlos ayudará a transformar el país

# NUEVOS RETOS PARA LA LOGÍSTICA PERUANA



Proyectos ambiciosos como el megapuerto de Chancay prometen transformar el panorama logístico del país. No obstante, el comercio exterior peruano enfrenta numerosos desafíos que requieren soluciones urgentes y sostenibles. En esta coyuntura, la renovación de la infraestructura aeroportuaria y portuaria y la reciente aprobada Ley de Cabotaje, desempeñan un papel crucial.

El Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, el más importante del Perú, se encuentra en proceso de una modernización y expansión significativa. La construcción de un nuevo terminal está en marcha para manejar el creciente volumen de carga y pasajeros. Sin embargo, existe un problema en cuanto a su acceso.

El puente Santa Rosa, que debería facilitar el ingreso al nuevo aeropuerto, no está listo, obligando a la construcción de puentes modulares como solución temporal. En opinión del asesor externo de ADEX Consulting, Sandro Pezo Lanfranco, este problema es crítico ya que afectaría la eficiencia y los costos operativos del nuevo aeropuerto.

“La finalización de las obras de infraestructura es esencial a fin de asegurar que este proyecto cumpla con todos sus objetivos y se ejecuten a tiempo la segunda



El megapuerto de Chancay presenta actualmente un avance de más del 80%.

(parque logístico en el 2025) y tercera fase (culminación de la ciudad aeropuerto)”, comentó.

En los puertos del país – como el del Callao–, también

existen retos significativos. La infraestructura insuficiente y una gestión ineficiente originan congestión y demoras, lo cual afecta las operaciones y dificulta

“**El cabotaje reducirá los costos de transporte, fortalecerá la economía, asegurará la soberanía de sus rutas marítimas y abrirá nuevas vías para el comercio y la inversión en el sector marítimo**”.

**Julio Pérez Alván**

el manejo del aumento de volumen de carga.

La modernización de los desembarcaderos peruanos y la implementación de prácticas de gestión más eficientes son cruciales para solucionar estos problemas. “Perú compite con puertos importantes de la región (Chile y Ecuador), lo que incrementa la presión para acrecentar la eficiencia y reducir los costos”, explicó.

En ese sentido, el megapuerto de Chancay cobra una gran relevancia, pues se proyecta como una instalación estratégica que impulsará nuestra conectividad global, promoverá la creación de miles de empleos y contribuirá al desarrollo económico de esta ciudad, zonas aledañas y del país en su conjunto.

### Cabotaje

La nueva Ley de Cabotaje, recientemente aprobada por el Congreso de la República, representa una oportunidad valiosa para mejorar la logística, pues permite a los buques transportar carga entre puertos peruanos, aumentando la competencia y aminorando los costos.

Durante la inauguración del VIII Foro Logístico –organizado por la Asociación de Exportadores (ADEX)–, el presidente del gremio, Julio Pérez Alván, anticipó una transformación importante en la logística peruana gracias a esta ley; no obstante, consideró que la renovación y optimización de los procesos son un desafío que requiere una estrecha colaboración entre el sector público y privado.

“El desarrollo productivo y comercial del Perú en los últimos 20 años originó que los volúmenes de exportaciones y de importaciones crezcan a niveles significativos. Vía marítima, los despachos totales alcanzaron los US\$ 51 mil 483 millones en el 2023, logrando una participación



El ministro de Transportes y Comunicaciones (MTC), Raúl Pérez Reyes, fue uno de los invitados de honor del VIII Foro Logístico.

del 80% del total y un crecimiento del 0.85% en comparación con el año anterior”, refirió.

En esa línea, Pezo Lanfranco coincidió en que la implementación efectiva de esta nueva normativa puede modernizar el transporte marítimo interno y reducir la dependencia de la infraestructura terrestre.

### Política ferroviaria

El ministro de Transportes y Comunicaciones (MTC), Raúl Pérez Reyes, anunció durante su ponencia en el VIII Foro Logístico que su cartera impulsará una política ferroviaria a fin de promover el crecimiento de las exportaciones y la recuperación de la economía.

En los últimos 25 años –prosiguió–, los envíos al extranjero generaron divisas para el país y puestos de trabajo; sin embargo, aún hay mucho por mejorar. “Desde el Ejecutivo se está trabajando con el objetivo de generar medidas de impacto y tener un ‘segundo momento

logístico’. Una medida será plantear el lanzamiento de una política ferroviaria”, acotó.

“Viene Chavimochic III, Majes Siguan II, Chincas y Alto Piura. De esos, 2 están en proceso, pero también tenemos Michiquillay, la ampliación de otras minas, Toromocho. No podemos seguir cargando a las carreteras”, agregó.

Finalmente, informó que la inversión sería de US\$ 30 mil millones en 40 años con un alto componente de cofinanciamiento. “Solo tenemos 314 kilómetros de ferrovías. A estas alturas, Perú debería tener la costa y buena parte de la ruta de penetración cubierta con trenes”, sentenció.

**J.H.R.**

### EL DATO

El VIII Foro Logístico para el Comercio Exterior contó con el auspicio de Corporación Sealer's, Serpost, Scharff y Terminales Portuarios Peruanos S.A.C.

Tecnología al servicio del comercio exterior

# LECCIONES DESDE CHILE PARA EL PUERTO DEL CALLAO



El proceso de instalación del Port Community System (PCS) en el puerto del Callao culminará en el 2026.

Una delegación peruana realizó una visita técnica a Chile con el propósito de explorar las mejores prácticas y tecnologías en logística portuaria que podrían ser implementadas en el puerto del Callao, buscando identificar sistemas y procesos que mejoren la eficiencia y competitividad del comercio exterior peruano.

En ese sentido, el gerente de la Defensoría del Exportador de

la Asociación de Exportadores (ADEX), Juan Carlos León Siles, indicó que una de las principales diferencias observadas entre los sistemas de ambos países es la descentralización de las autoridades portuarias en el vecino país.

“Cada puerto cuenta con su propia autoridad que reporta al Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, permitiendo

una gestión más adaptada a sus necesidades y desafíos. Este modelo contrasta con la estructura centralizada de Perú pues ofrece una mayor flexibilidad y capacidad de respuesta”, explicó.

Durante la visita se conoció el Sistema Integrado de Comercio Exterior (Siscomex), una plataforma que facilita la declaración y pago de impuestos a través de un único sistema –

## “El Sistema de Comunidad Portuaria es parte del compromiso del sector para proveer herramientas que dinamicen la cadena logística portuaria”.

Teresa Mera, viceministra de Comercio Exterior.

similar a la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) de Perú–, que simplifica los procesos administrativos y reduce la burocracia en los procesos que deben cumplir los importadores y exportadores.

Asimismo, Chile posee una Ventanilla Única Marítima (Vumar), herramienta esencial para gestionar la información de las operaciones portuarias, mejorando la coordinación entre los actores involucrados en el comercio exterior y proporcionando transparencia y eficiencia en la administración de los puertos.

Por otro lado, la tecnología cobra un papel relevante en el país sureño. Por ejemplo, el puerto de Valparaíso tiene un sistema llamado ‘Silogport’, plataforma tecnológica que soporta sus procesos logísticos y permite el rastreo de contenedores en tiempo real mediante una aplicación móvil.

“Esta herramienta no solo optimiza la efectividad operativa, sino que también ofrece una visibilidad completa del flujo de mercancías, minimizando el riesgo de errores y pérdidas”, comentó León Siles.

### Sistema de Comunidad Portuaria

Otro caso de éxito es el del puerto de San Antonio (Valparaíso), que cuenta con el proyecto del antepuerto ‘Alto San Antonio’ a fin de hacer más eficiente la logística y reducir la congestión.

“Implementaron un Port Community System (PCS) – conocido como ‘Sistema de Comunidad Portuaria’– en San Antonio, automatizando y optimizando los procesos portuarios y logísticos, e incrementando significativamente la competitividad del puerto”, apuntó.

Como se sabe, el Ministerio de Comercio Exterior y

Turismo (Mincetur) anunció en febrero de este año la próxima implementación del PCS para el Puerto del Callao. Su instalación será gradual y terminará en el 2026.

En opinión de León Siles, representa un avance significativo en la modernización y eficiencia de las operaciones portuarias peruanas, pues mejora la logística, reduce costos y tiempos de espera mediante la automatización y centralización de información; y facilita el comercio internacional al simplificar procesos aduaneros y normativos.

“Aumenta la seguridad y el cumplimiento normativo, proporcionando mayor control y transparencia. Asimismo, promueve la sostenibilidad y reduce el impacto ambiental de las operaciones, lo cual fomenta la colaboración entre todos los actores portuarios”, refirió **J.H.R.**

#### EL DATO

La implementación de la PCS en el puerto del Callao se realiza gracias a un convenio entre el Gobierno Peruano y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

## BENEFICIOS DEL SISTEMA DE COMUNIDAD PORTUARIA (PCS)



- 01 Mejora de la eficiencia operativa
- 02 Optimización de la logística
- 03 Reducción de costos
- 04 Mejora en la seguridad y cumplimiento normativo
- 05 Facilitación del comercio internacional
- 06 Sostenibilidad y reducción del impacto ambiental
- 07 Mejora de la colaboración y comunicación

Se espera un impacto con la implementación de los PERX

# CAMINO AL DESARROLLO EXPORTADOR DE LAS REGIONES



Según cifras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), en el 2023 las agroexportaciones peruanas marcaron un hito al superar los US\$ 10 mil millones. El 81% de la producción provino de las regiones del interior, siendo La Libertad, Ica, Piura y Lambayeque las que representan el 60% de este sector.

En La Libertad destacan el arándano, la palta, el espárrago y los alimentos balanceados; en Ica, la uva, el arándano, el espárrago y la mandarina; en Piura, la uva, el mango, la banana y el limón; y en Lambayeque, el arándano, la palta, la uva y el mango.

“El crecimiento de los despachos no tradicionales está estrechamente ligado a la implementación de los Planes Regionales de Exportación (PERX) y las políticas de Estado eficientes y oportunas, pues son planes actualizados y adaptados a la dinámica productiva y exportadora de cada región”, aseguró la viceministra de Comercio Exterior, Teresa Mera.

Precisó que su puesta en marcha permite identificar y reducir las brechas de competitividad exportadora; y que a través de acciones específicas y programas del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2025), se abordan las necesidades y desafíos particulares de cada



En el 2023, 15 regiones cerraron en positivo. Una de las más importantes fue La Libertad.

región, mejorando así su capacidad exportadora.

Explicó que se cuenta con 24 PERX actualizados, de conocimiento de los Gobiernos Regionales (GORE), cuya ejecución es responsabilidad de las instituciones a nivel regional y que, por ello, se impulsa la creación de los Comités Ejecutivos Regionales de Exportación (CERX) en cada departamento, lo cual ha sido crucial para coordinar y supervisar la activación de las acciones de los PERX.

“Reúnen a actores relevantes del sector público y privado,

facilitando un enfoque colaborativo y eficaz. A diciembre del 2023 se tiene un avance del 56.1% a nivel nacional en su implementación y en diciembre de 2024 se proyecta llegar a un 70%”, detalló.

Entre las acciones claves a fin de facilitar el acceso de las empresas a los diferentes mercados –continuó–, destaca la priorización de las cadenas productivas, más del 55% de las que han sido priorizadas por los PERX corresponden al sector agro, lo que subraya la importancia de esta actividad en las estrategias regionales.

Teresa Mera señaló que, a pesar de los avances, los GORE enfrentan desafíos en la implementación de los PERX, como la falta de recursos y coordinación interinstitucional. “Superarlos requiere un compromiso continuo, una mejor asignación de recursos y una mayor integración de las políticas públicas con los planes de desarrollo regional”, añadió.

### Importancia de la Inteligencia Comercial

La jefa de ADEX Consulting, Lizbeth Pumasunco, opinó que varias regiones incrementan sus envíos agroindustriales como resultado de las tendencias del consumo global. En comparación con la prepandemia, las personas valoran mucho más su salud.

En ese sentido, calificó de impostergable la necesidad de fortalecer las capacidades de las pequeña y mediana empresa (Pymes), que representan más del 97% del total de empresas exportadoras.

“Se les debe dar asistencia técnica y herramientas de inteligencia comercial a fin de que puedan reconocer las oportunidades que brinda la apertura comercial. De esa forma identificarán nuevos productos y evaluarán otros mercados, con lo que tomarán decisiones informadas y minimizarán los riesgos comerciales, logísticos, financieros y de negociación”, afirmó.

En esa línea, puntualizó que ADEX Consulting ofrece

**EL DATO**

El Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade señaló que en el 2023 las exportaciones regionales, sin contar Lima y Callao, sumaron US\$ 49 mil 743 millones lo que significó un crecimiento de 13% respecto al 2022 (US\$ 44 mil millones).

diagnósticos de competitividad exportadora para determinar las fortalezas y debilidades de las empresas y proponer planes de asistencia técnica personalizados. “Prepararse adecuadamente garantiza negociaciones eficientes y resultados medibles”, concluyó.

**E.H.Q.**

## DISTRIBUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS POR ZONAS EN EL 2023

### ZONA COSTA

US\$ 34 mil 221 millones

Principales productos: Cobre y sus concentrados, oro en las demás formas en bruto, fosfatos de calcio naturales, minerales de molibdeno y concentrados, arándanos y langostinos.

### ZONA ANDINA

US\$ 14 mil 595 millones

Principales productos: Minerales de cobre y concentrados, oro en las demás formas en bruto y minerales de plomo y concentrados.

### LIMA Y CALLAO

US\$14 mil 778 millones 500 mil

Principales productos: Gas licuado y residual 6.

### ZONA AMAZÓNICA

US\$ 758 millones 300 mil

Principales productos: Aceites crudos de petróleo, cacao en grano, oro, aceite de palma en bruto y café sin descafeinar sin tostar.



Aseguró su presidenta ejecutiva, Claricia Tirado Díaz

# “PROMPERÚ CONTRIBUYE EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y DESCENTRALIZADO DEL PERÚ”

*En conversación con la revista Perú Exporta, la presidenta ejecutiva de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), Claricia Tirado Díaz, compartió las estrategias implementadas en su gestión con el objetivo de impulsar la promoción internacional del país. Además, recordó su etapa como estudiante en ADEX Instituto.*



**U**d. asumió el cargo el 30 de abril pasado, ¿cuál será la estrategia de su gestión de cara a los desafíos coyunturales que frenan la competitividad de las empresas?

Tenemos el firme propósito de que cada una de nuestras acciones contribuyan de manera efectiva al crecimiento y desarrollo sostenible y descentralizado del Perú. Para lograrlo, fortaleceremos las capacidades de las empresas y de su oferta exportable sostenible, inclusiva y con valor agregado.

También ayudaremos a identificar oportunidades, diversificar los sectores productivos, brindaremos servicios integrales de acuerdo con las necesidades de los clientes y priorizaremos la articulación, buscando el acceso

al financiamiento y a nuevos mercados y mejora de la logística.

**¿Se priorizarán algunos sectores?**

PromPerú promueve 24 líneas de exportación de los cinco grandes sectores: agronegocios, productos pesqueros, industria de la vestimenta y decoración, manufacturas diversas y servicios.

Más que priorizar, creemos que cada uno tiene un tratamiento en función a sus potencialidades. Por ello es muy importante contar con información con la cual podamos crear estrategias en función a cada producto, línea o mercado. En este punto, nuestras Oficinas Comerciales en el exterior y regionales son esenciales.

**En noviembre se inaugurará el puerto de Chancay y la presidenta Dina Boluarte acaba**



La presidenta ejecutiva de PromPerú, Claricia Tirado Díaz, destacó la importancia de la articulación público-privada para abordar los desafíos y retos del país.



*El objetivo es posicionarnos en el mercado mundial a través de la promoción de la imagen del Perú, productos de exportación con valor agregado e inversiones*



de concluir su viaje a China. Ante esto, ¿cuál es el trabajo

de PromPerú para impulsar el potencial peruano en Asia?

Asia representa el 40% del PBI mundial, la región incluye las principales economías del mundo como China, Japón, India y Corea del Sur, que son motores del crecimiento económico mundial. Además, es el mayor socio comercial del Perú y el principal destino de nuestras exportaciones (51%).

Este 2024 es importante por la realización del Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC) y es el año previo a la Expo Osaka en Japón. Si sumamos estos dos hitos a la próxima inauguración del puerto de Chancay, veremos que las posibilidades de exposición con los países y economías de Asia son muy amplias. Desde ya nos encontramos trabajando y poniendo en marcha estrategias para posicionarnos como un país

diverso, resiliente y facilitador de negocios y, en el campo de las exportaciones, como proveedor de productos y servicios de calidad.

**¿Considera que hay una ruta para trabajar conjuntamente y mejorar las exportaciones, crear empleo y reducir la desigualdad social con un enfoque sostenible?**

La Ruta Exportadora integra programas y herramientas innovadoras con el objetivo de proporcionar a las empresas el soporte necesario y fortalecer sus capacidades de gestión, ofreciendo elementos diferenciadores. Son 12 años generando conocimiento y estamos comprometidos a fortalecer su presencia en las regiones.

Disponemos de 12 programas orientados a implementar criterios de sostenibilidad en las



“Con un enfoque en la sostenibilidad y la descentralización, PromPerú trabaja en potenciar el desarrollo del Perú a través de las exportaciones y el turismo”, señaló la presidenta ejecutivo de PromPerú, Claricia Tirado.

**¿Qué recuerda de su experiencia en ADEX Instituto?**

Estudiar la carrera de Administración de Negocios Internacionales en ADEX Instituto me proporcionó una visión amplia sobre la gestión de empresas y organizaciones, la cual apliqué en mi trayectoria profesional. Recuerdo con admiración y afecto a mis profesores, pues me proporcionaron herramientas eficientes.

Aquí inicié mis conocimientos sobre lo que el Perú es y puede llegar a ser. Descubrí su diversidad: historia, geografía, climas, tradiciones, talento. Somos una nación que se esfuerza en estar en contacto con el mundo a través de productos, destinos, sabiduría y oportunidades de inversión. Perú es estratégico para el futuro.

**S.C.C.**

**EL DATO**

Las 30 oficinas comerciales de PromPerú en el exterior realizan actividades de promoción de exportaciones, inversiones y atracción del turismo. Asimismo, tienen información actualizada sobre los mercados, concretan agendas de negocios y realizan seguimiento a las acciones comerciales.



*Estudiar la carrera de Administración de Negocios Internacionales en ADEX Instituto me proporcionó una amplia visión sobre la gestión de empresas y organizaciones*



empresas exportadoras y hemos desarrollado la estrategia ‘Cultura Sostenible’, con un enfoque en la sostenibilidad y construcción de la ‘Política de Sostenibilidad’.



Las exportaciones peruanas se benefician de las iniciativas de PromPerú.

Malas prácticas en la cadena afecta su competitividad

# COCHINILLA EN PROBLEMAS



**E**n Perú, la producción de cochinilla, un insecto utilizado para obtener el colorante natural carmín, enfrenta un grave problema relacionado a la exoneración del Impuesto General a las Ventas (IGV). Algunos intermediarios que la compran a los productores, renuncian a esta exoneración y emiten posteriormente facturas con sobrepuestos con el propósito de solicitar la devolución del impuesto, generando ganancias indebidas a costa del fisco.

La gerencia de Agroexportaciones de la Asociación de Exportadores (ADEX) detalló que estos intermediarios “recuperan” el impuesto vendido a la industria, generando especulación con los productores al subir los precios de la cochinilla con la finalidad de ganar más con el IGV, distorsionando la oferta y demanda.

Con la especulación, los precios ya no son estables y ocasiona que los mediadores tengan un mayor presupuesto para pagar más al productor. Bajo ese escenario, estos ya no quieren venderles a las empresas exportadoras.

Esta problemática afecta la competitividad del sector y su reputación en el comercio internacional, pues los clientes empiezan a desconfiar de los proveedores peruanos, ralentizando el crecimiento de esta actividad.

“Nuestro país es el principal productor mundial de cochinilla y sus derivados (80% de la oferta global). Además, sus envíos crecieron 8% en el 2023, alcanzando



El carmín de cochinilla se utiliza en la industria alimentaria, farmacéutica y cosmética.

**Arequipa (distrito La Joya) concentraba el 70% de la cochinilla. Aunque los intermediarios están abarcando más zonas como Nazca, Ayacucho, Apurímac y Huancavelica.**

los US\$ 158 millones 620 mil. La alta calidad del ácido carmínico – que llega hasta un 20% versus el promedio de productores de otros países (14%)–, es uno de los factores clave en su éxito internacional”, comentó la gerencia.

## Trabajo conjunto

Solano indicó que las autoridades peruanas y las organizaciones de esta cadena tienen conocimiento de irregularidades y trabajan en medidas con el propósito de controlar y sancionar estas malas prácticas. Además, representantes de ADEX se reunieron con representantes de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat)

con el objetivo de unir esfuerzos y encontrar posibles soluciones.

“Se estima un daño económico por unos S/ 30 o 40 millones. También del efecto negativo a esta actividad, pues con la “renuncia a la exoneración” los intermediarios ponen en riesgo la sostenibilidad de la actividad exportadora”, concluyó. **J.H.R.**

## EL DATO

Entre enero y mayo de este año, las exportaciones de cochinilla y sus derivados sumaron US\$ 67 millones 428 mil, mostrando un ligero retroceso de -0.8% en comparación al mismo periodo del 2023.

Pisco, vinos y brandy tuvieron una participación destacada

# EMPRESAS PERUANAS FUERON PREMIADAS EN EL 'INTERNATIONAL AWARDS VIRTUS LISBOA'



El 'International Awards Virtus Lisboa' es uno de los concursos de bebidas espirituosas más importantes a nivel mundial.

Una delegación de empresas peruanas dedicadas a la elaboración de Pisco y otras bebidas espirituosas participó en la 6ª edición del 'International Awards Virtus Lisboa', uno de los concursos más importantes del sector vitivinícola, realizado en la capital de Portugal del 20 al 22 de abril.

En declaraciones a la **revista Perú Exporta**, la presidenta del Comité de Pisco de la Asociación de Exportadores (ADEX), Carmen Robatty de Moquillaza, informó que este certamen internacional patrocinado por la Organización Internacional del Vino (OIV),

máximo órgano mundial del rubro, premió a 59 bebidas de 39 representantes nacionales.

"Nuestro país estuvo muy bien representando por una delegación de productores y empresarios en este evento que tuvo como jurado a connotados especialistas de España, Portugal, Uruguay y Perú", comentó.

Opinó que es un gran reconocimiento que los alienta a seguir en el objetivo de conquistar más mercados y tener una mayor presencia en los existentes. Las bebidas peruanas, entre vinos, Piscos y brandy, recibieron la

distinción ‘Great Gold’, ‘Gold’ y ‘Silver’, demostrando su calidad.

**‘Great Gold’**

Varias de las empresas ganadoras de la ‘Great Gold’ son asociadas de ADEX. La Caravedo S.R.L. se hizo acreedora de esa distinción por sus Piscos La Caravedo Puro Torontel, Mosto Verde Acholado Quilloay, Portón Mosto Verde Acholado, Portón Mosto Verde Italia y Portón Mosto Verde Torontel.

Asimismo, Bodegas y Viñedos Grimaldi E.I.R.L. por sus Piscos Grimaldi Acholado y Grimaldi Mosto Verde Mollar; Monte Grande E.I.R.L. por su Pisco 4 Fundos Italia; y el Grupo Moquillaza S.A.C., por su brandy de uva quebranta ‘Finca 314’.

Destilería La Caravedo S.R.L. también se llevó la distinción ‘Gold’ con su Pisco La Caravedo Puro Quebranta, mientras que Viña Los Reyes ganó la medalla ‘Silver’ en la categoría vinos con su vino Cabernet Sauvignon.

**Exportaciones anuales**  
Según el Sistema de Inteligencia



Jurados de diferentes países tuvieron a su cargo la calificación de las muestras.

Comercial ADEX Data Trade, entre enero y abril del 2024 la exportación de la ‘bebida de bandera’, vino, ron y otras bebidas espirituosas sumó US\$ 4 millones 627 mil, cifra que indica una caída de -13% en comparación al mismo periodo del año pasado (US\$ 5 millones 343 mil).

El vino fue el producto más importante en el periodo analizado con el 52% del total exportado,

sumando US\$ 2 millones 392 mil a pesar de despachar 30% menos que el año anterior (US\$ 3 millones 406 mil).

El Pisco ocupó el segundo lugar del ranking, con US\$ 1 millón 101 mil, presentando una contracción de -10% en comparación al mismo lapso del 2023 (US\$ 1 millón 219 mil). Además, se exportó otros aguardientes (US\$ 923 mil 548) y ron (US\$ 210 mil 122). **J.F.P.**

**PROCESO PRODUCTIVO DEL PISCO**



Problemática afecta a miles de familias del interior del país

# SOBRERREGULACIÓN DE LA TARA, UN PROBLEMA AÚN SIN SOLUCIÓN



La *caesalpinia spinosa*, conocida comúnmente como tara, es uno de los productos forestales no maderables más importantes del Perú. A pesar de su relevancia económica y social, enfrenta una serie de desafíos regulatorios que amenazan su producción y exportación.

La problemática actual no solo impacta en miles de familias peruanas, sino que también plantea preguntas sobre la adecuación de las políticas gubernamentales dirigidas a esta oferta.

En el 2023, sus envíos al mundo alcanzaron los US\$ 65 millones 400 mil, mostrando una disminución de -32% respecto al 2022 (US\$ 96 millones 500 mil). A abril del 2024 superaron los US\$ 21 millones 911 mil, manteniendo los niveles de precios del año anterior.

De acuerdo con el gerente central de Exportaciones de la Asociación de Exportadores (ADEX), Diego Llosa Velásquez, el 95% de la producción global es peruana y las principales regiones productivas son Cajamarca, Ayacucho, Áncash e Ica.



El Perú concentra el 95% de la producción mundial de tara.

“A nivel nacional más de 30 mil familias generan su sustento en la tara, en Cajamarca se estima que son más de 12 mil 500 familias

las que dependen directamente de este cultivo que, precisamente, se da en zonas alejadas y de difícil acceso”, apuntó.

**La tara crece en las zonas más alejadas del país, sobre todo en caseríos que se encuentran a un mínimo de 4 horas (en auto) de la ciudad más cercana.**

Añadió que la agenda pendiente de los integrantes de esa cadena incluye la informalidad de la tenencia de la tierra, la falta de capacitación de los productores y las barreras idiomáticas, ya que muchos de ellos son quechua hablantes.

### Desacertadas

El punto principal es que, si bien la tara es un producto no maderable, está sujeta a varias normativas que complican su siembra y comercialización. Una de ellas es la Ley 29763 (Ley Forestal y de Fauna Silvestre) que estipula el uso de las Declaraciones de Manejo (DEMA). Si bien apuntan a simplificar los procesos, no es suficiente.

Otros son el DL 1283 (Autorizaciones de Aprovechamiento), que establece requisitos similares a la Ley 29763; el DL 1319, que crea puestos de control estratégicos a nivel nacional de paso obligatorio; y el DS 013-2022-Midagri que dicta criterios para puntos de control obligatorios.

En opinión de la gerenta de Agroexportaciones del gremio, Claudia Solano Oré, no solo aumentan los costos de producción y exportación, sino que también generan demoras y propician la corrupción entre funcionarios, quienes emiten las autorizaciones de aprovechamiento.

“La sobrerregulación y la carga administrativa recaen desproporcionadamente sobre los pequeños productores, quienes deben comprobar el origen legal del producto, enfrentando arbitrariedad en la aplicación de las normativas”, expresó.



El gerente central de Exportaciones de ADEX, Diego Llosa Velásquez, expuso la problemática de la tara en el Congreso de la República.

### Solicitudes de ADEX

El gremio exportador realizó diversas acciones con miras a lograr una regulación específica para la tara. En el 2020, dirigió una carta al viceministerio de Políticas Agrarias del Ministerio de Desarrollo Agrario (Midagri) solicitando facilidades a fin de cumplir con los requisitos de titularidad de los predios, también organizó eventos y reuniones con el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (Serfor) y la Comisión Agraria.

El 1° de marzo de este año envió una carta a la Dirección General de Gestión Sostenible del Patrimonio Forestal y de Fauna Silvestre solicitando una prórroga sobre las medidas establecidas en los puntos de control y la reactivación de la Comisión Nacional de Tara (Conatara).

Este grupo creado en el 2010 debería sesionar al menos 2 veces al año, pero recién el 2 de

julio último realizó la I reunión Ordinaria, luego de casi 3 años y medio.

El 29 de mayo pasado, después de una reunión con representantes del Midagri y Serfor, se propuso una hoja de ruta que establece los puntos más importantes a ser considerados con miras a reimpulsar el sector. Uno de ellos fue la reactivación de ese espacio de diálogo y la revisión de los lineamientos para otorgar las autorizaciones respectivas.

Otras iniciativas son el proyecto de ley que apunta a regular la licencia de recolección de frutos y semillas silvestres (aprovechamiento sostenible), capacitar a las Administraciones Técnicas Forestal y de Fauna Silvestre de tal forma que se uniformen los criterios de aplicación de lineamientos; y, optimizar el control de la tara en los puntos de embarque de exportación. **J.H.R.**

Empresas participaron en la feria Thaifex – Anuga Asia 2024

# ALIMENTOS PERUANOS CAUSARON SENSACIÓN EN EL SUDESTE ASIÁTICO



Con el objetivo de amplificar su red de contactos, materializar nuevos negocios con los principales *key players* de Asia y diversificar sus mercados en esa parte del mundo, empresas nacionales de los sectores agroindustria y pesca participaron en el Pabellón Perú de la feria Thaifex – Anuga Asia 2024, realizada del 28 de mayo al 1º de junio en Tailandia.

En este encuentro comercial –el más importante del sudeste asiático– asistieron Agritrade S.A.C., Agroindustrias Osho S.A.C., Alisur S.A.C., Fernández S.A.C., FST Group S.A.C., Glint S.A.C., Interamsa Comercial S.A.C. y Quality Supplier Foods, gracias a un esfuerzo conjunto entre la Oficina Comercial de PromPerú en ASEAN, la Asociación de Exportadores (ADEX) y la Embajada del Perú en Tailandia.

Se concertaron 276 citas de negocios en total con los compradores internacionales, algunos de ellos grandes supermercados (Siam Makro, Lotus's), importadores y distribuidores (Vachamon, Navatan, City Fresh, Rainbow Foods and Material Supply, Organic Seeds, Heritage Snack & Food, Sunrise Group, Eco-Action y Matahari) y minoristas.

La oferta exhibida estuvo conformada por proteínas y



Thaifex Anuga Asia es la feria de alimentos y bebidas más importante del sudeste asiático.

aceites a base de sacha inchi y chía, maca en polvo, lúcuma en polvo, camu camu en polvo, quinua, derivados de cacao, cereales, chía en semillas, entre otros. En cuanto a pesca y acuicultura, pota, mahi mahi, merluza, aros de calamar, camarones, conchas de abanico y pulpo, en presentaciones enteras o en bolsa congeladas, entre otros.

La gerenta de Agroexportaciones del gremio, Claudia Solano Oré, indicó que el mayor interés estuvo en los productos con valor agregado y funcionales derivados de los *superfoods*, especialmente en la presentación en polvo (lúcuma y

sacha inchi), granos andinos y sus derivados como la quinua, chía, castaña, aceite de sacha inchi.

“En el rubro de frutas frescas destacaron las uvas y los arándanos; y en alimentos marinos la pota, abalón (molusco) y merluza”, agregó.

Detalló que Thaifex – Anuga Asia es una de las ferias alimentarias más importantes de Asia, sirviendo como un punto de encuentro clave para productores, distribuidores y compradores de todo el mundo, por lo que destacó la unión del sector público y privado a fin de llevar a las empresas peruanas.

**EL DATO**

Las exportaciones peruanas a los países de la Asean ascendieron a US\$ 183 millones 278 mil entre enero y abril de este año, reflejando un incremento de 16% en comparación al mismo periodo del año pasado (US\$ 157 millones 888 mil).

“Los exportadores peruanos fueron atendidos no solo por compradores de Tailandia, Malasia, Vietnam, Singapur, Indonesia, Laos y Filipinas, sino de China, Taiwán, Hong Kong, Emiratos Árabes Unidos, Corea del Sur, Japón, India, Nueva Zelanda, EE.UU., Canadá e Italia”, apuntó.

Por otro lado, Solano Oré destacó las tendencias de consumo de alimentos en Tailandia, las cuales experimentaron cambios significativos influenciados por factores como la urbanización, el aumento del poder adquisitivo



Previo a la feria, las empresas participantes tuvieron misiones comerciales en Malasia y Vietnam.

y una mayor conciencia sobre la salud y el bienestar luego de la pandemia.

“Reflejan una transición hacia una alimentación más saludable, sostenible y conveniente. Ahí radica el gran potencial de la oferta peruana, sobre todo de nuestros *superfoods*”, *acotó*.

Finalmente, expresó su optimismo para que acciones conjuntas como estas sigan dándose en un futuro. “Los empresarios peruanos se mostraron bastante satisfechos con los resultados de la feria y es seguro que participarán el próximo año”, concluyó. **J.H.R.**



**Opiniones**



**Patrick Torres-Llosa**  
Analista Comercial de Alisur

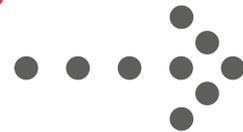
“Gracias al trabajo conjunto entre ADEX y PromPerú se logró fortalecer la presencia de los productos peruanos en la región Asean. Estamos satisfechos de esta experiencia y con la certeza de que hay mucho potencial. Esperamos con entusiasmo participar próximamente y seguir trabajando en el objetivo de llevar los productos peruanos a todo el mundo”.



**Juan Pablo Santillana**  
Sales Manager de Agroindustrias Osho

“Fue una oportunidad muy grande para conocer este mercado. Estamos felices por las extraordinarias oportunidades y el potencial a futuro. Ahora nos vamos con un mayor aprendizaje y tomando nota de lo que necesitamos a fin de seguir mejorando y compitiendo”.

# OFERTA PERUANA DE JUGOS Y NÉCTARES DE FRUTAS A LA UNIÓN EUROPEA Y EE.UU.



Los consumidores de la Unión Europea y EE.UU. priorizan el consumo de jugos, mermeladas y néctares de frutas exóticas como maracuyá, limón, mango, arándano y lima; en especial si contienen propiedades que aportan a la salud y provienen de América Latina y África. Nuestro país los exporta, pero tienen un mayor potencial. Conozcamos un poco más de esta oferta gracias al CIEN-ADEX.

## EE.UU.

### JUGOS

Valor FOB 2023: US\$ 24 millones 595 mil  
Var.% 2023/2022: -18.8%



#### MARACUYÁ:

Valor FOB 2023:  
US\$ 10 millones 549 mil.  
Participación 2023: 42.9%  
Var.% 2023/2022: 24%



#### LIMÓN:

Valor FOB 2023:  
US\$ 9 millones 261 mil  
Participación 2023: 37.7%  
Var.% 2023/2022: -1.5%



#### LIMA:

Valor FOB 2023:  
US\$ 2 millones 561 mil  
Participación 2023: 10.4%  
Var.% 2023/2022: 35.5%

### NÉCTAR

Valor FOB 2023: US\$ 117 mil 900  
Var.% 2023/2022: 32.9%



#### MARACUYÁ:

Valor FOB 2023:  
US\$ 74 mil 500  
Participación 2023: 63.2%  
Var.% 2023/2022: 30.2%



#### MANGO:

Valor FOB 2023:  
US\$ 41 mil 900  
Participación 2023: 35.5%  
Var.% 2023/2022: 61.8%



### MERMELADA

Valor FOB 2023: US\$ 34 mil 400  
Var.% 2023/2022: 62.6%



#### FRESA:

Valor FOB 2023:  
US\$ 17 mil 300  
Participación 2023: 50.3%  
Var.% 2023/2022: -10.1%



#### ARÁNDANO:

Valor FOB 2023:  
US\$ 7 mil 300  
Participación 2023: 21.2%



# UNIÓN EUROPEA

## JUGOS

Valor FOB 2023: US\$ 43 millones 179 mil  
Var.% 2023/2022: 17.2%

## PRINCIPALES DESTINOS



### PAÍSES BAJOS

Valor FOB 2023:  
US\$ 33 millones 160 mil  
Participación 2023: 76.7%  
Var.% 2023/2022: 9.2%



### FRANCIA

Valor FOB 2023:  
US\$ 6 millones 600 mil  
Participación 2023: 15.3%  
Var.% 2023/2022: 60.7%



### BÉLGICA

Valor FOB 2023:  
US\$ 1 millón 595 mil  
Participación 2023: 3.7%  
Var.% 2023/2022: 16.4%



### ITALIA

Valor FOB 2023:  
US\$ 781 mil  
Participación 2023: 1.8%  
Var.% 2023/2022: 818.4%



### ALEMANIA

Valor FOB 2023:  
US\$ 578 mil  
Participación 2023: 1.3%  
Var.% 2023/2022: -19.8%



## MERMELADA

Valor FOB 2023: US\$ 16 mil 500  
Var. % 2023/2022: 652.7%



### ALEMANIA

Valor FOB 2023:  
US\$ 15 mil 400  
Participación 2023: 93.1%

La sostenibilidad es una necesidad

# 20° FORO TEXTIL EXPORTADOR: TEJIENDO EL FUTURO DE LA MODA



*El sector textil-confecciones es una actividad muy importante para la economía peruana. En el 2023 generó 318 mil empleos formales entre directos, indirectos e inducidos, y despachó bienes por US\$ 1,603 millones 569 mil. Aunque estas exportaciones disminuyeron un -14.5% en comparación con el 2022 (US\$ 1,800 millones 565 mil), se espera una recuperación del 7% este 2024.*



“Se necesita avanzar en la agenda pendiente. La reglamentación de la Ley N° 31969 y la aprobación en el Congreso de la República del proyecto sobre las Zonas Económicas Especiales Privadas (ZEEP) es esencial”, señaló el vicepresidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), César Tello Ramírez, en la inauguración de la edición 20 del ‘Foro Textil Exportador’, certamen emblemático del gremio.

Añadió que el aporte de este evento ha sido valioso a lo largo de estos 20 años, ya que permitió a las compañías peruanas actualizar sus procesos con sistemas modernos y lo último en tecnología. Asimismo,

reciben capacitación de especialistas nacionales e internacionales sobre temas como trazabilidad y la preservación del medio ambiente.

“Las empresas –desde las pequeñas hasta las grandes– deben pensar en sostenibilidad a todo nivel si quieren seguir exportando y conquistando nuevos mercados. Perú debe ser reconocido por sus productos de calidad y también por sus buenas prácticas”, declaró el representante de ADEX a la revista **Perú Exporta**.

A su turno, el presidente del Comité Textil de ADEX, Carlos Penny Bidegaray, consideró fundamental darle mayor valor agregado a los bienes exportados por



En el 20° 'Foro Textil Exportador' se expusieron las últimas tendencias en la moda.

la cadena textil-confecciones, pero con un enfoque de economía circular. Detalló que el Foro es una oportunidad en la cual los participantes intercambian ideas y propuestas en beneficio del sector.

Indicó que se abordan temas trascendentales como garantizar la sustentabilidad de los recursos, la eliminación de los químicos en el uso del agua, los distintos mecanismos para determinar

***A través de conferencias especializadas a cargo de expertos nacionales e internacionales, en el 'Foro Textil Exportador' se compartieron conocimientos y herramientas con el objetivo de afrontar los retos del mercado global.***

tecnologías amigables con la naturaleza, entre otros. “Es un

espacio donde se unen todos los protagonistas, especialistas,



Las expositoras Catalina Marín y Claudia Pereyra.



*Las tendencias de moda tendrán más longevidad si se inspiran en las necesidades de los consumidores”.*

*Catalina Marín.*

autoridades, fabricantes y consumidores”, acotó.

### **Industria textil sostenible**

La huella hídrica de una camiseta de algodón, desde la recolección del algodón hasta su venta al consumidor final, es de 2 mil 700 litros de agua. Por ello, en el 2018, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) reportó que la industria textil es la segunda más contaminante del planeta, debido al uso de químicos, energía y su impacto en el agua.

Asimismo, es la responsable del 10% de las emisiones de CO2 a nivel global y, debido al uso de tintes e insumos de acabado, genera el 20% de la contaminación total del agua existente en el planeta.

En opinión de la CEO de Modo Sostenible, Claudia Pereyra,

para que esta industria gire hacia una economía circular se requiere inversión considerable e incentivos fiscales. Asimismo, enfrenta retos como el reciclaje textil (correcta recolección), digitalización (etiquetas con datos precisos de fabricación), uso de materiales sostenibles, entre otros.

Otro aspecto a considerar por las empresas peruanas es la demanda del consumidor. “Hoy los millennials y centennials son los de mayor consumo. Una característica que los distingue es que toman decisiones en base a la historia detrás del producto (cómo fue elaborado y los insumos utilizados)”, indicó.

### **Tendencias**

Según la representante de WGSN, Catalina Marín, la moda no ha podido mantenerse al margen de las crisis globales, un ejemplo de ello es que las tendencias están cambiando con menos rapidez. “Las marcas apuestan hoy por productos atemporales, prendas de vestir que puedan ser usadas en las distintas estaciones del año”, manifestó.

La capacidad de amoldar la empatía y versatilidad –agregó– serán muy importantes, los productos deben brindar estabilidad y diversas opciones en una época de cambios; además de contar con características imprescindibles que aseguren su valor a largo plazo y la opción de la reventa.

“El mundo está perdiendo la confianza en los procesos políticos y en los gobiernos, los ciudadanos toman iniciativas en busca de forzar un cambio y las compañías están obligada a adoptar medidas que logren un planeta más justo para todos”, indicó.

Marín manifestó que en el 2025 la sostenibilidad no solo será tendencia sino un requerimiento de mundo entero, con lo cual se garantizará la permanencia del negocio en los años futuros. **J.F.P.**

#### **EL DATO**

El 'Foro Textil Exportador' se realizó con el auspicio de Textil del Valle S.A. BIC, Textile Sourcing Company S.A.C. BIC, FK Group, Industrias Nettelco S.A., Cotton USA, Banco de Crédito (BCP) e Industrias Textiles de Sud América (Itessa).

## ZOOM PREMIACIÓN

En el marco de la 20ª edición del "Foro Textil Exportador" y con el objetivo de destacar el desempeño de las principales empresas del sector textil-confecciones en el 2023, ADEX reconoció a 3 importantes compañías nacionales.



1 —

Premio a la Empresa Sostenible 2023 a Incapalca Textiles Peruanos de Exportación. En la foto están el presidente del Comité Textil de ADEX, Carlos Penny Bidegaray y el jefe de Marketing de Incapalca, Marcelo Echeagaray.

2 —

Premio a la Empresa Innovadora 2023 a Industrias Textiles de Sud América. Acompaña a su gerente comercial, Silvia Crosato, el vicepresidente de ADEX, César Tello Ramírez.

3 —

Premio a la Empresa Exportadora 2023 a Topy Top. En la foto, la ministra de Comercio Exterior, Elizabeth Galdo, posa junto al gerente general de la firma, Gustavo López.

## ZOOM DESFILE

Para cerrar con broche de oro, se realizó un majestuoso desfile, en el cual participaron las marcas Allpa, Aurea y Wisqa. La empresa Itessa se hizo presente con prendas diseñadas por Meche Correa y José Clemente.



1.



2.



3.



4.

1 —

*Allpa. La modelo lució un conjunto y chal color beige en alpaca y algodón de estilo atemporal. Fueron tejidos en talleres que cumplen los principios de comercio justo y sostenibilidad.*

2 —

*Un bellissimo atuendo confeccionado con hilados de Itessa (insumos: 15% Baby Alpaca y 85% de algodón Tangüis orgánico). El diseño es de Meche Correa.*

3 —

*Aurea presentó un conjunto color beige de la diseñadora Fiorella Angulo, quien se inspiró en el derrame de petróleo en las playas de Ventanilla. El top y el pantalón son de algodón orgánico peruano teñido con tara. El chal fue tejido en un telar de bastidor con lana de oveja Merino y Baby Alpaca.*

4 —

*Wisqa. La modelo vistió un exquisito vestido y guante color coral de la diseñadora Daphne Scapa (marca de diseño sostenible). Las prendas fueron tejidas únicamente con fibras naturales orgánicas y peruanas con los principios de comercio justo.*

Mesa Financiera de ADEX

# FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS EXPORTADORAS

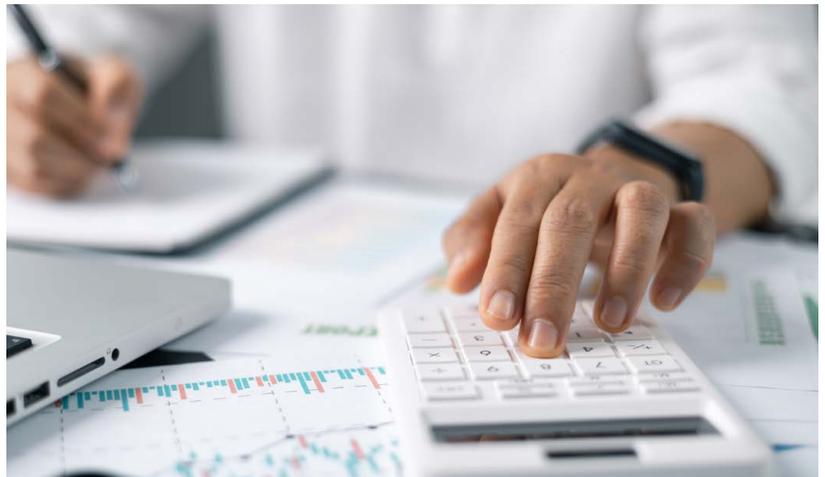
En agosto del 2023, en el marco del 'VIII Foro de Herramientas Financieras', la Asociación de Exportadores (ADEX) anunció la implementación de una 'Mesa Financiera', con el objetivo de identificar y proponer alternativas para que las empresas peruanas, especialmente las pequeñas y medianas, puedan desarrollar sus actividades.

Cabe indicar que estas unidades requieren capital de trabajo que les permita realizar sus procesos productivos y concretar sus planes de internacionalización; no obstante, el acceso a fuentes de financiamiento adecuadas aún es limitado y se necesitan alternativas distintas a las que ofrece la banca tradicional.

El gerente central de Exportaciones de ADEX, Diego Llosa Velásquez, explicó que la 'Mesa Financiera' se enfoca en promover el intercambio de información entre los actores públicos y privados con el objetivo de establecer mejores mecanismos de crédito que beneficien a las empresas exportadoras y a las pymes.

En esa línea, detalló que se tiene en agenda puntos claves, como la priorización al acceso de fondos concursables (como el Fondo Crecer), incrementar el acceso a instrumentos de crédito innovadores y desarrollar cadenas de valor.

A fin de actualizar la legislación vigente, trabajan en conjunto con el Congreso de la República. Asimismo, se elabora una hoja de ruta con iniciativas



El financiamiento es importante para que las Mipymes se mantengan en el mercado.

**“Evaluaremos la creación de una mesa especial sobre factoring”.**

*Diego Llosa Velásquez.*

para la digitalización, el factoring estatal y la gobernanza de este grupo de trabajo.

### Fondo Crecer

Es una iniciativa del Estado, dirigida a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) del sector productivo y de servicios que impulsa el acceso a créditos (capital de trabajo y activos fijos).

Da la oportunidad de obtener créditos para capital de trabajo hasta por 18 meses (incluye periodo de gracia de 3 meses) y adquisición de activos fijos hasta por 60 meses (incluye periodo de gracia de 6 meses). Además, otorga un 'Bono de buen pagador' por la cancelación oportuna de las

cuotas de hasta un 15% del crédito, con un máximo de S/ 15 mil.

El Fondo Crecer está direccionado a las Mipymes con ventas anuales de hasta 2 mil 300 UIT (S/ 9 millones 300 mil) y a empresas exportadoras con ventas anuales de hasta US\$ 30 millones. **J.F.P.**

### EL DATO

Según la Organización Mundial de Comercio (OMC) alrededor del 90% del comercio mundial depende de algún tipo de financiamiento o seguro de crédito.

Es una actividad con un mayor potencial

# PESCA: ENFRENTANDO DESAFÍOS Y APROVECHANDO OPORTUNIDADES



*En el 2023, la pesca tradicional y no tradicional representó el 4.6% del total de las exportaciones peruanas y su cadena productiva –desde la extracción hasta la industrialización– generó alrededor de 250 mil empleos. No obstante, su aporte al Producto Bruto Interno (PBI) nacional disminuyó en los últimos 5 años, pasando de 1.4% a 1% en el 2023.*



El fenómeno de El Niño fue uno de los principales factores que afectaron esta actividad, retrasando el inicio de las temporadas y una caída de -29% en los desembarques del 2023, reduciéndose a 1,205 millones de toneladas.

Con el propósito de abordar los problemas y oportunidades, la Gerencia de Servicios e Industrias Extractivas de la Asociación de Exportadores (ADEX) organizó el I Encuentro de Pesca y Acuicultura, en el que se informó que estos envíos alcanzaron los US\$ 2 mil 873 millones en el 2023. Aunque significativa, esta cifra no superó la del 2022 (US\$ 3 mil 952 millones).

En opinión de la gerenta de Servicios e Industrias Extractivas de la institución gremial, Lucía Rodríguez Zunino, si bien este sector enfrenta desafíos, también ofrece oportunidades que pueden sumar al crecimiento económico del país. “Favorecer la formalización, mejorar la infraestructura y asegurar el financiamiento serán iniciativas clave para su desarrollo sostenible”, resaltó.

En esa línea, mencionó que tras el encuentro se elaboró una hoja de ruta con miras a trabajar la agenda pendiente con planteamientos a corto, mediano y largo plazo, priorizando temas como la sostenibilidad,



La riqueza de recursos hidrobiológicos peruanos configura un escenario para buscar nuevos mercados, identificar canales de distribución y elaborar productos innovadores.

**“Tener una infraestructura, logística y regulación apropiadas, y promover el aprovechamiento de subproductos, ayudarían a lograr una oferta acuícola competitiva que llegue a un mayor número de mercados internacionales”.**

*Lucía Rodríguez Zunino.*

innovación y tecnología, capacitación y formalización. Asimismo, la diversificación de productos, acceso a un adecuado financiamiento e impulso a la acuicultura.

#### **Desafíos**

En el I Encuentro de Pesca y Acuicultura, los expertos de los diferentes paneles concordaron en la necesidad de que las entidades



El segundo vicepresidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), César Tello Ramírez, ofreció las palabras de bienvenida en el I Encuentro de Pesca y Acuicultura.

**Perú se ha posicionado como líder mundial en los envíos de harina y aceite de pescado, y como segundo exportador global de calamares y pota procesados.**

financieras puedan crear nuevos instrumentos y productos *ad-hoc* para este rubro. En ese objetivo, deben hacer visitas de campo y comprender los procesos operativos y ciclos propios de esta actividad.

Se comentó que las empresas acuícolas y los productores y exportadores de pota no son atendidos por el sistema pese a la creciente demanda de sus productos en el exterior.

Otros retos son la legislación estricta –no favorece el aprovechamiento ordenado de la oferta pesquera–, la eliminación de las barreras que frenan el acceso a nuevos mercados, y el fomento de las certificaciones ambientales con lo que más compañías podrían cumplir los estándares internacionales.

Los especialistas también mencionaron los cambios frecuentes en el gabinete ministerial, las modificaciones en las regulaciones (en tiempos muy

cortos). “El objetivo no es rechazar la regulación, sino incluir reglas claras con un marco regulatorio que fomente la competencia”, aseguraron.

### **Mercados**

Se destacó que en el 2023 Perú fue líder mundial en la producción y exportación de harina y aceite de pescado, el segundo de calamares y pota procesada, filetes congelados de trucha y anguila; y el tercero de conchas de abanico y erizos congelados.

Esta riqueza debe ser aprovechada por lo cual urge identificar nuevos mercados y canales de distribución y seguir diversificando la oferta de productos con valor agregado, aprovechando la tendencia mundial hacia el consumo de alimentos semielaborados o *snacks*, alimentos orgánicos y los *ready to eat* (listos para comer).

También se sugirió capitalizar la guerra comercial EE.UU.-China a fin de proveer al país norteamericano de productos que dejó de comprar al ‘gigante asiático’. El reconocimiento de la gastronomía peruana a nivel mundial podría alentar la demanda de los recursos marinos.

### **Impulso**

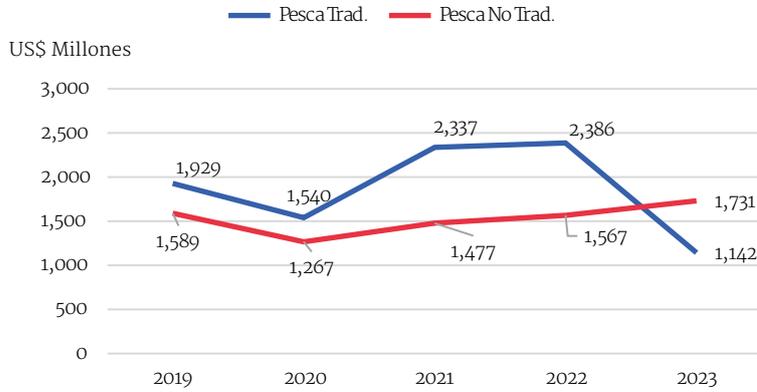
Rodríguez Zunino señaló que la acuicultura es clave en las exportaciones por su aceptación en los mercados internacionales, capacidad de diversificación, aporte de valor agregado, sostenibilidad e impacto positivo en el crecimiento económico y social del país.

Informó que en el 2023 las conchas de abanico congeladas llegaron a 19 mercados entre los que resaltan España, Francia, EE.UU., Bélgica e Italia. En el primer cuatrimestre de este año representaron el 0.33% del total de los despachos nacionales; sin embargo, al ser una gran fuente

#### **DATOS**

- El evento fue auspiciado por Acuivet, BCP, ALS Life Sciences, Innovacua, ERE y Billex; y contó con el apoyo de Hilton Garden Inn Miraflores.
- También se recomendó atender nuevos canales, como los Hoteles, Restaurantes y Cafeterías (Horeca).

### EXPORTACIONES PESQUERAS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES



Fuente: Aduanas - ADEX Data Trade  
Elaboración: ADEX

de alimentación tienen un mayor potencial.

Recordó que según la proyección de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), los productos pesqueros y acuícolas crecerían a una tasa anual de 1.2% entre el 2021-2030, alcanzando los 201 millones de toneladas al 2030.

#### Calidad peruana

De acuerdo con la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

(PromPerú), la aceptación de los productos hidrobiológicos se debe a la valorización de su calidad sobre otros competidores. En el 2023, Perú fue el primer productor y exportador mundial de harina y aceite de pescado.

También el segundo de calamar y pota procesados, filetes congelados de trucha y anguila; tercero de conchas de abanico y erizo congelados; cuarto de ovas de pez volador congeladas y anchoas en conserva; quinto de calamares y pota congeladas y filetes secos de pescado, y séptimo de filetes de pescado y jurel congelados.

#### Cifras al 2023

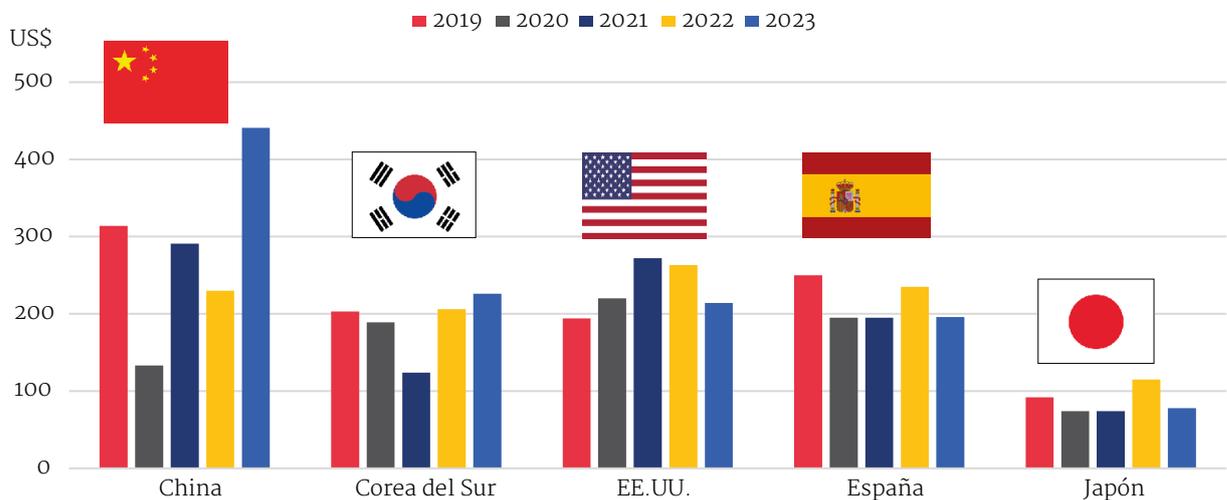
Según cifras del Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, en el 2023 los despachos de pesca tradicional (US\$ 1,142 millones) cayeron en -52.1%, mientras que los no tradicionales (US\$ 1,731 millones) aumentaron en 10.5%.

El ranking de productos no tradicionales fue liderado por la pota congelada (US\$ 609 millones 486 mil) que experimentó un alza de 37.5%, aterrizando en China (alza de 350.6%), España (-5.41%), Tailandia (16.7%), Corea del Sur (4.4.1%) y México (12.4%).

Se sumaron los calamares (US\$ 233 millones 516 mil), langostinos (US\$ 118 millones), camarones (US\$ 117 millones), jurel (US\$ 78 millones 485 mil) y conchas de abanico (cerca de US\$ 61 millones).

En el periodo analizado, China (US\$ 440 millones 620 mil) fue el principal destino, seguido por Corea del Sur (US\$ 226 millones 382 mil), EE.UU. (US\$ 213 millones 762 mil), España (US\$ 195 millones 553 mil) y Japón (US\$ 77 millones 512 mil). Costa de Marfil, con un alza de 149.7%, destacó por su alta tasa. Ocupó el 7º lugar. **S.C.C.**

### PRINCIPALES MERCADOS DE LA OFERTA PESQUERA CON VALOR AGREGADO



Fuente: Aduanas - ADEX Data Trade  
Elaboración: ADEX

Trabajo conjunto del sector público y privado

# POR UN SECTOR ARTESANAL MÁS DESARROLLADO



Los envíos de artesanía peruana superaron los US\$ 39 millones 462 mil en el 2023.

Con el propósito de promover los envíos de artesanía peruana, mejorar su competitividad y visibilidad en el exterior, y abrir nuevas oportunidades, la Asociación de Exportadores (ADEX), en el marco del Consejo Nacional de Fomento Artesanal (Conafar), impulsó la instalación de la ‘Comisión de trabajo para posicionar la artesanía en el mercado exterior’.

El grupo de trabajo, creado el 30 de abril del 2024, está conformado por representantes del Ministerio de la Producción (Produce), Ministerio de Comercio Exterior

y Turismo (Mincetur), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) y del Comité de Artesanías de ADEX.

En la primera reunión se abordaron diversos problemas como la reducción de las exportaciones, la disminución de la presencia de las empresas en las principales plataformas comerciales en el exterior, entre otros, por lo que se determinó la necesidad de involucrar a las distintas instituciones participantes a fin de superar dichas barreras.

“Es importante trabajar en la formalización de los artesanos y advertir las circunstancias que pueden afectar el correcto desarrollo de sus actividades”, indicó el director de la Dirección de Desarrollo Artesanal del Viceministerio de Turismo, Rusbel Hernández Castro.

Agregó que por ello realiza acciones conjuntas con ADEX, con la intención de superar las brechas existentes, algunas de ellas son la dificultad de los artesanos de trasladar sus productos –se requiere la colaboración de los gobiernos regionales y locales–; y la capacitación de los funcionarios públicos.

“Ellos tienen las competencias para realizar actividades de articulación en beneficio de esta actividad; sin embargo, no la realizan de forma adecuada”, comentó.

Por su parte, el presidente del Comité de Artesanías de ADEX, Orlando Vásquez, comentó la necesidad de revalorizar esta cadena productiva y fortalecer los niveles de calidad exigidos por los mercados.

“Debemos crear lazos de confianza que vinculen a los artesanos con las empresas exportadoras. De igual manera, es trascendental fomentar su participación en actividades de articulación comercial”, acotó.

### Feria

El representante gremial mencionó la feria ‘Ambiente 2025’, a realizarse en febrero del próximo año en Frankfurt (Alemania), por lo cual este grupo de trabajo delineó una serie de actividades, entre ellas la identificación de empresas exportadoras y de artesanos con características mínimas que permitan un encadenamiento productivo.

Asimismo, se construyó una base de datos de diseñadores a quienes se les pedirá acompañar

## ADEX impulsa la 'Comisión de trabajo para posicionar la artesanía en el mercado exterior'.

las acciones de mejora de la oferta peruana y se identificará a un gestor comercial que informe sobre la logística que se necesitará durante el evento.

La feria reúne a más de 4 mil 500 expositores de todo el mundo, quienes exhiben bienes dedicados al hogar, regalos, decoración y muebles, destacando el diseño, la creatividad y la sostenibilidad.

### Reactivación

Como parte del apoyo estatal a esta actividad, el Mincetur, a través de su Dirección General de Artesanías (DGA), informó sobre

**EL DATO**

En el siguiente link podrá visualizar las actividades del sector artesanía como ferias, concursos públicos, reconocimientos, entre otros: [www.artesaniasdelperu.gob.pe](http://www.artesaniasdelperu.gob.pe)

el concurso ‘Somos Artesanía 2024’, que otorgará subvenciones económicas no reembolsables para cofinanciar capital de trabajo a artesanos peruanos.

Esta iniciativa está dirigida a artesanos, asociaciones, cooperativas y empresas dedicadas a este rubro. Los postulantes deben tener inscripción en el Registro Nacional del Artesano (RNA) y en el Registro Único de Contribuyente (RUC) con estado y condición de contribuyente activo y habido, además de otros requerimientos señalados en las bases del concurso. **J.F.P.**

## ACUERDOS DE LA COMISIÓN DE TRABAJO

Entre los acuerdos establecidos en la primera sesión de la ‘Comisión de trabajo con el objetivo de posicionar la artesanía en el mercado exterior’, se pueden mencionar:

- Promover la institucionalidad del observatorio denominado ‘InfoArtesanía’ como una herramienta de gestión de información en materia de artesanía.
- Con el objetivo de realizar un trabajo coordinado y planificar las actividades del 2025, la Dirección General de Artesanías (DGA) emitirá documentos formales a los gobiernos regionales y locales.
- Evaluar la realización de una sesión descentralizada del Conafar, sujeta a evaluación presupuestal.
- Creación de una ‘Comisión de Trabajo Permanente’, que promueva el posicionamiento de la artesanía peruana a nivel internacional.
- Aprobar la participación en la feria ‘Atlanta Market at AmericasMart’, a fin de fomentar el contacto comercial con compradores foráneos.

Uno de los desafíos de la región es garantizar la disponibilidad del recurso hídrico

# AGROEXPORTACIONES DE ICA LIDERAN LA OFERTA PERUANA



**C**on una extensión de 21 mil 328 km<sup>2</sup> y más de 282 mil habitantes, Ica se posicionó en el 2023 como la mayor región exportadora del Perú, sin contar Lima y Callao, al superar los US\$ 7 mil 362 millones. Su oferta se constituyó principalmente por productos de la minería, la agroindustria e hidrocarburos.

Según el Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, el año pasado experimentó un crecimiento de 8% en comparación con el 2022, representando el 14.8% del total

de envíos peruanos. El sector primario ascendió a US\$ 4 mil 777 millones y el no tradicional a US\$ 2 mil 584 millones.

Entre enero y abril del 2024, las agroexportaciones iqueñas con valor agregado sumaron US\$ 775 millones 554 mil, concentrando el 29% del total nacional (US\$ 2 mil 708 millones). Su partida líder fue la uva (US\$ 444 millones 786 mil), aunque sufrió una disminución de -12.6% con relación al mismo periodo del 2023 (US\$ 508 millones 704 mil).

La palta (US\$ 84 millones 675 mil) mostró un notable incremento

del 143%. Le siguieron las demás frutas o frutos secos (US\$ 54 millones 579 mil), espárragos frescos (US\$ 24 millones 914 mil) y arándanos (US\$ 23 millones 157 mil).

Respecto a los mercados, EE.UU. lideró el ranking con US\$ 312 millones 421 mil (40% de participación). El segundo lugar lo ocupó Países Bajos (US\$ 111 millones 236 mil), seguido de México (US\$ 57 millones 480 mil), España (US\$ 54 millones 984 mil) y Hong Kong (33 millones 791 mil).

## Retos y oportunidades



Con una participación de 49.3%, EE.UU. fue el principal mercado de las uvas provenientes de Ica en el primer cuatrimestre del 2024.

## **Las agroexportaciones de Ica tuvieron un crecimiento promedio de 10.5% en los últimos 5 años.**

Por su ubicación en una zona desértica, Ica enfrenta desafíos significativos relacionados al recurso hídrico, sobre todo por el uso continuo de los acuíferos subyacentes de sus valles. A pesar del aporte del Sistema Choclococha (deriva aguas de la cuenca alta del Río Pampas), el agua no satisface las necesidades de la región.

Ante esta situación, su Gobierno

Regional impulsa el proyecto 'Siembra y Cosecha de Agua', que contempla la construcción de reservorios capaces de almacenar más de 358 mil m<sup>3</sup> de agua, que nutrirán los sistemas tecnificados para regar los pinos que en unos años reforestarán las zonas intervenidas.

Por otro lado, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

### **EL DATO**

Los centros poblados San Javier, Chiquerillo, San Juan, La Merced, Lacra, Nueva Esperanza, Cabildo y La Legua del distrito nasqueño de Changuillo se verán beneficiados con la construcción de las plantas de tratamiento de aguas residuales y ampliación del servicio de alcantarillado que el Gobierno Regional de Ica inició en abril pasado.

(Midagri) creó en abril último el Consejo de Recursos Hídricos de la Cuenca Interregional Tambo-Santiago-Ica, el cual planifica, articula y gestiona medidas con el objetivo de conservar las fuentes naturales de agua, contribuyendo así a una mejor gestión hídrica.

### **Sostenibilidad**

En el marco de su 50° aniversario, ADEX estuvo presente en Ica en el 2023. La agenda de trabajo de los miembros del Consejo Ejecutivo y Directivo incluyó reuniones con autoridades del Gobierno Regional y la Cámara de Comercio, Industria y Turismo.

También se desarrolló la conferencia 'Exportando sueños', en la cual el gremio resaltó la fuerza de la micro y pequeña empresa (mypes) en el crecimiento económico regional y su deseo de una descentralización donde los grandes proyectos no se paralicen y continúen su rumbo, asegurando que las exportaciones sigan prosperando por el bienestar de la ciudadanía.

Finalmente, se realizaron recorridos en las instalaciones de las empresas asociadas al gremio, las cuales compartieron sus medidas de sostenibilidad a fin de aportar al desarrollo de la región, como el reciclaje y tratamiento de agua y el ahorro de energía.

**S.C.C.**

Es un interesante destino para los productos peruanos

# COREA DEL SUR OFRECE GRANDES OPORTUNIDADES



Seúl, capital de Corea del Sur, es una ciudad cosmopolita con más de 10 millones de pobladores.

**E**ntre 1960 y 1990 la economía de Corea del Sur avanzó de forma rápida gracias a su industria orientada a la exportación, un modelo empresarial basado en grandes conglomerados con presencia en distintos sectores y a una fuerza de trabajo altamente calificada. En el 2023 creció 1.4% y según el Fondo Monetario Internacional

(FMI) este año lograría una tasa de 2.3%.

El jefe de Estudios Económicos e Inteligencia Comercial del Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores CIEN-ADEX, Gabriel Arrieta Padilla, refirió la existencia de varias oportunidades que Perú podría aprovechar y así mejorar el intercambio comercial con esa nación asiática.

“Lo primero es implementar políticas de innovación, financiamiento y capacitación e incentivar el uso de nuevas tecnologías, como el comercio electrónico. De esta forma se reducirá la distancia física y nos acercaremos a estos consumidores” dijo.

Detalló que tras la puesta en vigencia del acuerdo comercial entre ambos países (agosto del

2011), la oferta peruana se benefició con la reducción arancelaria, pero esto debe complementarse con el trabajo de las oficinas comerciales en la identificación de nuevas ventanas y del Senasa (Servicio Nacional de Sanidad Agraria) en la agilización de los protocolos sanitarios. “Son una ventaja comparativa frente a otros competidores”, puntualizó.

También se requiere conocer las tendencias de los clientes surcoreanos. Según Euromonitor, presentan una alta sensibilidad en temas de marca, valoran la calidad, están dispuestos a pagar por ello y valoran el servicio post venta. Asimismo, tienen un especial interés en productos que beneficien la salud.

“Son demandantes, perfeccionistas, buscan bienes diferenciados y son abiertos a probar nuevas marcas, lo que genera desafíos a los exportadores peruanos por lo que deben mejorar la calidad de su portafolio”, apuntó.

**Mirada a futuro**

En opinión de Arrieta, incrementar el comercio bilateral será posible

luego de elaborar una estrategia articulada, usando la tecnología, basada en el uso de datos, el internet 5G y la inteligencia artificial.

“En ese contexto es imperativo capacitar más a las micro y pequeñas empresas e incentivar un mayor acercamiento a las compañías coreanas a través de misiones y ferias internacionales”, sostuvo.

Añadió que las empresas peruanas, en particular las microempresas, subutilizan los acuerdos comerciales debido a la falta de competitividad y conocimiento sobre los procedimientos administrativos, como las reglas de origen, emisión de certificados y la existencia de altos costos de cumplimiento.

Recordó que, en Corea del Sur, la palta peruana tiene un arancel de 0% desde el 2013, al igual que la uva desde el 2015. Otros como la yuca y el camote fresco (con aranceles base de 887.4% y 385%, respectivamente) o los dátiles y guayabas (arancel base de 30%) se liberarán hacia el 2026 y requieren sus propios protocolos sanitarios.

Precisó que es uno de los países con mayor índice de consumo de productos marinos con un promedio per cápita de entre 55 kg. y 77 kg. por año. Perú, por su parte, le exporta jibias y langostinos.

“Las oportunidades futuras estarán basadas en la complementariedad de ambas economías; por ello, es vital desarrollar estudios profundos que nos permitan obtener un mayor conocimiento sobre las nuevas y futuras tendencias del consumidor coreano”, concluyó Arrieta Padilla.

**EL DATO**

Según el FMI, en los próximos años, Corea del Sur focalizará sus esfuerzos en aumentar la productividad de su sector industrial de alta tecnología con mejoras en la automatización de procesos y la atracción de inversiones en maquinarias, también incentivará la innovación, engarzados en el plan gubernamental Korean New Deal (KND) que guiará su camino en los próximos 100 años.



ADEX Instituto

# IMPULSANDO EL TALENTO PERUANO EN COMERCIO EXTERIOR

**A**DEX Instituto, reconocido por su especialización en comercio exterior, reafirma su compromiso con el desarrollo profesional de sus estudiantes a través de 'Talento ADEX' y 'Mi primer empleo'. Estos programas no solo facilitan la incorporación de los estudiantes en las principales empresas peruanas, sino que también promueven la mejora de perfiles profesionales altamente demandados en el comercio exterior.

Sobre 'Talento ADEX', el director general de los Centros Académicos de ADEX, Salutar Mari Loardo, señaló que fue diseñada exclusivamente para las empresas asociadas al gremio exportador. "Actualmente cuenta con 30 estudiantes y egresados realizando prácticas en importantes empresas de sectores productivos como agroindustria, manufacturas, servicios y extractivas", dijo.

Estos talentos –prosiguió– representan una fuerza laboral emergente que contribuye directamente a la eficiencia y el crecimiento de las empresas exportadoras. 'Talento ADEX' se creó en respuesta a la creciente demanda de talento especializado en comercio exterior".

Asimismo, las empresas participantes disfrutan de



Salutar Mari manifestó que ADEX Instituto brinda sólida educación y visión empresarial con los cuales se asegura el éxito de sus egresados.

**“El programa ‘Talento ADEX’ se posiciona como el principal vínculo entre ADEX Instituto y las corporaciones exportadoras, contribuyendo al desarrollo del ecosistema del comercio internacional desde la educación y la empleabilidad”.**

*Salutar Mari Loardo*

múltiples beneficios adicionales en el propósito de fortalecer su capital humano. Por ejemplo, el monto pagado por la empresa a los seleccionados puede ser

canjeado por estudios en ADEX Global Learning. “Les permite invertir en la formación continua de sus colaboradores con diplomados, cursos cortos

y talleres, fomentando así un ciclo constante de aprendizaje y mejora en sus equipos”, añadió.

Respecto a ‘Mi primer empleo’, el propósito es promover la empleabilidad en jóvenes sin experiencia, pues facilitar su acceso a ofertas laborales en empresas que buscan competencia, priorizamos su capacitación integral con el propósito de potenciar sus habilidades blandas a nivel personal y profesional.

“Tenemos alianzas estratégicas con empresas como Burger King, Konecta, KFC, Chilli’s, Starbucks, Pizza Hut y Teleperformance Group. En una primera etapa se beneficiarán 100 estudiantes y la meta es llegar a 400 alumnos”, aseguró.

### Grandes oportunidades

Salutar Mari comentó que entre sus estudiantes también están los integrantes de empresas familiares, como es el caso de Brando Bustamante, egresado de la carrera de Negocios Internacionales, quien utilizó su formación académica como un impulso en el crecimiento del negocio familiar, Bust Carcopal.

Esta empresa se dedica a la fabricación de empaques y derivados, y gracias a la preparación recibida en ADEX, logró posicionarse como proveedor de marcas reconocidas como Bruno Ferrini, Mura, Madmen, Spiel, entre muchas otras.

“Estudiar negocios internacionales con los mejores especialistas en comercio exterior me ha proporcionado una formación completa. Abarca desde logística, administración, negocios y mucho más. Ser egresado de ADEX Instituto fue crucial en mi éxito. El mundo está lleno de oportunidades esperando ser aprovechadas”, explicó Bustamante

## EMPRESAS PARTICIPANTES

Industrias Nettalco  
Bestcon  
Gastaldi Perú  
Gamma Cargo  
Inversiones y Proyectos Sectoriales del Perú  
Molinos Asociados  
Kiwa  
Mikhuna Peruvian Foods  
Soldex  
Laboratorios AC Farma  
DHL Express  
Frigoríficos y Procesos  
Southern Textile Network

### Clasificación

De acuerdo a la jefa de Empleabilidad y Emprendimiento de ADEX Instituto, Sandra Meyer, el objetivo de ADEX Instituto es mantenerse como una entidad que facilita la rápida inserción laboral de nuestros estudiantes; por ello no solo actúan como intermediarios entre estudiantes, egresados y empresas; además preparan al alumno a fin de cumplir con las competencias exigidas en el mercado laboral actual.

“Garantizamos que los estudiantes obtengan una oportunidad laboral y sobresalgan en sus tareas asignadas. Por ello, contamos con una encargada coordinar y gestionar con los egresados, una coordinadora de

vinculación empresarial a través de convenios y una responsable de gestionar la selección de pasantes y practicantes preprofesionales”, indicó.

Hasta abril del 2024, más de 225 egresados participaron en programas de conexiones profesionales, donde se preparan en competencias de empleabilidad. “El desempeño de nuestros estudiantes y egresados refleja la imagen de nuestra institución”, finalizó. **F.H.Q.**

#### EL DATO

Mayores informes, contactar a Sandra Meyer:  
sandra.meyer@adexperu.edu.pe  
(955135334).

## IMPULSO DE COMPETENCIAS DIGITALES

En ADEX Instituto también se impulsa el desarrollo de competencias digitales. Por ello a fin de conocer la importancia de aplicar la tecnología en los negocios, los alumnos de las diversas carreras de ADEX Instituto visitaron la Sala de Prototipado 3D Tech Experience Lab de la Universidad Nacional Agraria la Molina.

La experiencia en laboratorios y exposición a tecnologías avanzadas, como la programación, la electrónica y el modelado 3D, permite a los alumnos desarrollar habilidades digitales que son cruciales en el entorno empresarial moderno pues fomenta la innovación y la creatividad.

Comprometidos con la excelencia profesional de los exportadores

# ADEX GLOBAL LEARNING FIRMÓ CONVENIO CON EUDE BUSINESS SCHOOL DE ESPAÑA



Director académico de ADEX Global Learning, Antonio Alvarado.

Con la suscripción de un convenio con EUDE Business School de España, ADEX Global Learning, anteriormente conocido como ADEX Educación Continua, reafirmó su compromiso con la

profesionalización de quienes están inmersos en el comercio exterior y comprometidos con la recuperación del sector y del país

“Esta alianza reforzará nuestra oferta académica y permitirá a

los exportadores estar al tanto de las tendencias globales, permitiéndoles mantenerse a la vanguardia. Buscamos ser la mejor opción identificando las necesidades de nuestros

agremiados y de las empresas del rubro”, señaló el director académico de ADEX Global Learning, Antonio Alvarado.

Indicó que los diplomados tendrán el respaldo de EUDE Business School. Estos son el Diplomado Internacional de Comercio y Negocios, Diplomado Internacional de Agroexportaciones, Diplomado Internacional de Logística y Operaciones, Diplomado Internacional de Gestión y Operatividad Aduanera, Diplomado de Marketing Digital y Diplomado de Administración Estratégica.

Luego de precisar que es la primera de una serie de actividades con esta institución educativa de renombre, comentó que se está planificando actividades adicionales como la creación de *webinars*, cursos compartidos y el intercambio de investigaciones económicas sobre América Latina.

### Innovación

Alvarado sostuvo que con una perspectiva renovada y alineados con el perfil del futuro, ADEX Global Learning incursiona en nuevas especialidades, pues el exportador necesita explorar y acceder a más conocimientos.

En ese sentido, ofrece cursos de inteligencia artificial para la cadena de suministros, gestión comercial y ventas, *dropshipping* para emprendedores, representante de ventas agro, liquidador de despacho aduanero, importación estratégica, entre otros.

Resaltó que la oferta académica también incluye la especialización como representante aduanero, alta especialización en comercio y negocios e importaciones, alta especialización en comercio y negocios y agroexportaciones, alta especialización en comercio y negocios y logística internacional, y alta especialización en comercio



ADEX Global Learning ofrece la modalidad de estudio híbrida HYFLEX.

**“ Nuestra visión es brindar la mejor plataforma de capacitación del profesional de negocios internacionales peruano a fin de identificar y potenciar su desarrollo”.**

**Antonio Alvarado.**

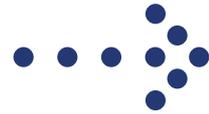
y negocios y operatividad aduanera.

Afirmó que mediante ADEX Global Learning, la Asociación de Exportadores (ADEX) fortalece su compromiso con la educación y el desarrollo de profesionales de negocios internacionales

buscando impactar en la economía regional y nacional. “El gremio es un actor clave al proponer normativas proexportadoras, analizar las políticas públicas y mantener una continua relación con los *stakeholders*”, concluyó.

**S.C.C.**

# ESTRATEGIA COMERCIAL PARA EL INGRESO ONLINE EFICIENTE A EE.UU.



**I**ngresar a EE.UU. requiere una planificación estratégica y una ejecución meticulosa. Los empresarios que desean vender de forma *online* deben comprometerse con cada paso del proceso en su propósito de asegurar que sea exitosa y sostenible en este mercado dinámico y competitivo.

Según el CEO de SmartBrands, Luis Miranda, son varios los aspectos clave para una entrada efectiva a este destino. “Es esencial realizar previamente la elección de un banco norteamericano y conocer la normativa operativa y logística; y luego diseñar una estrategia comercial adecuada en la internacionalización”, sostuvo.

De igual forma, adaptar los activos digitales a fin de mejorar el marketing, optimizar la experiencia del usuario (UX), asegurar la compatibilidad tecnológica y fortalecer la identidad de marca. “Captar clientes potenciales es crucial si desea aumentar las ventas, expandir el mercado y establecer una presencia en un entorno competitivo”, dijo.

En esa línea, señaló que el manejo de una base de datos mejorará la relación con clientes y proveedores, optimizará las estrategias de marketing y aumentará la eficiencia operativa. Además, una negociación efectiva permitirá reducir costos, asegurar calidad y fortalecer la posición competitiva.

“Aquí tener una página web o un *e-commerce* es esencial por su capacidad de ampliar el alcance, aumentar la credibilidad y facilitar acciones de marketing. Estos factores combinados son una ventaja significativa en el mercado actual”, agregó.

## Obtención de leads

Una de las principales acciones y más inmediatas para obtener leads (clientes o proveedores) es la ejecución de campañas de publicidad pagada (PPC). Los canales favoritos en las cuales realizarlas son: Facebook, Instagram, LinkedIn y Google.

Otras efectivas son las ferias y misiones empresariales. “Dependiendo de las necesidades y el rubro al que pertenezca la

empresa, se puede optar por asistir como asistentes o participar con un stand”, afirmó.

A fin de reducir costos de transporte y logística, recomendó el uso de un *warehouse* (espacio físico en donde se ordena toda la mercadería) en el país de destino. “Al contar con almacenamiento local, los tiempos de entrega son más rápidos, mejorando la satisfacción del cliente. Asimismo, ofrece una ventaja competitiva al establecer una presencia física y adaptarse a las exigencias del mercado local”, detalló.

Indicó que plataformas como Amazon y eBay son claves. “Los beneficios de trabajar con Amazon incluyen acceso a más plazas globales, almacenamiento, empaquetado y envío, Amazon Prime y diversificación de productos”.

Luis Miranda informó que su empresa brinda un servicio de apoyo en todo ese proceso, por lo cual ha desarrollado un plan integral para la expansión digital en EE.UU., el cual abarca desde la apertura hasta la implementación de una estrategia comercial robusta. **F.H.Q.**

## IMPORTANCIA DE TENER PÁGINA WEB Y USAR E-COMMERCE

Amplía el alcance:



Permite llegar a una audiencia más amplia

Aumenta la credibilidad:



Genera confianza entre los

Facilita acciones de marketing:



Implementa estrategias efectivas para atraer y

Reduce costos:



Optimiza los recursos al centralizar las operaciones

Productos agrícolas frescos en la mira

# EXAMINANDO LA LEY FSMA



La Ley de Modernización de la Inocuidad de los Alimentos (FSMA, por sus siglas en inglés) revolucionó la manera en que se manejan y supervisan los productos comestibles que ingresan a EE.UU. Esta normativa tiene un impacto profundo en los exportadores peruanos de productos agrícolas frescos, quienes deben adaptarse a un riguroso marco regulatorio para asegurar la entrada y permanencia de su mercadería.

Existen 2 normas que son particularmente relevantes para ellos: la Norma de Seguridad de los Productos Frescos (Produce Safety Rule) y la Norma de Programas de Verificación de Proveedores Extranjeros (FSVP).

La primera establece requisitos mínimos para la cosecha, embalaje, almacenamiento y transporte de frutas y verduras. Además, impone controles estrictos sobre el uso de agua en contacto con los cultivos, la gestión del estiércol y otras enmiendas de suelo, la higiene de los trabajadores y la limpieza de equipos y herramientas.

La segunda (FSVP) solicita que los importadores estadounidenses verifiquen que los alimentos satisfagan los estándares de seguridad. Esto significa proporcionar documentación exhaustiva que demuestre el cumplimiento con las regulaciones de la FSMA, incluyendo auditorías de terceros, certificaciones y otros procedimientos que aseguren la inocuidad de los productos.

## Adaptación

En opinión del experto de la Administración de Alimentos



*La FSMA ha establecido un marco riguroso que los productos agrícolas frescos deben cumplir para acceder al lucrativo mercado estadounidense.*

y Medicamentos (FDA), Óscar Galagarza, las empresas peruanas deben implementar sistemas fuertes de gestión de la seguridad alimentaria, como los análisis de riesgos y puntos críticos de control (HACCP).

“Será fundamental capacitar al personal en prácticas de higiene y manipulación segura de alimentos y mantener registros detallados de todos los procesos”, dijo durante su ponencia en el FDA Summit

2024, evento organizado por la Asociación de Exportadores (ADEX), la FDA, Senasa y Protec.

Trabajar con asesores y consultores especializados en estas normativas –prosiguió– puede facilitar el cumplimiento y reducir los riesgos de incumplimiento que podrían resultar en la detención de artículos o su rechazo.

“A pesar de los desafíos, lograr los requisitos de la FSMA no solo asegura el acceso al mercado de EE.UU., sino que también mejora la calidad y seguridad de los productos, beneficiando a los consumidores y fortaleciendo la reputación de los exportadores peruanos en el ámbito internacional”, concluyó. **J.H.R.**

## EL DATO

La FSMA fue promulgada en el 2011 por la FDA de EE.UU.

## Lecciones seguras

# ¿CÓMO GARANTIZAR UN ENTORNO ONLINE SEGURO EN LAS EMPRESAS?



Para afianzar que los exportadores operen en un entorno en línea seguro, se llevó a cabo la charla 'Mejores prácticas de ciberseguridad en 2024', dirigida por la casa de cambios *online* Rextie y organizada por la Gerencia de Servicios e Industrias Extractivas de la Asociación de Exportadores (ADEX).

El Chief Technology Officer (CTO) de la compañía, Gustavo Pajuelo Pardo, expuso sobre los principales delitos cibernéticos que afectan a las empresas: phishing, ransomware y vulnerabilidades en la nube (ver infografía). "Para mitigar estos riesgos se deben aplicar medidas a fin de identificar brechas de seguridad en los dispositivos de la organización y del personal".

Es fundamental no ingresar a enlaces sospechosos y verificar cuidadosamente su autenticidad antes de hacer clic (los sitios seguros tienen un candado verde en la barra de direcciones). Asimismo, informó que los navegadores emiten alertas sobre páginas peligrosas y recomendó realizar descargas solo de tiendas oficiales.

"El uso de contraseñas únicas y robustas (combinación de números, letras y caracteres especiales) es esencial. Existen herramientas como los gestores de contraseñas y la autenticación de dos factores; y, limitar el acceso a la información solo a usuarios autorizados", puntualizó.

## Recomendaciones

Adoptar estas prácticas y estar continuamente informados sobre las nuevas amenazas y métodos de protección es esencial para mantener un entorno en línea seguro y eficiente. También recomendó realizar evaluaciones regulares de vulnerabilidades, simulacros de incidentes y mantener los sistemas y software actualizados con el objetivo de adelantarse a los ciberdelincuentes.

"Es sustancial que cada persona de la organización entienda los riesgos de no seguir las recomendaciones. Integrar y mantener estas prácticas no solo protege la información de la empresa, también fomenta una cultura de seguridad y responsabilidad entre los colaboradores", resaltó.

En esa línea, recordó que se deben realizar sesiones periódicas sobre temas de seguridad e implementar *tests* a fin de evaluar el conocimiento y preparación del personal ante posibles amenazas; el uso de antivirus como mínimo estándar de protección y programar la solicitud de una contraseña a las computadoras si están inactivas durante más de 5 a 10 minutos. Así como la encriptación de disco (una capa adicional de protección, mucho más difícil de vulnerar que la contraseña regular).

Además, se subrayó la importancia de confiar en entidades certificadas en seguridad (ISO 27001), pues asegura el manejo confidencial de los datos de los clientes.

**S.C.C.**

## PRINCIPALES DELITOS CIBERNÉTICOS

### Phishing:

Método con el cual se induce a las personas a proporcionar sus contraseñas y datos personales a través de enlaces falsos o llamadas telefónicas fraudulentas.



### Ransomware:

Programa dañino que restringe el acceso a archivos o sistemas infectados y exige un rescate monetario para liberar la restricción.



### Vulnerabilidades en la nube:

Desde brechas de datos y amenazas persistentes avanzadas (APT) hasta ataques de denegación de servicio (DoS).



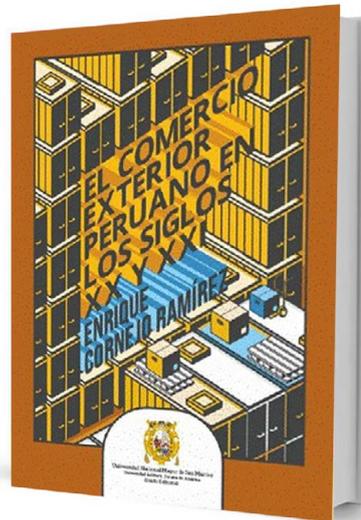
# EL COMERCIO EXTERIOR PERUANO EN LOS SIGLOS XX Y XXI



Por: **Hilda Sara Gayoso Gutiérrez**

Docente ADEX Instituto

***El libro ‘El comercio exterior peruano en los siglos XX y XXI’ de Enrique Cornejo Ramírez ofrece un estudio exhaustivo sobre la evolución, políticas, estructura e impactos del comercio exterior de Perú a lo largo de 121 años que transcurren entre 1900 y 2021. En 596 páginas distribuidas en 16 capítulos, el autor nos habla no solo a través de una visión analítica de los hechos, sino también usando sus propios testimonios como partícipe de los acuerdos internacionales en los que protagonizó un rol crucial.***



Examina las políticas implementadas durante estos periodos, destacando convenciones y tratados de libre comercio que moldearon las relaciones comerciales de Perú con el resto del mundo.

Se estudia detalladamente la estructura del comercio exterior peruano, subrayando la importancia de sectores clave como la minería, la agricultura, la pesca y la manufactura en las exportaciones e importaciones. Se discuten también los cambios en la diversificación de exportaciones a lo largo del tiempo y su huella en la economía nacional.

Cornejo Ramírez analiza su impacto, evaluando su contribución al crecimiento

económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza. Se exploran los desafíos enfrentados por Perú, como la competitividad, la infraestructura logística y la sostenibilidad ambiental, así como las oportunidades para el desarrollo económico sostenible del país.

El autor concluye ofreciendo reflexiones sobre las perspectivas futuras del comercio internacional peruano en un contexto global cambiante, destacando la necesidad de políticas públicas efectivas que impulsen la competitividad y la diversificación de mercados.

Es importante apuntar que el libro cuenta con los prólogos de los exministros de Comercio Exterior y Turismo: Alfredo Ferrero Diez-Canseco, Mercedes Aráoz Fernández y Eduardo Ferreyros Küppers, quienes resaltan la trascendencia de esta publicación como fuente de información obligada sobre la historia del comercio exterior peruano.

#### Referencia:

Cornejo, E. (2023) *El comercio exterior peruano en los siglos XX y XXI*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.



**Andrea Bravo Cárdenas**  
Docente ADEX Instituto

Gracias al megapuerto de Chancay

## **Prometedoras oportunidades en la carrera de negocios internacionales**



**E**n los últimos años, la globalización y los avances en las tecnologías de transporte y comunicación impulsaron de forma significativa el comercio mundial. En este contexto, ambiciosos proyectos de infraestructura, como el megapuerto de Chancay en Perú, desempeñarán un papel fundamental a la hora de facilitar y ampliar las rutas internacionales.

Uno de los principales beneficiarios será la industria de la logística y la cadena de suministro, pues cuando aumenten los volúmenes de las exportaciones e importaciones, habrá una demanda creciente de profesionales capaces de gestionar el movimiento de bienes desde la producción hasta el consumo.

Desde la logística y gestión de la cadena de suministro hasta el financiamiento, el desarrollo empresarial y el

**“  
Los aspirantes  
a estas  
profesiones  
harían bien en  
capitalizar las  
oportunidades  
que el proyecto  
del megapuerto  
de Chancay  
sin duda traerá  
al ámbito  
del comercio  
mundial”.**

cumplimiento normativo, las oportunidades profesionales en esta especialidad son amplias y prometedoras, y prosperarán debido a la necesidad del mercado de optimizar sus operaciones y capitalizar las nuevas rutas comerciales facilitadas por esta terminal.

Con esta expansión surgirá la necesidad de mecanismos financieros sólidos a fin de respaldar las transacciones y mitigar las contingencias como son los instrumentos de cartas de crédito, seguros de crédito comercial y financiación de exportaciones.

Además, los expertos en riesgos desempeñarán un papel crucial en la identificación y gestión de los peligros asociados a esta actividad exportadora, incluidos aquellos políticos, monetarios y de suministro.

A medida que las empresas busquen capitalizar las oportunidades brindadas por el puerto, habrá una demanda creciente de profesionales capacitados en el desarrollo de negocios internacionales, logística, gestión administrativa y marketing internacional. Desde investigación de mercados y planificación estratégica hasta negociación y estrategias de entrada al mercado, estas profesiones serán esenciales para las compañías que tengan la visión de expandir su huella global.

Los profesionales con experiencia en derecho comercial internacional, regulaciones aduaneras y tratados de libre comercio también gozarán de una gran demanda. Ellos garantizarán la ejecución de los marcos legales y regulatorios vigentes. Las carreras en análisis de políticas comerciales, intermediación aduanera y cumplimiento normativo serán fundamentales para las empresas que navegan por las complejidades de este sector.

Es un interesante destino para los productos peruanos

# ADEX Y PROMPERÚ IMPULSAN PRODUCTOS PERUANOS EN ASIA



1.

*En un esfuerzo conjunto, la Asociación de Exportadores (ADEX) y las Oficinas Comerciales de PromPerú en Seúl y ASEAN promovieron la participación de empresas en ferias importantes del continente asiático, posicionando así la oferta peruana en nuevos mercados.*

*En la feria Seoul Food & Hotel 2024 y Thaifex-Anuga Asia 2024 se observó el creciente interés en productos con valor agregado y funcionales derivados de los superfoods, como camu camu, lúcuma y sacha inchi. También destacaron los granos andinos y sus derivados, incluyendo la quinua, chía, castaña y aceite de sacha inchi.*

*Asimismo, las frutas (uvas, mangos y arándanos), hortalizas (espárragos y alcachofas), snacks (chifles, papas fritas y maíz gigante del Cusco) y alimentos marinos (pota, abalón y la merluza).*



2.

1 —

La inauguración del pabellón Perú en la feria Seoul Food & Hotel 2024, el evento más importante de alimentos en Corea del Sur, contó con la presencia del ministro de RR.EE. del Perú, Javier González-Olaechea; el Embajador del Perú en Corea del Sur, Paul Duclós, y representantes de PromPerú y ADEX.

2 —

Un total de 9 empresas peruanas participaron en Thaifex-Anuga Asia 2024, la feria de alimentos y bebidas más importante del sudeste asiático, logrando expectativas de ventas por más de US\$ 6 millones.

3 —

Representantes de 7 empresas peruanas (Alisur, Quality Supplier Foods, Agroindustrias Osho, Fernández S.A.C., FST Group, Glint y SK Organic Fruits) fueron parte de las misiones comerciales a Malasia, Vietnam y Tailandia.



3.

Empresarios participarán en la 7° edición de China International Import Expo (CIIE) en noviembre próximo

## BIENES Y SERVICIOS A CHINA



Con la firma de un Memorando de Entendimiento, la Asociación de Exportadores (ADEX) estrechó lazos con China International Import Expo (CIIE) para fortalecer la presencia de productos y servicios peruanos en este escenario clave. CIIE es uno de los eventos comerciales más importantes de Asia y en su próxima edición a realizarse del 5 al 10 de noviembre próximo, reunirá la oferta de sectores como alimentos, automóviles, industria inteligente y tecnología, bienes de consumo, equipos médicos y productos de salud, servicios, entre otros.

### 1

El presidente de ADEX, Julio Pérez Alván, brindó las palabras de bienvenida, destacando a China como el principal socio comercial del Perú.

### 2

El presidente de ADEX, Julio PérezAlván, y el representante de la 7° CIIE, Ge Hong, posan luego de firmar el MOU.

### 3

Los empresarios mostraron gran interés en la CIIE, a realizarse del 5 al 10 de noviembre en Shanghái.



1.

2.

3.



# Perú en SIAL París

Organizado **con orgullo** por

**ADEX**

**19 - 23 de octubre 2024**

PARC DES EXPOSITIONS  
DE PARIS-NORD VILLEPINTE



Más información

**Clic AQUÍ**



TUS PRODUCTOS  
**CONQUISTARÁN  
EL MUNDO**

Expoalimentaria 2024

**Del 25 al 27 de setiembre**

• Centro de Exposiciones Jockey •



Organizado por:  
**ADEX**  
ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES

¡Adquiere tus  
**ENTRADAS!**

**Clic AQUÍ**



Descubre un mundo de  
oportunidades

# Alcanza tus Metas



## DIPLOMADOS

### Administración Marítima Portuaria

> Inicio: 27 de julio

### Importaciones 360

> Inicio: 27 y 31 de julio

### Gestión y Operatividad Aduanera

> Inicio: 30 de julio

### Comercio y Negocios

> Inicio: 30 de julio  
> Inicio: 04 de agosto

### Agroexportaciones

> Inicio: 01 y 04 de agosto

### Formación de Representante Aduanero

> Inicio: 19 de agosto

### Administración Estratégica

> Inicio: 28 de agosto

### Marketing Digital

> Inicio: 28 de agosto

### Logística y Operaciones

> Inicio: 30 de agosto

### Joyería y Orfebrería para Exportación

> Inicio: 05 de octubre

## CURSOS Y TALLERES

### Gestión Comercial y Ventas

> Inicio: 30 de julio

### Taller de Drawback

> Inicio: 30 de julio

### Comercio Internacional

> Inicio: 30 de julio

### Representante de Ventas Agro

> Inicio: 30 de julio

### Auxiliar de Despacho Aduanero

> Inicio: 31 de julio  
> Inicio: 30 de agosto

### Inteligencia Artificial para la Cadena de Suministros

> Inicio: 30 de agosto

### Liquidador de Despacho Aduanero

> MOD 0: 30 de julio  
> MOD 1: 16 de agosto

### Dropshipping

> Inicio: 31 de agosto

Hasta:

# 30%

de descuento por  
ser empresa asociada



### Nuevos Programas

Inteligencia artificial  
para los Negocios

> Inicio: 30 de julio

**¡Corre, que nuestras  
promociones vuelan!**

[www.adex.edu.pe](http://www.adex.edu.pe)

Escríbenos al:  993 501 665

**ESCRÍBENOS AQUÍ**

(\*) Por pagos al contado. Ver términos y Condiciones en la web

