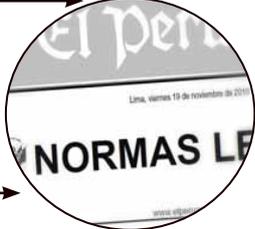


Índice

2	<p>EDITORIAL: GRANDES EXPECTATIVAS EN LA III EXPOALIMENTARIA</p> <p>A pocos días de la realización de la III Expoalimentaria, reflexionamos sobre las condiciones económicas internacionales en las cuales se desarrollará este certamen, que en sus anteriores versiones, ya atrajo el interés de grandes compradores e inversionistas extranjeros. Tenemos la confianza de hacerle frente a esta nueva crisis reforzando nuestras capacidades exportadoras antes que sucumbir frente a las dificultades.</p>	
3	<p>NOTICIAS: CANAL DE CONTROL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reto al futuro. • Alerta Crucial. • ¡Mamma Mía! 	
4	<p>TEMA CENTRAL: EXPORTADORES DE CONFECCIONES PREOCUPADOS POR BAJA EN DEMANDA</p> <p>La coyuntura financiera representa un gran riesgo para los exportadores de prendas de vestir, quienes muestran su preocupación al ver reducir sus pedidos para el último trimestre del año, expresó el presidente del Comité de Confecciones de ADEX, José Luis Peroni. Afirmó que ese sector es uno de los más inclusivos por lo que pide más atención al gobierno.</p>	
5	<p>EL PROTAGONISTA: VENTAS DE ALIEX S.A. CRECERÁN 45% EN EL 2012</p> <p>Alimentos de Exportación (ALIEX), prevé un crecimiento en sus ventas en 45% para el próximo año, manifestó su Gerente General, Javier Meza Cacho. Esta proyección se basa en su estrategia para conquistar nuevos mercados en el extranjero y a la inversión que hizo para modernizar su planta de Lurín.</p>	
6	<p>SÍNTESIS DE NORMAS LEGALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprueban normas técnicas peruanas sobre productos naturales, productos químicos industriales, aceites esenciales y otros. • Convenio Internacional - Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de la República Popular China, ratificado mediante Decreto Supremo. 	
7	<p>GPS GREMIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descentralizando las exportaciones. • Charlas informativas para jóvenes. • Precios de los commodities mantendrán crecimiento. • Visita de misión comercial española. 	
8	<p>LA PÁGINA DEL ASOCIADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nos escriben... • Nuestros asociados en la noticia. 	





GRANDES EXPECTATIVAS EN LA III EXPOALIMENTARIA

Tres sensaciones diferentes se perciben de la actualidad económica. Por un lado existe una incertidumbre creciente porque el panorama internacional continua muy sombrío y sin visos de solución; por otro lado tenemos una expectativa positiva respecto al impulso de un nuevo plan de promoción de las exportaciones que responda al mandato interno de reforzar un modelo de crecimiento inclusivo y a la restricción externa de una contracción de los mercados. Finalmente, entre los empresarios exportadores hay una expresión de seguridad sobre nuestra capacidad para hacer frente a esta coyuntura bastante complicada que nos ha tocado enfrentar, aun cuando nos genera preocupación.

Precisamente, en medio de esta coyuntura se realizará la tercera feria internacional Expoalimentaria 2011 que, sin duda, será un gran termómetro comercial que nos permitirá hacer un balance de la conjunción de las tres percepciones antes señaladas. Recordemos que la Expoalimentaria nace en el contexto de la crisis del 2009 y el éxito que tuvimos entonces nos dejó una lección muy clara: “Si queremos prosperar, debemos mirar nuestras capacidades antes que las dificultades”.

En la Expoalimentaria 2009 tuvimos 6,600 m2 de área de exhibición, este año hemos habilitado 18,000 m2, triplicando así el tamaño de la feria. En la primera oportunidad habilitamos 205 stands; hoy tenemos 540 en los que se exhibirán alimentos de todas las regiones del Perú y de otros países, cuya participación evidencia la importancia y posicionamiento que está alcanzando este certamen.

Hemos pasado de 450 compradores internacionales –que en su momento fue todo un record que superó largamente nuestras expectativas, a cerca de 1,000 de todos los continentes, entre ellos representantes de grandes cadenas de comercialización mundial de alimentos.

La inscripción de visitantes, la colocación de stands, la presencia de consejeros comerciales del Perú en el mundo, las ruedas de negocios y los seminarios especializados, representan una ventana global única en el Perú y de las más grandes de la región. Serán tres días dedicados completamente a las negociaciones comerciales de gran escala. De hecho, este año tenemos la convicción de que se superarán los 140 millones de dólares de negocios cerrados durante la feria.

Volviendo a las tres sensaciones que comentaba al inicio de este editorial. Sobre la crisis económica mundial puedo decir que si hemos logrado atraer el interés de grandes compradores e inversionistas del mundo, entonces mantenemos la confianza de hacer frente la crisis que se cierne a nivel mundial.

Ante las expectativas puestas en la política comercial de la presente administración, podemos decir que la Expoalimentaria es un testimonio exitoso de lo que puede hacer un gremio privado como ADEX con el apoyo de MINCETUR, Cancillería, MINAG, PROMPERU y PROINVERSIÓN. Lo he dicho desde el inicio de mi gestión y lo mantengo: La alianza público-privada es una condición necesaria para impulsar el desarrollo del país.

Finalmente, sobre la confianza que tenemos en la empresa exportadora peruana, la Expoalimentaria será la vitrina en la que propios y extraños podrán comprobar el nivel de competitividad y de profesionalismo que hemos alcanzado. Esas cualidades nos sirvieron para soportar la crisis del 2008-2009 y nos ayudará a resistir un probable nuevo embate.

JUAN MANUEL VARILIAS
Presidente de ADEX

RETO AL FUTURO



Lograr que el 37% de nuestros envíos totales sean con valor agregado es el nuevo reto que los exportadores tienen al 2016, pese a la incertidumbre que existe ante una nueva crisis internacional. Este compromiso se fundamenta luego de que el Premier, Salomón Lerner, señalara que, del total de exportaciones, un 75% son primarias y el 25% restante son No Tradicionales, las cuales genera una mayor cantidad de puestos de trabajo.

Para conseguir tal objetivo es necesario duplicar nuestras oficinas comerciales en todo el mundo y mejorar la capacidad operativa de instituciones como Promperu y los Organismos Públicos Descentralizados como SENASA, ITP y DIGEMID, entre otros, según lo señaló el presidente de ADEX, Juan Varillas. Esperamos que este compromiso llegue a concretarse con el apoyo del sector público.

ALERTA CRUCIAL



Ante la próxima entrada en vigencia de la nueva Ley de Modernización de Inocuidad Alimentaria en Estados Unidos, los pequeños empresarios exportadores peruanos necesitan capacitarse y mejorar sus procesos a fin de no registrar percances, pues, según se supo, el incumplimiento de esas condiciones traerían consigo graves sanciones.

Según informó la gerente de Agro del gremio exportador, Beatriz Tubino, la autoridad americana de inocuidad Food and Drug Administration (FDA) estará facultada a cobrar un costo adicional para una reevaluación de los alimentos que ingresen a su territorio. El monto se incrementará exponencialmente si para ese objetivo el inspector debe viajar al lugar de producción. Sin lugar a dudas esto nos llama a una reflexión sobre la importancia de que las empresas tengan registros, planes preventivos, certificados HACCP y otros más.

¡MAMMA MIA!



Ahora le tocó el turno a Italia, la reconocida agencia Standard & Poor's rebajó la calificación crediticia de ese país de "A+" a "A" debido a sus desfavorables perspectivas de crecimiento e inestabilidad política. Esa medida no hizo más que aumentar la tensión en la endeudada zona euro y presionó a las autoridades a tomar decisiones más drásticas para resolver la crisis.

En opinión de S&P los factores políticos y económicos de esta rebaja giran en torno a las medidas de austeridad del gobierno y una creciente presión al alza en los costos de financiamiento, tanto del sector público como del privado. Todo ello conllevaría a un debilitamiento de su crecimiento.

Octubre

Martes 25 y Miércoles 26



er **ENCUENTRO INTERNACIONAL DE Mujeres EMPRESARIAS DE ÉXITO EN EL PERÚ**

CENTRO EMPRESARIAL DE ADEX
De 8:00 a.m. a 6:00 p.m.

Teléfono: 618 - 3333 [Sindy Marquez Fox](mailto:Sindy.Marquez.Fox) Anexo: 3372 E-mail: smarquez@adexperu.org.pe

INSCRIPCIÓN ONLINE

Presidente del Comité de Confecciones de ADEX, José Luis Peroni

EXPORTADORES DE CONFECCIONES PREOCUPADOS POR BAJA EN DEMANDA

La delicada situación financiera que vive el mundo constituye un riesgo para los exportadores de prendas de vestir, quienes están preocupados al ver reducir sus pedidos para el último trimestre del año, alertó José Luis Peroni, presidente del Comité de Confecciones de la Asociación de Exportadores (ADEX).

Recordó que con la crisis financiera que se inició a finales del 2008 y se extendió durante el 2009, uno de los sectores más golpeados fue el suyo, que vio disminuir sus ingresos en 29% (2009 respecto al 2008). Hoy, a pesar de que la situación se muestra un poco más favorable y a julio último las ventas al exterior se incrementaron en 27% respecto al 2010, todavía no se logra igualar los valores del 2008.

Según cifras del Sistema de Inteligencia Comercial, el acumulado enero-julio del 2011 fue de US\$ 775.6 millones, mientras que en similar periodo del 2008 fue de US\$ 913.6 millones. “Esta situación nos preocupa; si bien las empresas están más preparadas de lo que estuvieron en el 2009, lo cierto es que sería iluso pensar que la crisis golpeará a todos los sectores y no a las confecciones”, comentó.

Expresó que parte de esa preparación fue la mayor diversificación de mercados. A manera de ejemplo, mencionó que hoy día Brasil es un mercado muy importante y que seguirá siéndolo gracias a sus 200 millones de habitantes.

El principal destino de las confecciones peruanas entre enero y julio de este año fue EE.UU. (US\$ 435.7 millones), que aún registra una contracción de 8% respecto al 2008; le sigue Venezuela, Brasil, Argentina, Colombia, Italia y Alemania. Se debe destacar la evolu-



ción de mercados como Brasil y Argentina que crecieron en 140% y 174%, respectivamente.

SECTOR INCLUSIVO

Para Peroni no existe industria más inclusiva que las confecciones, por lo que es necesario que el gobierno le preste más atención a fin de promover su desarrollo y sus exportaciones. Añadió que uno de

los retos es darles mayor valor agregado mediante el diseño y la marca propia.

“El futuro de las confecciones peruanas está ahí (diseño y marca propia). Es más, el valor agregado de la cadena se logrará con la tienda propia. Es decir, los valores se van agregando al algodón en rama que luego se desmota, se hila, se teje, se tiñe, se acaba, se mejora, se diseña, se confecciona, se le pone marca, y se coloca en una tienda. El tolo de la tienda es el último valor agregado”, indicó.

En este punto, Peroni también se pronunció sobre la restricción al ingreso de los hilados de algodón de la India, dijo que afecta la cadena productiva. Por ello, estimó conveniente que se verifique el riesgo de una plaga lo más pronto posible, y que con el resultado se normalice el flujo de importaciones.

Asimismo, insistió que será fundamental la aplicación de medidas transversales que beneficien a todos los exportadores como la creación de un “Incentivo tributario a la reinversión de utilidades” el cual consistiría en reducir a la mitad la tasa del Impuesto a la Renta para destinarlo a la inversión en innovación y capacidad productiva.

También, la “Eficiencia en la administración tributaria”, pues en la actualidad las demoras en la devolución del IGV y el Drawback generan problemas de liquidez y costos financieros a los exportadores, los mismos que ya se ven afectados con el encarecimiento de sus costos de operación en 26.3% debido a la caída del tipo de cambio.



El 70% de su participación se concentra en Lima VENTAS DE ALIEX S.A. CRECERÁN 45% EN EL 2012

Alimentos de Exportación (ALIEX), prevé un crecimiento en sus ventas de 45% para el próximo año, manifestó su Gerente General, Javier Meza Cacho. Esta proyección se basa en su estrategia para conquistar nuevos mercados en el extranjero y a la inversión que hizo para modernizar su planta de Lurín.

ALIEX, con quince años en el mercado, cuenta con una amplia gama de productos como mayonesa, ketchup, mostaza, pulpas de frutas y concentrados de jugos como chicha morada, este último producto, que ya está exportando a EE.UU. (colonia peruana).

Respecto a la distribución y consumo de sus productos en Perú, dijo que Lima concentra el 70% del total, mientras que a provincias envía el 30%. Añadió que sus dos marcas son "Paraíso Tropical" y "Walibí", la primera de ellas es para el mercado industrial y el segundo para la gastronomía gourmet.

"En lo que respecta a Paraíso Tropical nosotros tenemos productos como mostaza y ketchup, mientras que Walibí tiene toda una línea gourmet como mayonesa, salsa de tomate, mostaza, concentrados de jugos, entre otros" señaló.

Luego de indicar que en los últimos cuatro años la empresa creció a un ritmo de 20% anual, Meza Cacho refirió que como parte de su creci-



miento, la empresa elabora salsas de mesa para al supermercado mayorista Makro, que tiene su marco ARO. "Con el tiempo esperamos producir otros productos como ají panca y rocoto", comentó.

Añadió que la maquila que hacen a ese supermercado es muy importante y tiene mucha proyección, pues la intención de Makro es introducir las salsas peruanas a sus sedes de Sudamérica especialmente a Colombia, Chile y Argentina.

Refiriéndose a la proyección en su crecimiento, el ejecutivo comentó que un factor importante es la culminación de su planta de envasado en Lurín, que se dedica al procesamiento de pulpa de fruta y el concentrado de chicha morada.

RUMBO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Indicó que por el momento ALIEX exporta a EE.UU. por montos pequeños, pero que ya tiene contactos con compradores de España, Italia y Asia, que está interesado en el concentrado de chicha morada.

Como una forma de ampliar sus mercados, la empresa participará en la tercera versión de la Expoalimentaria, evento que se realizará del 28 al 30 de setiembre en el cuartel General del Ejército - Pentagón en la que presentarán sus productos de cremas de ají amarillo con huacatay y crema de rocoto.

"Creemos que la empresa se encuentra preparada para conquistar el mercado internacional, por ese motivo ALIEX se preocupa por los temas de calidad y sanidad elementos esenciales que se exige a toda empresa exportadora" finalizó.

EL DATO

► Actualmente la empresa cuenta con una fábrica de 8,000 metros cuadrados en Lurín



SÍNTESIS DE NORMAS LEGALES

NORMAS LEGALES VIERNES 09 DE SETIEMBRE

AGRICULTURA

**Resolución Directoral
N° 154-2011-AG-
SENASA-DIAIA**

Aprueban las Guías de Buenas Prácticas de Producción e Higiene.

RELACIONES EXTERIORES

**Decreto Supremo
N° 103-2011-RE**

Rectifican el D.S. N° 063-2011-RE, sobre ratificación del acuerdo respecto al proyecto "Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina".

NORMAS LEGALES SÁBADO 10 DE SETIEMBRE

OSITRAN

**Resolución
N° 020-2011-GS/
OSITRAN**

Aprueban difusión del proyecto de adecuación del "Reglamento de Atención y Solución de Reclamos de Usuarios" de la empresa concesionaria DP World Callao SRL - DPWC.

NORMAS LEGALES VIERNES 16 DE SETIEMBRE

INDECOPI

**Resolución
N° 35-2011/CNB-
INDECOPI**

Aprueban Normas Técnicas Peruanas sobre productos naturales, productos químicos industriales, aceites esenciales y otros.

CONVENIOS INTERNACIONALES

Entrada en vigencia de la "Enmienda al Anexo I del Acuerdo entre los Gobiernos de la República del Perú y la República de Cuba sobre Mutuo Reconocimiento y Protección de sus Denominaciones de Origen".

NORMAS LEGALES LUNES 19 DE SETIEMBRE

SIERRA EXPORTADORA

**Resolución
N° 046-2011-PE/SE**

Designan al señor Miguel Francisco Cordano Rodríguez como Gerente General de Sierra Exportadora.

RELACIONES EXTERIORES

Convenio Internacional - Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de la República Popular China, ratificado mediante Decreto Supremo N° 092-2009-RE.

28/30
Septiembre 2011



expoalimentaria
Lima, Perú 2011



FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS,
BEBIDAS, MAQUINARIA, EQUIPOS,
INSUMOS, ENVASES, SERVICIOS,
RESTAURANTES Y GASTRONOMÍA

www.expoalimentariaperu.com

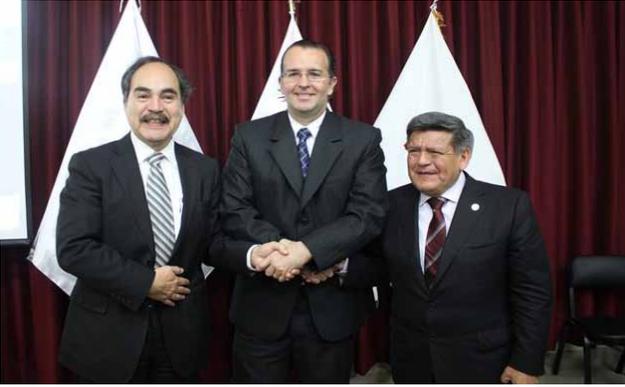


LIMA

CONTACTO:

Central: 618-3333 Anexos: 4206 | 4204

DESCENTRALIZANDO LAS EXPORTACIONES



El pasado 16 de setiembre, alcaldes y gerentes de Desarrollo Económico, Empresarial y Social de los municipios, participaron en el "Programa de municipios pro exportación", en el que se abordaron temas como Desarrollo Asociativo Exportador, Estrategias y Financiamiento de Oportunidades Crediticias, Municipio Productivo y Cooperación Técnica Internacional entre otros.

La cita, inaugurada por el presidente de ADEX, Juan Varillas Velásquez junto al ministro de Comercio Exterior y Turismo, José Luis Silva Martinot y el presidente de la AMPE, César Acuña Peralta, tuvo como objetivo dar una mejor y mayor información a los participantes en general sobre el mejoramiento y desarrollo de productos con potencial exportador.

SEMINARIO SOBRE PRECIOS DE LOS COMMODITIES

La Gerencia de Servicios e Industrias Extractivas de ADEX organizó una reunión con empresas que operan commodities como cobre, plata, oro, petróleo, algodón, café, soya, cacao, azúcar, maíz, arroz, entre otros, para analizar su tendencia en los próximos años.

El mencionado certamen contó con la exposición del experto internacional, Daniel Hepner representante para América Latina de Jefferies Bache Commodities, una de las firmas más importante en el mundo en cobertura de commodities. El experto destacó que a diferencia de épocas pasadas cuando la tendencia de precios se evaluaba por oferta y demanda, hoy en día nuevos factores la definen, particularmente los relacionados al mundo financiero como por ejemplo, la crisis en EE.UU. y Europa.



CHARLAS INFORMATIVAS PARA JÓVENES



Desde hace 27 años el Instituto de Comercio Exterior de la Asociación de Exportadores forma especialistas en el sector comercio, con la finalidad de apoyar al desarrollo de la actividad industrial y económica, formando profesionales altamente competitivos en el sector exportador.

Por ello, todos los meses en la sede de esta institución se realizan charlas informativas para decenas de jóvenes que salen de los colegios en busca de un futuro mejor y en muchos casos optan por seguir la profesión de Administración de Negocios Internacionales que brinda este centro, que el 29 de agosto último cumplió 27 años de vida institucional.

VISITA DE MISIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

El pasado 15 y 16 de este mes siete empresas españolas formaron parte de una misión comercial que la Cámara de Comercio de Almería de España, realizó a nuestra institución, gracias a la coordinación entre PYMEADEX y la Cámara de Exportadores de Santa Cruz (CADEX).

La mayor parte de estas firmas son vinculadas al sector agroindustria, tecnología e infraestructura para el agro, además de construcción, capacitación empresarial de alto nivel y plataformas tecnológicas para internet. En la rueda de negocios estuvo presente Juan Pacheco, presidente del Comité de la Pequeña Empresa de ADEX; Fernando Ruano, Gerente General de la Delegación de Empresarios de Almería; y, Carlos González Mendoza, Gerente de Estudios Económicos de ADEX.



NOS ESCRIBEN...

PERÚ EXPORTA desea acercarse cada vez más a sus asociados, saber lo que piensan y cuáles son sus opiniones. Por ello, esta página está dedicada a ustedes para que nos hagan llegar sus comentarios.

PENDIENTES DE LOS TLC's

Señores de ADEX, este boletín quincenal representa una ventana para conocer diversos temas que son de importancia para los exportadores. Tienen muchas secciones interesantes como la de Síntesis de Normas Legales y los comentarios sobre noticias que marcan la coyuntura económica. Les recomendaría incluir una sección donde solamente se aborden aspectos relacionados a los Tratados de Libre Comercio. Saludos.

Atte.
Máximo Encima Martínez
Gerente General
Pacific Suzuka E.I.R.L.
D.N.I. 09826968

➔ *Estimado asociado, nuestro objetivo principal es mantenerlos al tanto de cualquier noticia que involucre las exportaciones. Estaremos atentos de su pedido para tratar temas sobre los TLC,s. Gracias por escribirnos.*

OPORTUNIDADES EN LA FERIA

Estimados señores de ADEX recibí mis más cordiales saludos. Este material nos llama a evaluar cada suceso que implique el comercio exterior, del cual debemos estar muy pendiente. Por ello, sería muy interesante que incluyeran una sección de análisis sobre precios de mercado. Asimismo, aprovecho la ocasión para expresar nuestra expectativa ante la tercera Expoalimentaria. Estuvimos en las dos primeras ediciones y esperamos que en esta versión



tengamos muchas más oportunidades de concretar negocios con compradores extranjeros.

Atte.
Iona Lazar
Gerente de Marketing
Agro Flex S.A.C.
D.N.I. 324445

➔ *Estimada asociada, sin lugar a dudas la tercera Expoalimentaria traerá muchas oportunidades para los expositores. Estamos seguros que los cientos de compradores internacionales se interesarán por nuestra variada y excelente oferta comercial.*

Estimado Asociado, puede hacernos llegar sus comentarios a noticiasadex@adexperu.org.pe

NUESTROS ASOCIADOS EN LA NOTICIA



RECONOMIENTO EXPORTADOR A INCALPACA TPX

La Asociación de Exportadores reconoció a la empresa arequipeña "Incalpaca TPX" con el "Premio Presidente de la República" por su contribución al desarrollo económico del país.

Dedicada a la producción y comercialización de tejidos de lana de alpaca y prendas de vestir de lana y pelos finos, tiene como sus principales destinos a Estados Unidos, Corea del Sur, Unión Europea, entre muchos otros.

Alois Patthey Kaufmann, representante de la empresa, mencionó que la exportación no solo implica enviar productos, sino tradiciones y cultura. "El desarrollo económico debe ir de la mano con el desarrollo social", mencionó al recibir el reconocimiento por parte del presidente de ADEX, Juan Varillas.

¡FELIZ 25 ANIVERSARIO!

Con una labor que se inició en 1986, la empresa "Arin S.A." celebró el viernes último un año más de vida institucional, reafirmando su compromiso por el desarrollo del sector joyero peruano.

Sus productos, que abarcan diferentes líneas entre las que destacan joyería de oro, plata y bronce, son exportados principalmente a Estados Unidos, América del Sur y Europa.

En su 25 aniversario, su gerente general, Julio Pérez Alván, mencionó que la innovación y diversificación son las claves que llevaron a "Arin S.A." a ser una de las principales empresas de ese sector.

