

Negocios

INTERNACIONALES



EL COMPROMISO ES HOY NO HAY EXCUSAS

VAMOS A RECUPERAR Y RECICLAR EL 100%
DE NUESTROS ENVASES AL 2030



JUNTOS PODEMOS CREAR
#UNMUNDOSINRESIDUOS

COMEXPERU
Sociedad de Comercio Exterior del Perú

PRESIDENTE
Alfonso Bustamante Canny
1º VICEPRESIDENTE
Juan Fernando Correa Malachowski
2º VICEPRESIDENTE
Alonso Rey Bustamante

DIRECTORES SECTOR EXPORTADOR
Minería, Petróleo y Derivados
Augusto Baerti Montori
Agustín de Aliaga Fernandini
Guillermo Ferreyros Cannock
Jaime Fernández-Cuesta Luca de Tena
Oscar González Rocha
Eduardo Hochschild Beeck
Julia Torreblanca Marmanillo
Ivo Ucovich Dorsner
Marilú Wiese Moreyra
Juan Igor Salazar Zanelli

Manufacturas
Carlos Gliksman Latowicka
Enrique Gubbins Bovet
Michael Michell Stafford
Jan Mulder Panas
Raúl Musso Vento
Juan Francisco Raffo Novelli

Pesquero
Alex Fort Brescia
Alfonso García Miro Peschiera
Fernando Romero Belismelis
Gianmarco Tagliarino Rondinelli

Agropecuario
Alfonso Bustamante Canny
Miguel Nicolini de la Puente
José Luis Noriega Cooper

DIRECTORES SECTOR IMPORTADOR
Bienes de Consumo
Juan Fernando Correa Malachowski
Thiago Coelho
Juan Carlos Vallejo Blanco

Bienes Intermedios
Ricardo Cillóniz Champin
Andreas Von Wedemeyer Knigge

Maquinarias y Equipos
Luis Felipe Carrillo Campodónico
Carlos Chiappori Samengo
Oscar Espinosa Bedoya

DIRECTORES SECTOR SERVICIOS
Servicios Financieros
Carlos del Solar Simpson
Alonso Rey Bustamante

Servicios no Financieros
Oscar Caipo Ricci
Ernesto Raffo Paine
Juan Stoessel Florez
Álvaro Valdez Fernández -Baca
Fernando Zavala Lombardi
Humberto Chávez López

GERENTE GENERAL
Jessica Luna Cárdenas

COMEXPERU
Bartolomé Herrera 254, Miraflores, Perú
Telf: 625-7700
negocios@comexperu.org.pe
www.comexperu.org.pe

CONTENIDO

- 04 **EDITORIAL**
Recuperando la confianza
.....
- 06 **20 SEGUNDOS**
algunas cifras de interés
.....
- 08 **EL CAMINO**
hacia una economía circular
.....
- 10 **LA EMPRESA PRIVADA**
como agente de cambio social
.....
- 12 **COMPLETAR EL CÍRCULO:**
los reportes de sostenibilidad en
las Pyme y la economía circular
.....
- 14 **ECONOMÍA CIRCULAR,**
un nuevo factor de competitividad
para Europa y el Perú
.....
- 16 **ECONOMÍA CIRCULAR:**
el despertar de un buen negocio
.....
- 18 **ENTREVISTA**
a Vasco Masías
.....
- 22 **ECONOMÍA CIRCULAR**
EN ACCIÓN,
liderada por la gastronomía peruana
.....
- 24 **ECONOMÍA CIRCULAR:**
un modelo para la sostenibilidad
corporativa
.....

26 BANCO DE ALIMENTOS DEL PERÚ: recuperamos alimentos para llegar a aquellos que aún siguen pasando hambre en nuestro país

.....

28 #MUNDOSINRESIDUOS: ¿y si las botellas de plástico nunca más fueran residuos?

.....

30 LA ECONOMÍA CIRCULAR: el enfoque indispensable para la vida de las empresas y la sociedad

.....

32 OPORTUNIDADES (CIRCULARES) QUE TRASCIENDEN

.....

34 ECONOMÍA CIRCULAR Y TENDENCIA NATURAL

.....

36 ECONOMÍA CIRCULAR: Un nuevo enfoque de desarrollo

.....

38 LA INNOVACIÓN QUE SALVÓ A LA NATURALEZA la está matando

.....

40 ECONOMÍA CIRCULAR: produciendo el futuro

.....

42 Y AHORA, ¿DÓNDE PONEMOS LA BASURA?

.....

Negocios

INTERNACIONALES

Director
Jessica Luna Cárdenas

Co- editores
Rafael Zacnich Nonalaya
Jaime Dupuy Ortiz de Zevallos

Equipo de análisis
Raisa Rubio Córdova
Pamela Navarrete Gallo
Mariana Coronado Sialer
Luis Quispe Sanchez
Sofía Fernández Bonaudi
Émely Condor Ballena
Mercedes Obregón Carrasco
Verónica Arroyo Panta
Shirley Ramos Velasquez

Publicidad y Suscripciones
Edda Arce de Chávez

Colaboran en este número
Lia Celi
Pipo Reiser
Daniel Vargas
Vasco Masías
Makro-Perú
Benjamín Dulanto
Adriana Quirós
Guillermo Vidalón
Marco Antonio Mejía
Jorge Ueyonahara
Diego Mellado
Karen Trujillo
Petra Schwager
María Paz Cigarán
Gonzalo Muñoz
Sandra Alencastre
Carla Ledesma
Mari Loli Camarero
Julio Guadalupe
Eduardo García-Godos
Manuel Quiroga
Gonzalo Bernal
Vivian Paredes

Diseño y Diagramación
Eliana García Dolores

Fotografía
Jesús Ordoñez Churata
Banco de imágenes Stock.XCHNG

Corrección
Ángel García Tapia

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 15010397-1662

COMEXPERU no se solidariza necesariamente con las opiniones vertidas en los artículos de Negocios Internacionales. Prohibida la reproducción parcial o total del contenido de esta revista sin autorización escrita de la Dirección.

44 CREANDO LA INFRAESTRUCTURA para la economía circular en APEC

.....

46 EL ACTIVO MÁS VALIOSO DEL PERÚ: sus ecosistemas y biodiversidad, piezas clave para el desarrollo sostenible

.....

48 LA IMPORTANCIA DE LOS CONTRATOS en las operaciones de comercio exterior

.....

50 LA NUEVA RUTA DE LA SEDA: Chancay-Shanghái

.....

52 ¿QUÉ ÁNGULOS TÉCNICOS hay que reforzar para tener un análisis de impacto regulatorio de calidad?

.....

54 APUNTES PARA el diseño de un paisaje legal del comercio electrónico transfronterizo de bienes no digitales en el Perú

.....

56 A MAYOR BUROCRACIA, ¿mejor protección ambiental? Parte II

.....

58 DATOS & NOTAS

.....

60 ESTADÍSTICAS Resultados enero-abril 2019

.....

RECUPERANDO LA CONFIANZA

La confianza, según el diccionario de la Real Academia Española, se define como “la esperanza firme que se tiene de alguien o algo” o “la seguridad que alguien se tiene de sí mismo”. Y, sin embargo, este concepto está hoy muy alejado de nuestro ambiente político y hasta económico, ya que es precisamente esta incapacidad de creer en el otro lo que explica la espiral de conflictividad política y sus efectos en la desaceleración económica.

En lo político, si bien se “cerró” un capítulo, o por lo menos se alcanzó una aparente tregua con el otorgamiento de la confianza por parte del Congreso de la República al Ejecutivo, sobre las propuestas de reforma política, ello habría sido impulsado por un espíritu de supervivencia. Es fundamental iniciar un nuevo capítulo, dejando de lado la lucha de poderes y poniendo por delante los intereses del país a los particulares o políticos. Urge que el Gobierno –Legislativo y Ejecutivo–, dé señales de confianza al ciudadano, que le permita recuperar la credibilidad en el aparato público. Las consecuencias de no hacerlo pueden ser muy graves, ya que podrían situar al país al borde del abismo.

En lo económico, el Perú tiene una inmensa oportunidad, y solo si salimos de la parálisis en la que nos encontramos podremos generar beneficios para la población. Urge un liderazgo económico que permita tener confianza en los sólidos fundamentos macroeconómicos, en la red de acuerdos comerciales, los principios de libre mercado, del rol subsidiario del Estado, la seguridad jurídica y la promoción de la inversión privada como motor de desarrollo, que han guiado a nuestro país en el camino del crecimiento económico y social, con 20 años de crecimiento ininterrumpido y reducción de la pobreza. Ese

es el camino y la única manera sostenible de seguir generando oportunidades y bienestar para nuestra gente.

Esta confianza en los pilares sobre los que se soporta la economía peruana es la clave. En este camino, por un lado, se necesita recuperar el dinamismo de la inversión privada, a través del respeto a la seguridad jurídica y de reglas transparentes y predecibles. La renovación del régimen de promoción agraria, la creación de un sistema único de derechos de propiedad, la mejora de los organismos de regulación, la flexibilidad laboral que impulse la creación de empleo formal, entre otras, son acciones que se requieren. Por otro lado, el Estado debe fortalecer su rol constitucional de velar por los principios de una economía social de mercado, a la vez de cumplir su papel como proveedor de servicios de salud, educación de calidad, velar por la seguridad y asegurar la inversión en infraestructura para la conectividad del país.

Solo si recuperamos la confianza en nosotros mismos, en lo que hemos avanzado como país y en lo que se sustentan los logros alcanzados, podremos seguir creando empleos y oportunidades para los miles que aún se encuentran en la pobreza. Para ello, pedimos liderazgo y decisión firme a nuestras autoridades. Debemos corregir el rumbo. No hacerlo traerá grandes riesgos de cara a las elecciones de 2021.



Jessica Luna
Gerente General de COMEXPERU



El uso de robots está siendo adoptado cada vez más en las empresas y con esto se abre una nueva oportunidad para el desarrollo del talento humano

Podemos ayudarte a obtener resultados tangibles a través de la automatización de procesos con robótica: mejorar la calidad de los servicios y el aumento de la productividad. Más información en: kpmg.com/pe

Anticipate tomorrow, deliver today.



Torre KPMG

Av. Javier Prado Este 444. Piso 27
San Isidro, Lima 27, Perú
Telf. 51 (1) 611 3000



INTERNACIONAL...

956, 360 y 686 kilogramos de residuos sólidos per cápita se espera que sean generados diariamente, hacia 2025, en los países de ingreso bajo-medio, medio-alto y alto, respectivamente, según un estudio del Banco Mundial (BM).



0.99 kg de residuos per cápita, en promedio, son generados diariamente en América Latina y el Caribe, según cifras del BM.



37% de los desechos a nivel global son depositados en algún tipo de relleno sanitario y únicamente el 19% es recuperado a través del reciclaje, según el BM.

35% de los residuos en Europa son generados por el sector construcción.



11% de los gastos municipales, en promedio, corresponden al manejo de residuos sólidos en los países de ingresos medios, según el BM.

95% del material de embalaje de plástico tiene un valor de entre US\$ 80,000 y US\$ 120,000 millones, que se pierden después de una corta utilización, según Ellen MacArthur Foundation.

3% de aumento en la productividad y 600,000 millones de euros en ahorro de costos podría suponer, hacia 2030, cambiar a un modelo de economía circular en Europa, según McKinsey & Company.

NACIONAL...



66% de recicladores no han concluido su educación básica; las recicladoras alcanzan el 71% en Arequipa, según el Ministerio del Ambiente (Minam).



0.75 kg de residuos per cápita, en promedio, son generados diariamente, según cifras del BM.

45% de la basura total del Perú es recogida de Lima, según el Minam.

PAÍSES DE SUDAMÉRICA CON MAYOR PORCENTAJE DE RECICLAJE DE SUS RESIDUOS

	PAISES	% DE RECICLAJE
1	COLOMBIA	17.2%
2	ECUADOR	12.9%
3	BOLIVIA	12.1%
4	URUGUAY	8%
5	ARGENTINA	6%
6	PERÚ	4%
7	BRASIL	1.4%
8	GUYANA	0.5%
9	CHILE	0.4%
10	PARAGUAY	0%

Fuente: Banco Mundial. Elaboración: ComexPerú.

EL CAMINO HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

Por Mari Loli Camarero, Gerente de Asuntos Corporativos de Cencosud Perú.

Cada vez más empresas ven la necesidad de replantear su modelo de negocio, tradicionalmente lineal, mediante la incorporación de procesos cíclicos para lograr un crecimiento sostenible. Como respuesta, surge la economía circular, un sistema orientado al aprovechamiento de recursos en el que priman el diseño, la eficiencia, la reutilización y el reciclaje de los elementos.



PORTADA: ECONOMÍA CIRCULAR

Este concepto, acuñado recientemente, es aún difícil de integrar a la operación, debido a distintas barreras a las que el negocio está expuesto: culturales, regulatorias, tecnológicas y de mercado. Afortunadamente, con la creciente atención y conciencia ambiental, se ha generado una oportunidad única de lograr un balance entre los aspectos sociales, ambientales y económicos, integrados de manera transversal desde la estrategia de los negocios.

En Cencosud Perú creemos que cada paso que nos acerque a una economía circular es valioso. Es por ello que, a través de nuestras distintas unidades de negocio, nos hemos puesto como meta reducir nuestra huella ambiental y lograr cambios positivos para la sociedad. Esto implica la gestión eficiente de nuestros recursos, la forma en la que tratamos los residuos y cómo los reducimos. En paralelo, involucramos a nuestros distintos grupos de interés con el objetivo de crear valor compartido a través de la promoción de buenas prácticas y consumo responsable.

En ese sentido, a fin de disminuir el consumo de plástico de un solo uso, en 2016, Wong y Metro iniciaron un programa de educación e incentivos para que los clientes utilicen bolsas reutilizables en sus compras. Gracias a estas acciones, complementadas con diferentes proyectos de eficiencia, desde 2017 hasta la fecha, se ha disminuido el consumo de bolsas plásticas en más de 44 millones de unidades. Esto se vio reforzado cuando ambos supermercados, en alianza con WWF Perú y sumándose a la campaña del Ministerio del Ambiente “Menos plástico más vida”, en enero de este año, pusieron en marcha la iniciativa “No te pido imposibles, usa bolsas reutilizables”.

Para seguir con este propósito, desde abril de 2019, Wong y Metro se sumaron al programa “Yo desplastifico Miraflores”, que propone que el primer miércoles del mes no se entreguen bolsas plásticas y se brinde como alternativas a los clientes bolsas reutilizables, cajas de cartón y bolsas de papel.

En busca de promover el uso de productos ecoamigables, en julio de 2018, Wong se convirtió en la primera gran cadena de supermercados que dejó de utilizar tecnopor en todas sus tiendas a nivel nacional. Este material fue reemplazado por productos hechos con politereftalato de etileno (PET) y cartón, ambos materiales reciclables.

Otra de las unidades de negocio que gestiona la sostenibilidad es Paris, la primera tienda por departamento que asumió un compromiso con la reducción de bolsas plásticas a través del lanzamiento de “Sin bolsa, por favor”. Con esta iniciativa, se espera reducir la entrega de este tipo de bolsas en un 40% a finales de 2019. Para ello, han llevado a cabo una campaña informativa y puesto a disposición de los clientes bolsas reutilizables. Desde que se implementó el proyecto hasta mayo de 2019, Paris ha dejado de entregar 1.2 millones de bolsas plásticas a nivel nacional.

Las compañías tenemos un rol activo que asumir para lograr una economía circular, pero esto solo se dará si involucramos a nuestros distintos grupos de interés. Recordemos que el reto es grande y la única manera de alcanzarlo será a través del trabajo en equipo, enfocado, ordenado y consistente. ■

La empresa privada como agente de cambio social

Por **Lía Celi**, Gerenta de Sostenibilidad y Ambiente de Supermercados Peruanos.

Nuestra sociedad no es sostenible; sin embargo, no todos conocemos los desafíos a los que nos enfrentamos. Desechos, cambio climático, escasez de recursos y pérdida de biodiversidad son solo algunos de ellos y puede sonar desesperanzador. La buena noticia es que estamos en la misma página cuando queremos ofrecer oportunidades para una población en crecimiento y con ello aportar para una sociedad más sostenible. La gran pregunta gira en torno a cómo las empresas pueden crear valor para la economía, la sociedad y el ambiente.



En Supermercados Peruanos (SPSA) integramos, dentro de nuestra gestión, la visión de sostenibilidad desde hace ocho años, cuando se creó un área con el mismo nombre que tenía como objetivo ser un interlocutor entre los distintos departamentos para vincular proyectos que tengan como fin generar impactos sociales y ambientales, alineados al negocio y con valor compartido entre la empresa, la sociedad y el planeta.

Esto no hubiera funcionado si no se creaba la "célula de sostenibilidad", una iniciativa compuesta por gerentes de casi todas las áreas de la compañía y que se encarga de ayudarnos a identificar oportunidades de mejora y darnos recomendaciones a la hora de plasmar programas en la empresa. Sin embargo, el núcleo del negocio está en las tiendas, donde veíamos que muchas de nuestras acciones se estancaban. Por la naturaleza del negocio, las rotaciones son altas y es difícil perpetuar mensajes en todos y todas; por ello, nacieron los "líderes ambientales". Estos tienen una agenda en común para cumplir con puntos determinados, que se plasman en un *checklist* mensual que verifica las buenas prácticas en el consumo eléctrico, de agua, la gestión de residuos en tienda, los procedimientos de limpieza, entre otros. Además, tienen un reto mensual que implica la colaboración con sus compañeros.

Adicionalmente, se realiza una capacitación al mes en la que un experto da una charla sobre distintos temas. Hemos tenido la visita de Sinba, el Banco de Alimentos, municipalidades y el Ministerio del Ambiente. Este mes, por ejemplo, toca innovación y vendrá Silabuz a hablar sobre la resolución de problemas a través de la tecnología. Hemos

comprobado que esta metodología es exitosa, porque los resultados lo demuestran: colaboradores motivados e inspirados son excelentes agentes, y nos ayudan a transmitir nuestros mensajes hacia todo SPSA.

Otro ejemplo es la gestión de residuos. No solo es mandatorio hacerlo, sino que venimos haciéndolo desde hace muchos años, pues identificamos que parte de esta "basura" tiene mucho valor. Hoy, el 50% de nuestros residuos es reciclado y reducimos el desperdicio de alimentos por las donaciones, lo que evita que productos en buen estado sean llevados a la basura y que, por el contrario, sean valorizados en las cocinas de muchos colegios y albergues de todo el Perú. Llegar al 50% no fue una tarea fácil y requirió ingenio y motivación, por ello nace el "termómetro de reciclaje". Este elemento funciona como un indicador para que cada tienda sepa a cuánto debe llegar mensualmente. En caso se alcance la meta, se premia a las tres tiendas que más aumentaron su reciclaje en el mes evaluado. El motivo principal de generar esta cultura de reciclaje es que estos productos valorizables no lleguen a un relleno sanitario, sino que sean reinsertados dentro de cadenas productivas como

materia prima. Finalmente, de eso se trata la economía circular que tanto buscamos, desde la reutilización y el reciclaje.

En el Perú se producen 19,000 toneladas de residuos sólidos al día. Como en todo el mundo, los residuos generalmente se consideran un problema y pueden ser onerosos para las empresas. Pero esa mentalidad está sufriendo una revolución. Las empresas venimos adoptando prácticas tradicionales de conversión de residuos, como el reciclaje. Si bien se trata de un cambio fundamental en nuestro pensamiento colectivo, por el cual deberíamos eliminar el pensamiento de la economía lineal y solo incorporar el valor circular, aún queda mucho por hacer. Al diseñar y desarrollar mejores formas de recuperación de recursos, nuestro país podría obtener grandes ganancias en eficiencia. Abrazar procesos sostenibles y eficientes no es realmente una opción, es una exigencia económica. El reto está en identificar estas eficiencias, oportunidades y beneficios en todos los aspectos de la economía, desde los alimentos hasta la biomasa y el transporte. Necesitamos pensar, sí, pero hoy es momento de hacer. ■



COMPLETAR EL CÍRCULO:



los reportes de sostenibilidad en las Pyme y la economía circular

Por Daniel Vargas, Gerente de Programa País de Global Reporting Initiative (GRI).

Los reportes de sostenibilidad han contribuido por más de 20 años a que miles de empresas en el mundo entiendan y comuniquen sus impactos en temas económicos, ambientales y sociales. Incluso hoy, cuando las personas me preguntan cómo gestionar la sostenibilidad dentro de sus empresas, mi recomendación siempre es que elaboren un reporte de sostenibilidad. Con el estándar GRI, las empresas pueden enfocarse en lo que es relevante para ellas en temas de sostenibilidad según su tamaño, sector y ubicación geográfica. Una vez delimitadas estas variables, pueden empezar a recolectar la información necesaria para medir sus resultados, lo que permite que mejoren su gestión. El último paso es publicar este reporte de sostenibilidad para comunicar sus logros y fortalecer la relación con sus grupos de interés.

Esta práctica es cada vez más común entre las grandes empresas. Un estudio de KPMG sobre los reportes de sostenibilidad en el mundo de 2017 muestra que más del 70% de las 250 empresas más grandes del mundo hacen reportes de sostenibilidad. El Perú no es indiferente a esta tendencia, aquí el 66% de las 100 empresas más grandes hace un reporte de sostenibilidad y el 73% de ellas usan el estándar del GRI.

Sin embargo, la sustentabilidad no es solo tarea de las grandes corporaciones, sino también de las Pyme. Con frecuencia, ya sea por desconocimiento de las normativas de sostenibilidad exigidas por la ley o por abaratar costos, las pequeñas empresas caen en prácticas contrarias a la economía sustentable o en prácticas que contaminan el medio ambiente. En un contexto en el que cualquier denuncia por no cumplir con los requisitos legales

de sostenibilidad podría no solo incurrir en multas, sino desprestigiar a una gran empresa, las corporaciones cada vez son más cuidadosas con su cadena de suministros y exigentes con sus proveedores, como una medida para asegurar la buena trazabilidad de sus productos/servicios y mantener su reputación.

Al ser la transparencia de información una tendencia clara en el mercado,

las pequeñas y medianas empresas adoptan esta buena práctica para mantenerse vigentes, tener una ventaja competitiva y así ampliar su red de negocios. Con el objetivo de que estas Pyme se integren a cadenas globales de valor, el GRI, con el apoyo de la Cooperación Suiza en el Perú (SECO), lanzó el programa Negocios Competitivos, que este año ha logrado que más de 350 Pyme y sus proveedores publiquen un reporte de sostenibilidad y que, a partir de sus resultados, mejoren su gestión sostenible en temas como anticorrupción, seguridad y salud en el trabajo, gestión de residuos y producción limpia.

Todos estos reportes se han elaborado utilizando el estándar GRI para reportes de sostenibilidad, el cual es el más usado a nivel mundial debido a su enfoque multistakeholder, en el que se reúne a expertos de los sectores corporativos, públicos, académicos y sociales para elaborar los lineamientos que las empresas luego usarán como guía para gestionar y comunicar sus impactos de sostenibilidad, además de que con dicho estándar la empresa está alineada con la ISO 26000, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el CDP, entre otros marcos de sostenibilidad.

El estándar GRI tiene una estructura modular que hace que, al momento de actualizar las últimas tendencias de sostenibilidad, solo sea necesario cambiar el módulo respectivo. En 2018, se actualizaron los módulos de agua y seguridad y salud en el trabajo. En 2019, se trabajó el estándar de residuos, reconociendo la importancia del tema en el contexto global en el que vivimos. Para esto, se tomó en cuenta la información brindada por las autoridades pertinentes como la alerta de las Naciones Unidas que advierte que, para 2050, los océanos tendrán más plástico que peces; los informes del World Economic Forum, en los que se contabiliza que el 70%

de los vertederos están conformados por desechos electrónicos; y los datos proporcionados por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), que identificó que un tercio de la comida producida en el mundo va directo a los residuos.

Este estándar reconoce la importancia de evolucionar a una economía circular e incluye un cambio fundamental en la percepción de los residuos, que pasan de considerarse materiales de desecho a ser aprovechados y convertidos en la materia prima de diferentes productos; un mayor enfoque en cómo las decisiones sobre los insumos que

se compran y usan impactan en la generación y calidad de residuos; un nuevo contenido para entender cómo la basura es eliminada y el impacto que tiene cada método de eliminación; y el reconocer los impactos de una organización en la cadena de valor y reportar cómo es gestionada.

El estándar de residuos del GRI se encuentra abierto a comentarios públicos para ser mejorado, por lo que se invita a todos los expertos a participar en la discusión acerca de este tema y que puedan aportar desde sus experiencias y conocimientos, en el siguiente enlace: <https://bit.ly/2HCm38>. ■

PORTADA: ECONOMÍA CIRCULAR



GRI STANDARDS

PUBLIC COMMENT OPEN

Draft Waste Standard is now out for public comment until 15 July 2019

DRIVING GREATER TRANSPARENCY

La economía circular, un nuevo factor de competitividad para Europa y el Perú

Por **Diego Mellado**, Embajador de la Delegación de la Unión Europea en el Perú.

La Unión Europea (UE) lleva años liderando el desarrollo de políticas ambientales y desde 2015 está enfocada en promover, a todo nivel y conciencia, el cambio hacia un modelo económico sostenible que es la economía circular. En este modelo, se optimiza el uso de los recursos y se reducen los desechos al reincorporarse al ciclo de producción. Se reciclan y reutilizan los materiales y productos cuantas veces sea posible; de esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende, lo que genera competitividad, desarrollo económico y conservación del medio ambiente.

Con el presente ritmo de consumo y producción, está claro que hemos sobrepasado varios de los límites del planeta y el desafío se hace mayor con la proyección de crecimiento poblacional. Así, para 2050, se estima que el 80% de la población mundial (9,600 millones de personas) vivirá en las ciudades, lo que aumentará la demanda de energía un 30%, con el riesgo de incrementar aún más la temperatura y la presión sobre la biodiversidad.

Según el informe *What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050* (2018), del Banco Mundial, solo en 2016, se generaron 2,000 millones de toneladas de residuos municipales en el mundo, 0.74 kilos diarios por habitante. De seguir así, en 2050 generaremos 3,400 millones de toneladas. El mismo informe señala que, en ese año, el mundo generó 242 millones de toneladas de residuos plásticos, con lo que en 2050 habrá más plásticos que peces en los océanos, con el consecuente aumento de microplásticos que amenazan la salud y la seguridad alimentaria.

En 2015, la UE puso en marcha un ambicioso plan de acción para la economía circular, que incluye un robusto paquete legislativo. Este plan se ha convertido

en el punto central de la estrategia de competitividad de la UE y ha dado un nuevo impulso al empleo, la inversión y el desarrollo de una economía sin emisiones de carbono y con un eficiente uso de los recursos. También incluye una serie de medidas e instrumentos para promover la economía circular y así ayudar a las empresas y a los consumidores europeos en la transición hacia una economía más sólida y circular, en la que se utilicen los recursos de modo más sostenible. Las 54 medidas incluidas en el mencionado plan han sido completadas en 2019.

La circularidad también ha creado nuevas oportunidades de negocio, con la aparición de nuevos modelos empresariales y el desarrollo de nuevos mercados, tanto a escala nacional como de la UE. En 2016, las actividades circulares, como la reparación, la reutilización y el reciclaje, generaron un valor añadido de casi € 147,000 millones y una inversión de aproximadamente € 17,500 millones.

Esta transición a un modelo de economía circular en Europa ha ayudado a la UE a volver a la senda de la creación de empleo. En 2016, los sectores de la economía circular empleaban a más de cuatro millones de trabajadores, lo que supone un aumento del 6% con relación a 2012.

El reciclaje de residuos municipales se ha incrementado en Europa, como respuesta a un aumento en la demanda general de materiales, pero todavía los materiales reciclados cubren menos del 12% de la demanda.

El cumplimiento de este plan de acción ha fomentado un enfoque sistémico en todas las cadenas de valor, lo que permite la integración de los principios circulares en la producción y consumo de plástico, en la gestión del agua, en los sistemas alimentarios y en el manejo de los residuos. Esto ha sido posible

gracias al firme apoyo de los 28 Estados miembros de la UE, de las instituciones, los empresarios y la población.

La UE promueve la economía circular más allá de sus fronteras; en este sentido, apoyamos el esfuerzo del Perú y lo acompañamos en su transición hacia una economía circular.

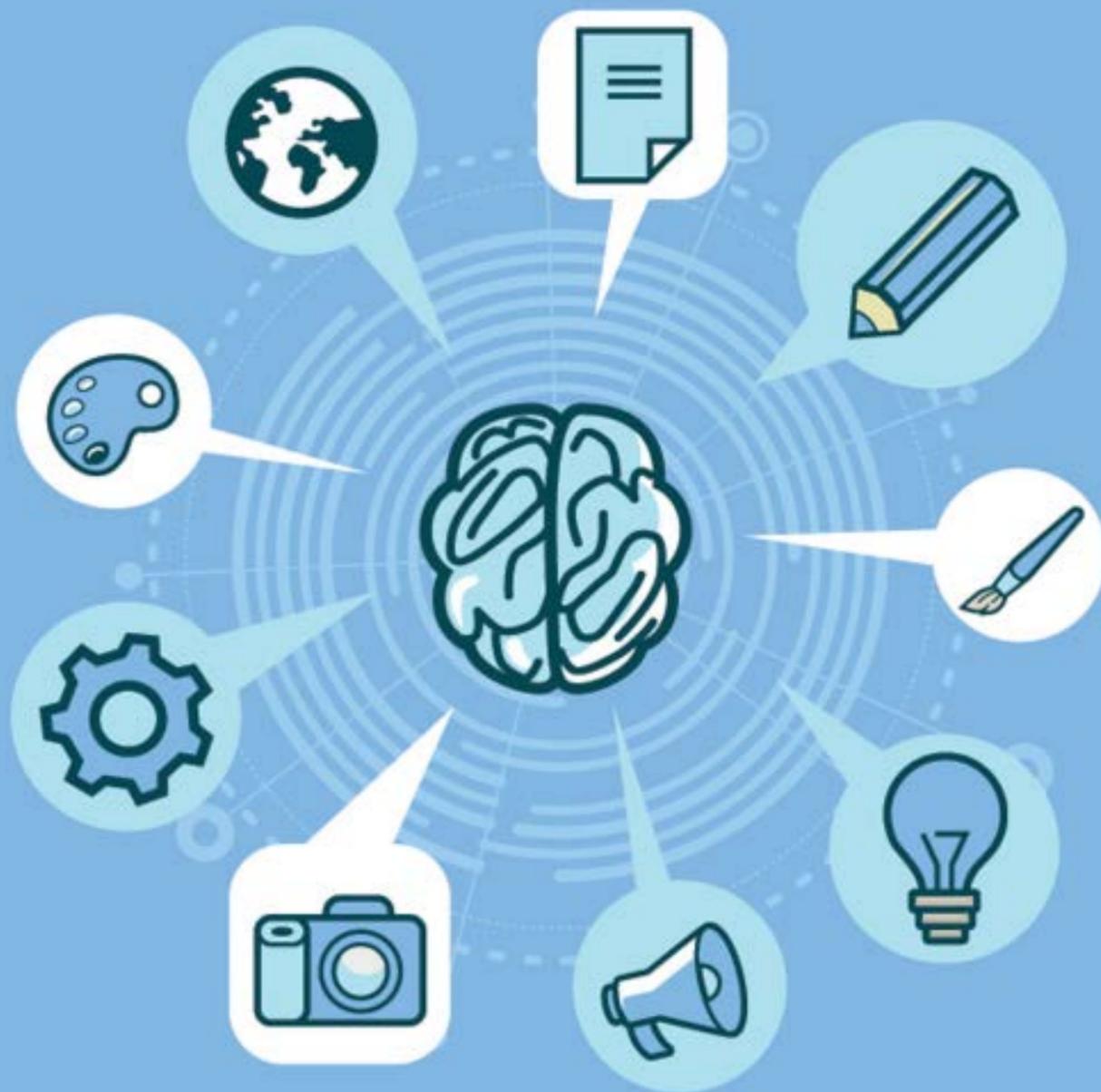
En 2018, se dio un importante paso al organizar, en Lima, el Primer Foro Internacional sobre la Economía Circular en la Industria, el cual permitió el intercambio de experiencias entre Europa y América Latina. Además, se impulsó la elaboración de una hoja de ruta de la economía circular para el sector industrial.

Otro hito importante para el Perú ha sido la promulgación de la ley de plásticos de un solo uso, en diciembre pasado. El Ministerio del Ambiente trabaja en la elaboración de medidas de transición hacia una economía circular, en el marco de la elaboración del Plan Nacional de Competitividad y Productividad.

En este contexto, y con el fin de fortalecer las iniciativas del Estado peruano, tenemos el agrado de anunciar que, durante la primera semana de noviembre de 2019, estaremos celebrando en Lima el Segundo Foro Internacional de Economía Circular. En esta edición, los temas centrales serán la gestión de residuos sólidos municipales y la introducción de la economía circular en la pesca y en la agricultura, a fin de fomentar el desarrollo de modelos de negocio sostenibles en otros sectores.

De esta forma, reiteramos el compromiso de la UE de apoyar al Perú en este proceso y hacer de la economía circular una de las columnas vertebrales para el desarrollo sostenible. El reto es grande, hay mucho que trabajar, tanto desde la UE como a escala mundial. Iniciemos con acciones concretas. ■





ECONOMÍA CIRCULAR: EL DESPERTAR DE UN BUEN NEGOCIO

Por Gonzalo Muñoz, Cofundador de TriCiclos.

Estamos en una época de cambios acelerados, lo que afecta la economía, la forma en la que hacemos negocios y cómo logramos rentabilizarlos. En ese sentido, el concepto de economía circular es parte de la revolución. Este nuevo modelo, que invita a producir, usar, consumir, reintegrar y regenerar, presenta ejemplos prácticamente en todas las industrias. Al mismo tiempo, se comienza a despreciar el sistema productivo actual de economía lineal, basado en la lógica de producir, consumir y botar. ¿Por qué? Porque cuidar el medio ambiente es tan clave hoy en día como lo es lograr generar rentabilidad. La economía circular es la forma de generar ese doble impacto positivo.

Si, por ejemplo, pudiéramos poner en práctica la economía circular solo con la basura que como país eliminamos, podríamos generar nuevos mercados, como la producción de abonos o de alimento para crianza de animales.

Esta es solo una muestra simple de qué hacer con los desechos que estamos generando y despreciando.

Europa ya ha medido las ganancias de la economía circular en cifras. Se calcula que, de aquí a 2030, esta actividad puede generar un beneficio de 1,8 billones de euros en el conjunto de la Unión Europea, lo que supone 0,9 billones más que el actual modelo de economía lineal. Y ese beneficio financiero está directamente vinculado a la generación de nuevos puestos de trabajo.

Estos hallazgos tienen grandes implicaciones para el bienestar de la economía. La motivación sobre recuperar la salud de los ecosistemas y la idea de que todos tenemos derecho a vivir en un mundo sustentable es un punto de partida. Pero estos resultados indican que la sustentabilidad es también importante por otra razón: fortalece la economía, por lo que logra motivar

a las personas más allá de su sensibilidad ambiental.

La economía circular presenta, además, numerosas oportunidades para las empresas, como el surgimiento de nuevas líneas de negocio y servicios, una reducción del uso de insumos y materias primas, un reaprovechamiento de los residuos producidos y menores costos de gestión. A eso debemos agregar el beneficio reputacional que conlleva el actuar responsablemente y con visión de futuro.

La pregunta que hoy en día debemos entonces hacernos como país es la siguiente: ¿son las empresas locales conscientes de que pueden entrar en la economía circular y de los beneficios que esto implica? ¿Podrán dejar el discurso y entrar a la acción? ¿O, por el contrario, dejarán pasar esta revolución y harán que el próximo billón de dólares se lo lleven otros? ■

Entrevista a Vasco Masías

Director Ejecutivo del Grupo Alimenta

ES MEJOR TRABAJAR PARA CREAR CONEXIONES ENTRE EMPRESAS QUE EN LAS CAPACIDADES INDIVIDUALES DE UNA SOLA DE ELLAS

Por **Sofía Fernández**, Miembro de Estudios Económicos de ComexPerú.



¿QUÉ ENTIENDES POR ECONOMÍA CIRCULAR? ¿EN QUÉ MOMENTO TE DISTE CUENTA DE QUE ERA NECESARIO INCORPORAR UN ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD EN TU EMPRESA?

Nuestro caso es un poco particular; nosotros hacemos economía circular desde mucho antes que exista el término. Cuando lo inventaron, dijimos, ¡oh mira!, le pusieron un nombre a lo que ya venimos haciendo, literalmente, para sobrevivir. En mi caso, yo hago empresa como continuidad de la tradición familiar. Las empresas que hizo la generación anterior, es decir, mi padre, son de producción de huevos, La Calera, y de fruta. Al pasar por los años 70 y 80, con la reforma agraria, la hiperinflación y el terrorismo, no había prácticamente recursos y existía mucha dificultad de acceso al crédito. Esto llevó a que, naturalmente, se comenzara a usar los recursos que había disponibles. No fue “vamos a crear un área de desarrollo sostenible y así ser buenos con el medio ambiente”, sino “vamos a usar lo que tenemos a mano”, que es lo que

hace la naturaleza. En ella, todo recurso invita a algún organismo a aprovecharlo. Por ende, no hay basura, así de simple, es parte del diseño de cómo funciona la naturaleza. Entonces, ante la escasez, surge el ingenio, que nos llevó a maximizar los recursos y utilizar todo lo que estaba disponible.

Y EN LO PERSONAL, ¿CÓMO INCORPORAS LA VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD A TU FILOSOFÍA DE EMPRESA?

En los primeros diez años de la empresa, el objetivo principal era sobrevivir. Años después, todo cambió. Mi mujer me regaló un libro de Muhammad Yunus, firmado por él mismo. Me dijo: “Esto es para que cambies el mundo, para que tu iniciativa y energía emprendedora la pongas no solamente en ganar dinero, sino en hacer una diferencia”, y eso me cambió para siempre. Apareció, luego, una oportunidad para vincular la energía emprendedora a un propósito, el terremoto de 2007. Ante

el desastre, nos dimos cuenta de que el conocimiento que teníamos en nuestra empresa de huevos podía servir para desarrollar productos que ayudaran a las poblaciones afectadas. Surgieron ciertas preguntas sobre cómo hacer que algo que conocemos nos pueda ayudar a diseñar productos para resolver una necesidad humana. A raíz de esto, todo comenzó a cobrar sentido, nos enamoramos de hacer empresas con propósito. Ya no hubo vuelta atrás. Es todo un gusto cuando comienzas a hacer algo que puede impactar positivamente en la sociedad y, al mismo tiempo, seguir creciendo como empresa. Hoy, en el siglo XXI, gracias a las constantes innovaciones, se abre esa oportunidad que tal vez antes no existía. Patagonia, Grameen Bank, nosotros hasta cierto punto, somos ejemplos de empresas exitosas comprometidas socialmente, en las que perfectamente se pueden alinear la generación de un impacto positivo y los buenos resultados financieros.

ESTA NUEVA MODALIDAD QUE HAS INCORPORADO, ¿TE HA GENERADO, A SU VEZ, EFICIENCIA FINANCIERA, AHORRO EMPRESARIAL?

Evidentemente, hay ahorros. Al principio no, porque hay que invertir, romper la inercia. En general, en las empresas, cuando alguien llega al Directorio y dice: "Tenemos unos residuos, podemos invertir en una planta para recuperar esos residuos", siempre saldrá alguien que diga: "Pero ese no es nuestro negocio". Y la verdad es que la naturaleza no funciona en sistemas lineales, sino en redes, en donde una empresa o entidad no tiene un único flujo de energía, sino múltiples, redundantes. Las empresas hoy, en general, son muy frágiles, porque dependen de una sola fuente de ingresos. Cuando comienzas a poner en valor tus residuos y así obtienes múltiples fuentes de ingresos, en primer lugar, te haces mejor ciudadano, llegas a más y mejor gente, y finalmente generas ahorros. La verdad es que el beneficio principal para mí no son esos ahorros, lo más relevante es el cambio de paradigma hacia no trabajar aislado, hacia entender que somos parte de un sistema, levantar la mirada y darnos cuenta de que compartimos una misma red mucho más grande. No es solo el beneficio de generar ahorros, hay un premio mucho más grande detrás.

¿A QUÉ ESCALA HAS LOGRADO REDUCIR TUS RESIDUOS FINALES?

Mucho más importante que estar pensando en cómo reducir residuos, lo que sucedió es que, al observar los residuos, terminamos generando una nueva industria que termina siendo un logro más grande que el ahorro de no botar los residuos. Un caso clave para nosotros es, por ejemplo, el negocio de los fertilizantes. Generamos en nuestras empresas diversos residuos, cáscaras de huevo, mandarina, guano de gallinas, biocarbón, y con eso dijimos, bueno, podemos hacer un fertilizante. Nos dimos cuenta de que había una oportunidad en el mercado. Es la filosofía de trabajar en redes, tener una red que funcione como un ecosistema lo hace. Va más allá que solamente un concepto de economía circular, que implica utilizar tus residuos para generar ahorro, es un pensamiento de red. Nosotros consideramos que hay mucho más valor en las conexiones que en el conocimiento individual de una sola persona. Es mejor trabajar para crear conexiones entre empresas que en las capacidades individuales de una sola de ellas.

¿QUÉ HACE FALTA EN EL PAÍS PARA QUE MÁS EMPRESAS INCORPOREN ESTE MODELO?

Nosotros hablamos de temas de sostenibilidad permanentemente. Tenemos muy en claro nuestra meta de contribuir con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 2 (hambre cero), y tenemos muy claras nuestras metas de impacto. Nuestros objetivos definidos se relacionan con tres cuestiones: la nutrición de niños en Latinoamérica, la agricultura regenerativa y el impacto en los agricultores. Lo siguiente que toca es que todas las tecnologías que venimos desarrollando podamos llevarlas a escala.

¿Qué siento que le falta al Perú? Entender. Los empresarios, en general, no entienden que la sostenibilidad es una oportunidad, no solo un tema de *compliance* ni un costo adicional. Si lo miras desde un poco más arriba, el cambio hacia una economía cero carbono y la incorporación de nuevas tecnologías disruptivas en prácticamente todas las industrias, lo que hace es crear oportunidades. Si bien hay un costo, eso no debe impedir que veamos que el cambio se dirige hacia la sostenibilidad, hacia cumplir con los compromisos que el país tiene asumidos por el Acuerdo de París y los ODS. Estos instrumentos son realmente grandes oportunidades, son lineamientos que los ministerios están promoviendo. Un empresario se maneja en un mundo de incertidumbre, pero cuando hay claridad sobre lo que va a pasar, es poco inteligente no seguir esa línea. El tema central es aprovechar las oportunidades para hacer nuevos y mejores negocios, y al mismo tiempo crear un mundo mejor. ■



PUBLICITA AQUÍ

NO PIERDAS LA OPORTUNIDAD DE SER VISTO POR EMPRESARIOS Y EJECUTIVOS DE TODOS LOS SECTORES A NIVEL NACIONAL.

Negocios
INTERNACIONALES

ECONOMÍA CIRCULAR EN ACCIÓN, LIDERADA POR LA GASTRONOMÍA PERUANA

Por Pipo Reiser, Director de Alianzas de Sinba.



En el mundo se desperdicia un tercio de todos los alimentos producidos y una gran parte de esto ocurre en las ciudades. Pero, ¿a dónde va toda la comida que descartamos? Normalmente, a la basura. ¿Y la basura, dónde termina? ¿Cuáles son sus impactos en la sociedad y el planeta?

Son este tipo de preguntas las que un grupo de amigos se hizo allá por 2015 y que terminaron dándole un giro inesperado a sus vidas. Descubrieron algunas realidades inquietantes. Por ejemplo, que hoy todos los residuos sólidos mezclados suelen ser llevados a rellenos sanitarios, un nombre técnico que le damos a unos agujeros gigantes que se encuentran en la periferia de la ciudad, en donde se entierran y quedan por siglos contaminando el ambiente. Por otro lado, que mucha de la comida descartada, contaminada con otros tipos de residuos, termina en granjas de cerdos informales pequeñas, también conocidas como “chancherías”, en crianzas de baja productividad y alta contaminación.

Luego de investigar los usos alternativos que se les puede dar a estos residuos, descubrieron que tiene mucho sentido alimentar animales con restos de comida humana, siempre y cuando hayan sido separados de otros tipos de residuos y debidamente procesados para cumplir estándares de calidad y sanidad. En este proceso, además, conocieron a criadores de cerdos muy interesados en transformar sus granjas en saludables y ecológicas. La conclusión fue que el problema no es lo que hacen los pequeños criadores limeños, sino cómo lo hacen.

Fue así que nació Sinba, hoy una empresa B certificada, que apuesta por los residuos como un vehículo de cambio social y ambiental. A través de un modelo innovador, busca transformar la gestión de residuos en las empresas de

alimentos en el Perú. ¿Sabían que, bien gestionados, podríamos reaprovechar hasta el 95% de los residuos que generamos, evitando que terminen desperdiciados y convertidos en contaminación en un relleno sanitario?

Sinba convierte los restos orgánicos en alimento animal a través de un proceso biotecnológico que asegura su calidad y sanidad. También recupera materiales inorgánicos (papel, vidrio, plásticos, cartón, metales), en alianza con una asociación formal de recicladores, para reaprovechar todo lo que se pueda y así generar un impacto positivo para el planeta y las personas que forman parte de este ciclo.

Recibieron ayuda clave para sus primeros pasos, al ser impulsados como emprendimiento innovador por Startup Perú e Ideas Audaces de Concytec en 2016, y ganar el Premio Kunan de Emprendimiento Social en 2017. Hoy, Sinba se encuentra en fase de escalamien-

to, en busca de alianzas con empresas como restaurantes, hoteles, fabricantes de alimentos, concesionarios, entre otros, que busquen generar impactos sociales y ambientales positivos. Además, requiere inversionistas interesados en que sus aportes, además de ser rentables, tengan un impacto positivo para la sociedad.

Las alianzas con empresas tienen una visión integral. Sinba asesora y capacita al equipo de las empresas para implementar mejores prácticas en la gestión de residuos y, una vez implementados, otorga una certificación en alianza con el Ministerio del Ambiente.

Actualmente, Sinba trabaja con más de 25 empresas y organizaciones como restaurantes, hoteles, comedores, colegios, supermercados y centros comerciales. Así, ha logrado rescatar a la fecha más de 750 toneladas de residuos orgánicos, lo que significa un impacto ambiental positivo en reducción de huella de carbono de aproximadamente 1,150 toneladas de CO₂, lo mismo que plantar 19,000 árboles.

Sinba busca construir un movimiento, una comunidad de empresas comprometidas con hacer pequeños cambios que logren un gran impacto y puedan ser un ejemplo para el Perú y Latinoamérica. ■



ECONOMÍA CIRCULAR: UN MODELO PARA LA SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

Por Makro Perú

La acelerada transformación del mercado y el auge de las nuevas tendencias de consumo orientadas a la conservación de recursos nos exigen, a las diferentes industrias, renovarnos constantemente para perdurar en el tiempo y enfocarnos en la creación de valor sostenible a largo plazo.

A continuación, compartimos, desde nuestra experiencia como *retail* especializado, la manera en la que hemos integrado los principios de la economía circular a nuestra estrategia de sostenibilidad corporativa para lograr un desempeño ambiental, económico y social coherente y equilibrado.

CONSUMO RESPONSABLE

La amplia disponibilidad de información sobre las tendencias de consumo responsable ha generado cambios en el comportamiento del consumidor, quienes hoy en día no solo basan sus decisiones de compra en atributos tradicionales como

precio-calidad, sino que demandan a las empresas evidenciar compromiso social y ambiental en su propuesta de valor. Ante este escenario, la innovación en productos o servicios es fundamental para satisfacer las nuevas expectativas e, incluso, diferenciarse de la competencia. Es por ello que, con la finalidad de brindar una alternativa ecoeficiente a nuestros clientes profesionales dedicados al rubro gastronómico, en 2018 fuimos el primer *retail* del mercado en ofrecer una línea integral de descartables biodegradables, hechos con fibra de caña de azúcar y de maíz, y compostables entre 60 y 120 días. El primer *stock* se agotó

en menos de 2 semanas, resultado que demuestra perfectamente lo mencionado: nos encontramos frente a un consumidor más informado y cuyos hábitos de consumo están cada vez más orientados al uso racional de recursos.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Los proveedores son un aliado importante para construir una cadena de valor sostenible y un elemento clave es consolidar alianzas que trasciendan la relación comercial para desarrollar iniciativas con impacto social y ambiental relevante. Es así que, desde hace 3 años, unimos esfuerzos con nuestros proveedores para concretar un mínimo de 4 proyectos anuales que contribuyan a la sostenibilidad del entorno donde operamos. Un caso de éxito es la campaña "Recicla y gana", junto a nuestro proveedor Diageo, por la cual, gracias a la contribución de nuestros clientes, logramos recuperar más de 1,140 botellas de vidrio de la marca para destinarlas a reciclaje y así aprovechar la materia prima para la creación de nuevos productos.

GESTIÓN DE RESIDUOS

En el Perú y otros países del mundo, la gestión integral de residuos sólidos representa un gran desafío, ya que los rellenos sanitarios y vertederos siguen siendo el método de eliminación más utilizado a pesar de la contaminación que generan en el ambiente. En esta coyuntura, nos compete a todas las industrias tomar acción y responsabilidad para minimizar los impactos negativos que puedan generar nuestras operaciones. En Makro reciclamos un 34% de nuestros residuos a través de socios especializados, con el objetivo de reducir el volumen de los que

se envían a vertederos. Asimismo, hemos consolidado una alianza con el Banco de Alimentos del Perú para recuperar alimentos de nuestras tiendas que, si bien ya no pueden ser comercializados por su apariencia, madurez u otras condiciones equivalentes, se encuentran aptos para el consumo y pueden ser donados a instituciones benéficas, lo que evita su destrucción innecesaria. Al cierre de este año, el programa operará en todas nuestras tiendas a nivel nacional, con una proyección a incrementar la tasa de recuperación de residuos a un aproximado del 38%.

INFRAESTRUCTURA

La innovación en infraestructura sostenible es un aspecto que comprueba que las empresas han logrado integrar la sostenibilidad en su estrategia de negocio y comprenden la importancia de gestionar sus impactos desde la operación en sí misma. Bajo esta premisa, definimos que todas nuestras tiendas nuevas serán certificadas LEED, un sistema de certificación internacional que verifica que la tienda fue diseñada y construida para garantizar un desempeño eficiente en ahorro

Los proveedores son un aliado importante para construir una cadena de valor sostenible y un elemento clave es consolidar alianzas que trasciendan la relación comercial para desarrollar iniciativas con impacto social y ambiental relevante.

de energía y agua, reducción de emisiones de CO₂, calidad ambiental interna y administración eficiente de recursos. Makro Ica es nuestra primera tienda diseñada bajo este formato y, además, la primera edificación del país en ser construida para postular a dicha certificación. Dos de los atributos más notables de esta tienda son que cuenta con una estación de reciclaje integral abierta a la comunidad y una planta de tratamiento de aguas residuales que permite recuperar aproximadamente el 43% del volumen total de agua para su posterior reutilización. ■



Banco de Alimentos del Perú: recuperamos alimentos para llegar a aquellos que aún siguen pasando hambre en nuestro país

Por **Benjamín Dulanto**, Director del Banco de Alimentos del Perú.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 7 millones de peruanos viven por debajo de la línea de pobreza. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés), 2.3 millones de peruanos sufren de subalimentación y alrededor de 500,000 niños padecen desnutrición crónica .



El Banco de Alimentos del Perú capta los alimentos que han perdido su valor comercial, pero que son 100% aptos para el consumo humano, y los redistribuye eficientemente entre la población vulnerable de nuestro país.

Estos niños no podrán alcanzar su pleno desarrollo físico ni cognitivo, tendrán problemas de aprendizaje en el colegio y, por ende, dificultades posteriores para insertarse en el mercado laboral, y esto lo repetirán muy probablemente en la siguiente generación. Adicionalmente, serán más sensibles a contraer enfermedades e incluso a morir producto de estas. Por ello, afirmamos que la desnutrición sigue siendo un gran flagelo para los peruanos.

Por más que parezca impensable, alimentos por S/ 300 millones son destruidos cada año en nuestro país . Esto alcanzaría —e incluso sobraría— para alimentar a toda la población que padece hambre en el Perú. A raíz de esta incoherencia, es que surge el Banco de Alimentos del Perú (BAP), una asociación sin fines de lucro que canaliza los alimentos que han perdido su valor comercial y los distribuye a diferentes organizaciones sociales que atienden a poblaciones en situación de inseguridad alimentaria, a través de colegios, albergues, hospitales, comedores populares, parroquias, etc. Entre estos alimentos captados tenemos productos con vencimiento cercano, con problemas en el etiquetado, excedentes de producción o que no cumplen los parámetros

estéticos para la exportación —tamaño, forma, peso—, pero que en todos los casos se encuentran en óptimas condiciones para el consumo humano.

El BAP recoge las donaciones que le hacen las empresas de manera diaria y las traslada a su almacén, donde las clasifica para, posteriormente, realizar los despachos a las organizaciones sociales. Al final de cada mes, se le envía a cada donante un informe sobre el uso que se les dio a los alimentos donados. Durante todo el proceso, se mantiene la trazabilidad de los productos recibidos y entregados. Cabe mencionar que al ser el BAP una entidad perceptora de donaciones aprobada por Sunat, entregamos a las empresas donantes un certificado de donación, el cual sirve para descontar los productos donados como un gasto.

Nuestra fundación ha recuperado y distribuido más de 6,000 toneladas de alimentos, lo que equivale a 24 millones de raciones de comida , que han alimentado a 130,000 personas a través de las más de 180 organizaciones sociales con las que trabajamos.

Sin embargo, aun los desafíos son enormes. Lejos de sentirnos conformes con lo avanzado, cada día vemos cómo

podemos recuperar una mayor cantidad de alimentos para llegar a aquellos que aún siguen pasando hambre.

Nos alegra compartir que, gracias a la Ley 30498, a partir de agosto de 2019, estará prohibido quemar alimentos que se encuentren en buenas condiciones. Esto nos permitirá captar más donaciones y, así, llegar a más peruanos con inseguridad alimentaria. Además, nos demuestra que nuestro país está siguiendo las tendencias mundiales de equidad social y protección al medio ambiente, ya que estos alimentos, al descomponerse o ser incinerados, generan gases de efecto invernadero. Es decir, al donar se logra un gran impacto a nivel social, medioambiental y económico; una ecuación con la que todos ganamos.

Por último, vale la pena mencionar que el BAP es una organización compacta y muy eficiente: por cada sol gastado en la operación, entregamos S/ 18 en alimentos, lo que multiplica y potencia nuestro efecto. Los invito a involucrarse en nuestro esfuerzo por un país sin hambre ni desnutrición. Únanse como donantes de alimentos, servicios, dinero, o como voluntarios en nuestras diferentes actividades. ¡Por un Perú con un futuro viable! ■



Si quieres hacer alguna donación, puedes realizarla a través de nuestra web. Ingresa a www.bancodealimentosperu.org/donacion y completa tus datos. Recuerda que por S/ 25 podemos alimentar a una persona por un mes.

#MUNDOSINRESIDUOS: ¿y si las botellas de plástico nunca más fueran residuos?

Por **Sandra Alencastre**, Directora de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad de Coca-Cola del Perú.

La economía circular requiere planeamiento, acción y alianzas por parte de todos los sectores. Coca-Cola tiene el compromiso de hacerla realidad para alcanzar así un #MundoSinResiduos.



VER MÁS ALLÁ DE LA BASURA, VER LA GESTIÓN DE LOS DESHECHOS

Hoy, el mundo está experimentando una amenaza directa por el exceso de desperdicios como el plástico. Y ante esta realidad solemos pensar en la basura como un problema que requiere de manera urgente soluciones sostenibles.

Al prestar atención a la naturaleza, nos damos cuenta de que la basura como tal no existe y esto es porque en ella los desechos no existen, todo se aprovecha y reaprovecha. Si tomamos a la naturaleza como referencia, notamos que el problema está en lo que entendemos por desechos y en cómo los gestionamos. El exceso o falta de gestión que hacemos de nuestros insumos y consumos es lo que perjudica nuestra salud y nuestro planeta.

COCA-COLA ASUME SU ROL EN EL DESAFÍO CON EL PLÁSTICO Y PRINCIPALMENTE EN LA SOLUCIÓN

Las acciones que nos han llevado a puntos irreversibles de contaminación nos involucran a todos los actores de

la sociedad. Como parte de la industria de bebidas, en Coca-Cola y Arca Continental Lindley somos conscientes de que tenemos mucho por aportar desde nuestras operaciones y desde nuestra relación con los consumidores, clientes, proveedores, sociedad civil, Gobiernos, entre otros.

#MUNDOSINRESIDUOS: UN COMPROMISO TANGIBLE

Encontrar soluciones urgentes y sostenibles ante la amenaza del plástico es el objetivo de #MundoSinResiduos. Convencidos de nuestra capacidad de transformación y del impacto que podemos generar en el mundo, creamos la iniciativa "Un Mundo Sin Residuos", que incluye ambiciosas y exigentes metas, tal como lo requiere la magnitud del desafío por resolver. Nos hemos propuesto, a 2030, recolectar el equivalente a cada botella o lata que vendamos en el mundo y hacer que todos estos empaques, independientemente del lugar donde se vendan, sean 100% reciclables. Desde su lanzamiento, en enero de 2018, se han implementado nuevas campañas de reciclaje, reinventado las existentes e incluido en nuestros procesos los valores de una economía circular: un sistema cerrado en el que todos los empaques de plástico que la empresa produce se diseñen para ser reciclados y reutilizados en otras botellas. Diseño, recolección y alianzas son los pilares de esta estrategia.

DISEÑO

A nivel global, venimos destinando recursos para acelerar la investigación, la innovación y el desarrollo de diversos tipos de envases con menor contenido de plástico virgen y hasta hechos un 100% de botellas recicladas, los cuales, a su vez, podrán volverse a

reciclar e ingresar nuevamente en este círculo cerrado. Desafíos de esta magnitud requieren equipos convencidos y socios comerciales como nuestros embotelladores, que estén dispuestos y enfocados en una misma visión: la satisfacción de nuestros consumidores, así como su bienestar a largo plazo.

RECOLECCIÓN

Reducir los residuos equivale a darle más de una vida a nuestros empaques y, para ello, el principal reto está en recolectarlos. La meta es alta: recoger el 100% de los empaques que se lanzan al mercado. Al saber que tan solo el 3% de los residuos sólidos de las zonas urbanas son debidamente recuperados y reciclados, entendemos que hay mucho por hacer. La industria del reciclaje en el país no logra formalizarse y menos aún consolidarse. Nuestro compromiso se extiende en ese sentido, al dignificar y viabilizar la labor del reciclaje como fuente de ingresos. Para ello, hemos desarrollado, en alianza con Arca Continental Lindley, nuestro programa Recicrece, a fin de capacitar y formalizar a asociaciones de mujeres recicladoras que aportan a la limpieza de nuestro entorno.

ALIANZAS

Este es un desafío de todos y, por eso, necesitamos enfrentarlo juntos: socios comerciales, consumidores, múltiples actores vinculados a nuestra cadena de valor, Gobiernos y ciudadanía en general. No es un reto que un solo actor pueda lograr, es por ello que buscamos consolidar alianzas mediante objetivos compartidos. Un ejemplo que se genera a través del Primer Acuerdo de Producción Limpia, firmado por Coca-Cola y Arca Continental Lindley y los ministerios

del Ambiente y de la Producción, son las múltiples alianzas que se consolidaron este año con relación al reciclaje. Junto a la sociedad civil, el Ministerio del Ambiente y el sector privado, pudimos sensibilizar a la población con las múltiples limpiezas de playas, en las que se ha logrado recolectar toneladas de residuos, así como incentivar el reciclaje entre consumidores a partir de las Ecobox que lanzamos junto con Wong y que traducen el valor de las botellas en descuentos.

La principal muestra de apertura y compromiso con la promoción de alianzas se expresa en la búsqueda constante por aportar a la discusión sobre la economía circular. Por ello, promovemos el diálogo y la exploración continua de oportunidades de sinergia entre los diversos actores involucrados en la cadena de valor del envase.

EL DESAFÍO ES COMPARTIDO Y NECESITA DE TODOS

Nuestro amor por el planeta y sus habitantes es grande, así como lo es nuestro compromiso. Sabemos que este deber es impostergable y buscamos más organizaciones que crean lo mismo. Crear un #MundoSinResiduos es un objetivo colectivo al que todo actor de la sociedad puede sumarse sin excepción. Cuentan con Coca-Cola para recorrer este camino hacia el mundo que queremos para nosotros y las generaciones futuras. Un #MundoSinResiduos, un mundo mejor. ■

LA ECONOMÍA CIRCULAR:



el enfoque indispensable para la vida de las empresas y la sociedad

Por María Paz Cigarán, Gerenta General de Libélula.

A veces me pongo a pensar en la cantidad de conceptos que son tan obvios, pero que, por eso mismo, pasan desapercibidos. Eso me ocurre con la economía circular. Somos cada vez más las personas que nos damos cuenta de que la forma actual de vivir, producir y consumir no es sostenible; que muchos de los recursos que son renovables por naturaleza los estamos depredando o contaminando a tal nivel que hemos puesto en peligro a la humanidad y las demás especies del planeta. El cambio climático; la pérdida de la biodiversidad; la contaminación de los mares y ríos; la degradación de la tierra, bosques y demás ecosistemas, no son más que una evidencia indiscutible de que la forma en que hacemos las cosas hasta hoy ya no va más.

La economía circular es un modelo industrial regenerativo por diseño. Busca reemplazar el actual modelo económico lineal por un modelo circular que permite el aprovechamiento y reutilización de los recursos. En lugar de extraer nuevos recursos naturales, propone que los materiales que ya han sido procesados puedan ser reciclados, recuperados, reutilizados y remanufacturados de diversas maneras, a fin de proteger los recursos naturales de la sobreexplotación. De acuerdo con el Foro Económico Mundial, con el actual modelo de "tomar-usar-desechar", de los aproximadamente 65,000 millones de toneladas de materias primas que se extraen al año, el 80% termina siendo desechado, lo que representa una pérdida irreparable de aproximadamente US\$ 2.6 trillones cada año. Según la Fundación Ellen MacArthur, los fabricantes europeos podrían, con este enfoque, ahorrar cerca de US\$ 630,000 millones al año para 2025, en costos de materiales.

La economía circular no es más que la forma lógica de diseñar procesos ante un contexto diametralmente distinto: mucha más gente en el mundo con necesidades y altos niveles de consumo; recursos que parecieran no alcanzar (si cambiamos extracción por cuidado, siempre habrá para todos); un nivel de degradación ambiental con serias consecuencias para la sociedad; un nuevo consumidor

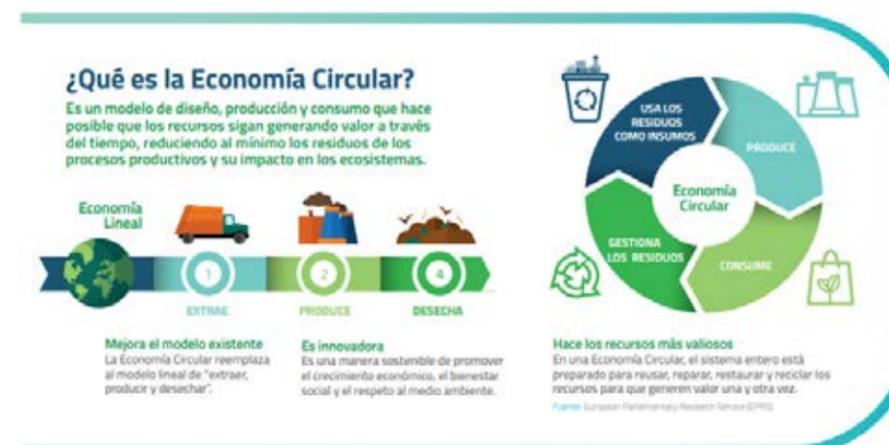
y ciudadano conectado globalmente, que demanda un mundo armónico a empresas y Gobiernos; tecnologías que nos permiten llegar a los sitios más inimaginables; nuevos estándares de reporte, financiamiento y requerimientos de entrada a mercados; y convenios ambientales de aplicación global (como el Acuerdo de París sobre el cambio climático). En la economía circular, ningún material es considerado basura o residuo, o estos se reducen al mínimo posible. La consecuencia es clara: optimización de recursos y reducción directa de costos; nuevos nichos de negocios; apertura a la innovación en procesos, productos y servicios; impacto ambiental positivo en el entorno; nuevos clientes que te prefieren; y equipos orgullosos de ser parte de tu organización. Quienes apuestan por ella, ya tienen resultados tangibles:

En 2006, Neptuno Pumps, empresa familiar chilena, decidió cambiar el enfoque lineal por uno circular, y ofreció a la industria minera equipos de bombeo hechos con material reciclado, que representaban un ahorro del 30% en el precio sin disminuir su eficiencia, y generan beneficios ambientales importantes (reducen en 70% los desechos y las emisiones de CO₂). Hoy, estos productos son comercializados en varios países de Latinoamérica y abren mercados en otros continentes.

- En diciembre de 2015, la Comisión Europea adoptó el Plan de Acción de Economía Circular para fomentar la creación de trabajos, crecimiento e inversión, y el desarrollo de una economía carbono neutral, eficiente en el uso de recursos y competitiva. Su implementación muestra muy buenos resultados: en 2016, la economía circular empleó más de 4 millones de trabajadores, un 6% más que en 2012, y abrió nuevas oportunidades de negocio alrededor de actividades de reparación, reúso y reciclaje que generaron alrededor de 147 billones de euros y representaron una inversión de 17.5 billones.

Un negocio que brinda utilidades financieras, pero a costa del ambiente y la sociedad, no es más un negocio viable. Probablemente permanecerá en el mercado un tiempo más, pero tiene fecha de caducidad. El cambio es solo cuestión de tiempo. Atreverse a pensar en una nueva forma de hacer empresa es una condición imprescindible para un gerente general o un empresario responsable con su negocio. Mide tu impacto (tu huella de carbono e hídrica) y ponte una meta en función de lo que la ciencia nos pide (carbono neutral, según los objetivos basados en ciencia); plantéate que tu empresa genere cero residuos en tu cadena de valor (la circularidad para el diseño de procesos, productos y servicios); y mide tu éxito usando tres tipos de indicadores: financieros, ambientales y sociales (evalúate con la certificación B).

Hoy es el tiempo de que los líderes empresariales transformemos la sociedad, que construyamos sin titubear el mundo que soñamos ante los desafíos ambientales globales. Tenemos todo de nuestro lado. Lo único escaso es el tiempo. ■





Oportunidades (circulares) que trascienden

Por Adriana Quirós, Gerente de Sostenibilidad de Corporación Brecia.

En este mundo cambiante, son pocas las empresas que perduran en el tiempo, que logran innovar para mantenerse relevantes. Las que lo logran tienen una característica en común: cuestionan. Cuestionan con miras hacia el futuro, mediante un análisis muy cuidadoso de las tendencias del mercado, su propósito, su modelo de negocio, sus productos y sus relaciones. Se cuestionan constantemente como prerrequisito para implementar cambios, y se atreven a tomar los riesgos asociados que trae consigo la transformación, para posicionarse como empresas innovadoras que crecen en el tiempo.

Este proceso de cuestionamiento es el que ha llevado al sector privado a dar grandes saltos tecnológicos, potenciar el progreso del país, mejorar la calidad de vida de millones de personas, impulsar el desarrollo, cambiar paradigmas y tener una visión a largo plazo. Lo ha llevado a intentar resolver una serie de interrogantes esenciales para la sostenibilidad, tal como la relación con su entorno o su contribución a la sociedad.

Pero hay empresas que van más allá. Se preguntan: ¿podemos optimizar y rediseñar nuestro producto o servicio estrella?, ¿podemos ser más eficientes y tener cero desperdicios?, ¿podemos valorizar los materiales que usamos y cerrar el ciclo? Cuando la empresa empieza a cuestionarse y responder preguntas como las anteriores ingresa —ya sea intencionalmente o por casualidad— en el mundo de la economía circular.

La economía circular es una mirada que se extiende a lo largo de todo el proceso. Se inicia en las mesas de dibujo con el diseño, lo cual permite mantener productos y materiales en el mercado por más tiempo —en alguna forma u otra— y, a su vez, reduce riesgos en la cadena de valor y residuos asociados.

Es circular y no lineal porque el rol del productor no termina cuando brinda el servicio o realiza la venta. Todo lo contrario. Es justamente cuando se finaliza la venta que la empresa busca que la información asociada al uso de su servicio o producto vuelva a

ella. Idealmente, el producto (o parte de él) es recuperado y revalorizado, con el fin de volver a incorporarlo en el proceso. Por ejemplo, cuando una lavadora es enviada de vuelta a la planta por un usuario. Este considera que la lavadora ya no le es útil, así que la empresa empieza a cuestionarse y analiza cómo fue utilizada y por qué falló. Esta data se convierte en insumo de diseño. La lavadora desechada, en vez de irse al relleno sanitario, es tratada como material nuevo y sus componentes son reutilizados e inclusive remanufacturados para sacar al mercado una lavadora nueva.

Bajo este nuevo paradigma, vemos cómo se utilizan menos insumos sin afectar las operaciones diarias de las empresas, al llevar a cabo, por ejemplo, videoconferencias en vez de viajes, lo cual evita el uso de recursos adicionales. O la transformación de modelos de negocio para ofrecer servicios en vez de productos.

Los modelos de negocio circulares se concentran en eliminar flujos de recursos que ya no se necesitan, en la reparación constante y el mantenimiento. Pueden concentrarse en la reutilización de recursos e, inclusive, en la redistribución y la creación de negocios adicionales con el antiguo residuo, revalorizado como nuevo producto. Lo único que se necesita es cuestionarse como empresa para ver cuál modelo de negocio es el adecuado.

La economía circular no se trata de reducir niveles de calidad, sino de

cambiar sistemas para mantener el mismo (o más alto) nivel, pero reduciendo la intensidad de uso de materiales y energía en el proceso.

En Brecia tenemos 130 años innovando. Hoy exploramos maneras para incorporar prácticas circulares en nuestra gestión de la sostenibilidad: piloteando ideas, contabilizando ahorros y, sobre todo, pensando de forma diferente, para redefinir la manera en la que hacemos las cosas. En nuestras empresas, contamos con iniciativas circulares diseñadas para reducir nuestro uso de recursos y materiales, reducir nuestros residuos y pensar en las interconexiones presentes en las industrias que representamos.

Incorporar la circularidad requiere cuestionarse, pensar diferente, diseñar, entender el valor y tratar el riesgo de manera diferente. Requiere un análisis interno del día a día, una revaluación constante. Implica pensar en sistemas, interconexiones y soluciones para lograr un impacto positivo.

En Brecia vemos la economía circular como una oportunidad para potenciar el progreso del Perú, hacer nuestras ciudades y comunidades más sostenibles, proteger nuestro entorno y construir nuestro futuro. Con la economía circular podemos incorporar la creatividad, la ciencia y la innovación en nuestros procesos, para crear así oportunidades que trascienden. ■



ECONOMÍA CIRCULAR Y TENDENCIA NATURAL

Por Guillermo Vidalón, Comunicador social.

Cuando se habla de economía circular, lo que se está proponiendo es reproducir el ciclo biológico que conocemos en la dinámica de la economía, es decir, cambiar la producción en función al consumo, obsolescencia y desechar, por el de retorno al productor de aquello que se ha dejado de usar para recuperar aquellos componentes que resulten útiles mediante el reciclaje o el procesamiento de sus partes.



Al respecto, hay quienes proponen que, en el futuro, los bienes duraderos deben ser “arrendados” y no vendidos al usuario final, quien los utilizará hasta que les resulten útiles para luego devolverlos al productor, quien llevará a cabo el proceso de recuperación del bien para que opere en un nuevo ciclo de uso.

En la economía globalizada, los más avanzados en este proceso son las industrias extractivas vinculadas a la actividad minera, porque ella produce y procesa un producto que en algún momento es transformado en un bien de uso final por el usuario y, una vez desechado, es procesado nuevamente, clasificado, fundido, procesado y transformado en un nuevo producto. Los metales industriales son transformados y recuperados más allá del producto final en el que hayan sido convertidos. No obstante, el volumen de su recuperación resulta insuficiente.

Por ejemplo, si anualmente se pudiese recuperar y procesar nuevamente todo el cobre producido en el mundo, siempre habría un gran segmento de la población que no vería satisfechas sus expectativas por las siguientes razones: a) No toda la población mundial cuenta con servicio eléctrico en sus domicilios, en consecuencia, hay una demanda insatisfecha que requiere de nueva producción de cobre para que cuente con dicho servicio, ni siquiera el empleo de energías renovables puede —en la actualidad— suplir la demanda del cobre, porque sus componentes también requieren de cobre para su fabricación; y b) no todo el cobre que se encuentra instalado

y operando en el mundo podría ser recuperado y retirado del servicio que brindan para que se cumpla la expectativa de una economía circular.

La demanda de bienes y servicios en el mundo siempre ha sido creciente, sea porque la población aumenta anualmente o porque aún existe un bolsón de millones de personas que viven en condiciones que no les permiten un mínimo de bienestar; en consecuencia, en cuanto su economía mejora, se convierten en consumidores de productos de todo tipo que contienen entre sus componentes diversos metales.

El anhelo de una economía circular, reparadora y regenerativa no implica dejar de hacer, sino el aprovechamiento adecuado de aquello que ya existe y que puede volverse a usar aplicándosele una transformación acorde con la demanda de cada época. Si bien es cierto la Tierra es finita, lo cierto es que el conocimiento humano avanza hacia la infinitud y se incrementa exponencialmente año a año; inclusive, se maximizará con el empleo de la inteligencia artificial.

El argumento de que la humanidad emplea recursos finitos y, por consiguiente, hay que ponerle coto a la insaciable demanda humana pierde fuerza cuando se confronta con la realidad, pues ya estamos explorando otros mundos dentro de nuestro sistema solar y, desde hace varios años, hemos tomado conciencia de lo ilimitado del universo.

Si bien es cierto que el desarrollo económico suele incrementar el consumo, no necesariamente incrementa el número de pobladores. En un mundo donde la dinámica económica es creciente, las personas requieren una

El anhelo de una economía circular, reparadora y regenerativa no implica dejar de hacer, sino el aprovechamiento adecuado de aquello que ya existe y que puede volverse a usar aplicándosele una transformación acorde con la demanda de cada época.

mayor capacitación y especialización para poder emplearse; en consecuencia, estas destinan más tiempo y recursos en su propia capacitación y, por consiguiente, reducen el número de miembros de la familia tradicional o postergan su ciclo reproductivo. Esto es lo que viene ocurriendo en países desarrollados, especialmente en Europa, donde las poblaciones de los países que integran esta comunidad de naciones disminuyen progresivamente.

Quizás la ecuación que está configurando la economía actual sea: a mayor crecimiento, mayor bienestar y menor número de pobladores. Una economía circular no es la que se opone a la dinámica actual, sino aquella que reflexiona sobre la ruta que van configurando las personas y refuerza el horizonte que nos llevará a un objetivo compartido.

Si la máxima de una economía circular es preservar y mejorar el capital natural, qué mejor que promover la tendencia natural que se orienta hacia un equilibrio en el que el número de pobladores sea el adecuado para el capital natural del que disponemos en la actualidad. ■

Economía circular: UN NUEVO ENFOQUE DE DESARROLLO

Por Marco Antonio Mejía, Presidente de Reciclame.

Según el Ministerio del Ambiente, en el Perú se produce cerca de 7 millones de toneladas de residuos sólidos domiciliarios cada año, de los cuales apenas 1.3 millones de toneladas son reciclables y, de estas, solamente 2 de cada 10 productos se reciclan efectivamente. El tema es importante, especialmente cuando la cantidad que regresa a las industrias para ser utilizada en nuevos productos es tan pequeña. El resto de los residuos termina en rellenos sanitarios o botaderos informales, se reutiliza ilegalmente en productos falsificados, contamina ríos y playas, o calles y parques.

Es por ello que el modelo lineal de “tomar, usar y desechar” que practicamos hoy en día está llegando al límite de su capacidad. El impacto en el ambiente y la creciente conciencia ambiental y social empiezan a exigir cambios en los modelos de negocio tradicionales, y el nuevo modelo de economía circular muestra una alternativa atractiva para la industria. Este modelo se está implementando en otros países y ofrece un camino efectivo hacia la sostenibilidad, ya que disminuye las pérdidas en los flujos productivos a través de la eficiencia de materiales y la producción más limpia, lo que genera mejoras productivas para las industrias, mientras reduce sus impactos sobre el ambiente y la población. Además, tiene especial enfoque en el reaprovechamiento de materiales que reingresan a la cadena de producción, es decir, potencia el reciclaje.

Por ello, a nivel internacional, la economía circular se encuentra en la mesa de discusiones. En Europa, el proceso de transición hacia este nuevo modelo económico se desarrolla desde hace algunos años con éxito relativo, mientras que en Latinoamérica el proceso ha tardado un poco más, pero ha cobrado valor en los últimos años debido a nueva normativa que promueve la minimización de residuos y el reaprovechamiento de materiales.

El Perú no es ajeno a esta situación y se encuentra en una etapa de actualización y adecuación. La reciente Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos y la Ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables demuestran el nuevo enfoque acorde con las tendencias internacionales, al establecer un marco jurídico para la adaptación y el desarrollo de industrias

sostenibles. Sin embargo, aún queda mucho trabajo de detalle por hacer en la ejecución. Más que seguir regulando, es necesario involucrar a todos los actores del sistema para iniciar acciones, con la población como un actor trascendental para el éxito en la implementación de un modelo que asimile positivamente las nuevas tendencias comerciales dirigidas al consumo responsable de recursos y el manejo de residuos.

En este contexto, hace ocho años, se fundó la asociación civil sin fines de lucro Reciclame, formada por empresas líderes en su rubro, como Coca Cola, Tetra Pak, Owens Illinois y San Miguel Industrias, quienes comparten un interés por contribuir al desarrollo sostenible del país. El primer objetivo principal de Reciclame fue sensibilizar a la población y facilitar la acción de reciclaje, por lo que, al inicio, se propició el uso de

estaciones de reciclaje en diversos puntos de la ciudad. Hoy, varios años después, además de continuar con la sensibilización, también elaboramos y entregamos información técnica y desempeñamos un rol articulador entre el sector público y privado para que se elaboren políticas públicas y se tomen decisiones asertivas que respondan a la realidad nacional.

Reciclame tiene la visión de apoyar a los actores en la implementación de un esquema de responsabilidad compartida en los sistemas de reciclaje. Para esto es clave una articulación de esfuerzos que logre sinergias entre el sector privado, la participación de la población y el respaldo normativo e institucional por parte de los Gobiernos nacional y locales, ya que ninguna ley ni actor cambiarán el panorama trabajando solos. No hay fórmula mágica, excepto que todos asumamos nuestra parte de responsabilidad. Buscamos apoyar a la industria para que desarrolle su rol como corresponde, con soporte técnico para la toma de decisiones y cambios en sus sistemas que benefician la recirculación de materiales en sus procesos productivos. Por ello, invitamos a todas las industrias interesadas a sumarse a Reciclame para generar buenas prácticas ambientales y mejorar nuestros sistemas de reciclaje. El momento es ahora. ■



La innovación que salvó a la naturaleza la está matando

Por Jorge Ueyonahara, Especialista y docente en Economía Circular, Sostenibilidad y RSE.

A mediados del siglo XIX, el billar se hizo muy popular entre la gente adinerada y el tener una mesa de billar era considerado un símbolo de estatus social. Para cubrir la demanda, era necesario extraer el marfil de los colmillos de los elefantes, por lo que su caza se volvió muy popular. Las tortugas también estuvieron en la mira de los cazadores, pues de su caparazón se obtenía el carey que era usado para la producción de peinetas para las damas de clase de alta.

El plástico, considerado una versión mejorada de los materiales de origen natural, fue el invento que salvó a estas dos especies de la extinción. Sin embargo, hoy, casi 150 años después, nos está matando con enormes cantidades de desechos en todas partes del mundo.

Se trata de uno de los inventos más revolucionarios de la historia, ya que ha mejorado nuestra calidad de vida, ha ayudado a abaratar los costos de producción y de transporte, y por ende ha democratizado el consumo de productos. En la actualidad, sería prácticamente imposible vivir sin él, pues casi todo lo que vemos y poseemos contiene plástico en mayor o menor grado. Intente enumerar todas las cosas con las que interactúa diariamente y que lo contienen; le aseguro que su lista será interminable.

La innovación dio un paso más al hacer del plástico un producto descartable, ya

que, dada su practicidad, buena calidad y bajo costo, permite que tanto el productor como el usuario no tengan ninguna culpa ni temor en desecharlo y volverlo a comprar. Esto ha originado un consumo excesivo de productos descartables que, a su vez, es causante de la acumulación de desechos. Entonces, debemos dejar claro que la situación actual no es culpa del plástico, sino de nosotros por nuestra actual forma de innovar, producir, consumir y desechar (esquema de una economía lineal), lo cual resulta insostenible.

La economía circular trata de imitar a la naturaleza, en la que los restos de una planta o un animal puedan convertirse en nutrientes para otras plantas o animales, lo que genera un ciclo natural en el cual nada se desperdicia. Al igual que las plantas, los productos no orgánicos (o técnicos) deberían adaptarse a ese ciclo natural mediante la posibilidad de ser reparados o ser fácilmente

desensamblados, para así extender su vida útil. De no ser posible, se optará por el reciclado, desechado o incinerado. Las diferentes acciones que una empresa pueda gestionar dependerán mucho del tipo de producto, la tecnología disponible, la legislación existente y la viabilidad económica, entre otros factores. Para la naturaleza nada es un desecho, todo elemento es un nutriente; por lo tanto, para la economía circular, todo desecho es considerado un error de diseño dentro del sistema. insertar diagrama

En el Perú, la economía circular se refiere principalmente a reciclaje, ya que los desechos (papel, cartón, aceite, comida, ropa, etc.) son recursos que generan valor a través de diversos productos y generan empleos. Sin embargo, es claro que se trata de un enfoque de reacción (por motivos legales, económicos, sociales o ambientales).

En otros países, la economía circular tiene un enfoque más de prevención por la escasez de recursos, debido principalmente al crecimiento poblacional, la migración del campo a la ciudad y el acceso al crédito, con el consecuente cambio de hábitos de consumo. Por ello, hay que estar preparados. ¿Qué pasaría si no se contara con la materia prima necesaria? ¿Sería sostenible un negocio en el tiempo?

No es malo enfocarse en el reciclaje de los desechos, pero primero hay que evitar crearlos, y esto no solo dentro de

las diferentes etapas de la cadena de suministro y operaciones de producción, sino una vez que el producto haya sido consumido por el usuario (considere esto como la responsabilidad extendida del productor).

La implementación de un modelo de negocio bajo el esquema de economía circular enfrenta muchos desafíos y, por tanto, abre las puertas a la innovación y tiene mucho que ofrecer como la optimización de recursos con los consiguientes ahorros de costos, mejor gestión del riesgo, mayor reputación, y nuevos clientes y mercados.

La economía circular no implica ser menos malos al corregir ciertas acciones, sino ser correctos, auténticos y comprometidos con todo. Para que esto funcione, debemos ser conscientes de nuestra propuesta de valor y de solución, la cual tiene que basarse en un pensamiento ético y sistémico que incluya una visión interdisciplinaria y a largo plazo, así como un gran involucramiento de los diversos *stakeholders* para buscar soluciones integrales y no solo parciales o temporales que puedan generar nuevos problemas en el futuro. Demos un paso a la vez en el camino correcto, la metodología de Circulab.eu puede ayudarlo. ■

GUÍA DE LA ECONOMÍA CIRCULAR

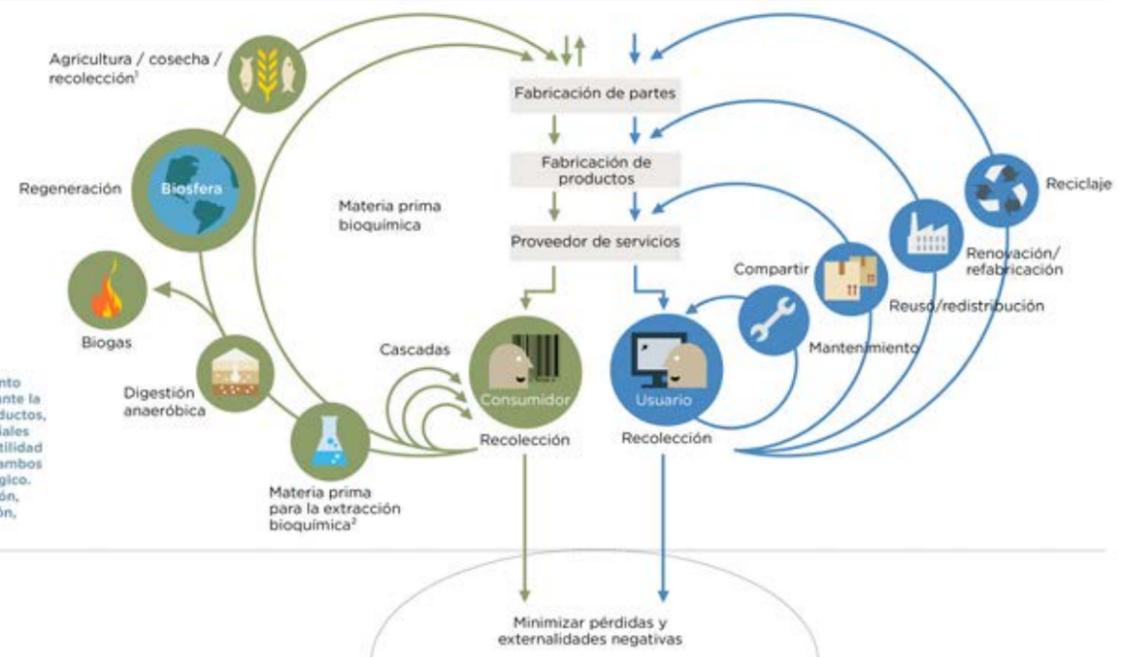
PRINCIPIO 1

Preservar y mejorar el capital natural, controlando los stocks y equilibrando los flujos de recursos renovables
Palancas: Regenerar, desmaterializar, compartir



PRINCIPIO 2

Optimizar el rendimiento de los recursos, mediante la circulación de los productos, componentes y materiales en uso, a su máxima utilidad en todo momento en ambos ciclos, técnico y biológico.
Palancas: Regeneración, compartir, optimización, circularidad



PRINCIPIO 3

Fomentar la eficiencia del sistema mediante la revelación y el descarte de las externalidades negativas

Minimizar pérdidas y externalidades negativas

1. Caza y pesca
2. Se pueden considerar ambas fuentes de la post-cosecha y de los residuos post-consumo, como insumos para el proceso.
Fuente: Ellen MacArthur Foundation, SUN and McKinsey Centro para negocios y medio ambiente. Dibujo de Braungart & McDonough, Cradle to Cradle (C2C)

Economía circular: PRODUCIENDO EL FUTURO

Por **Petra Schwager**, Directora del Programa de Alianza para Países para la República del Perú de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUUDI).

Los patrones de consumo actuales no son limpios. Materias primas y recursos son extraídos del ambiente para producir bienes y servicios, y luego son desechados en rellenos sanitarios y botaderos, en el mejor de los casos. Este “tomar-hacer-desechar” o “economía lineal” es tremendamente ineficiente en el uso de los limitados recursos de nuestro planeta y, por ende, no es sostenible.



Igualmente, el crecimiento poblacional está aumentando la presión sobre los recursos. Se espera que, en 2050, la población global alcance los 10,000 millones de habitantes, con 2,500 millones de consumidores ingresando a la clase media en la próxima década. La segunda megatendencia está vinculada al hecho de que cada vez más gente vive en las ciudades. El 54% de la población mundial vive en áreas urbanas, una proporción que se espera se incremente al 66% en 2050, con cerca del 90% del incremento concentrado en Asia y África, y con un 50% del casco urbano por construir.

Ambas megatendencias se reflejan en el uso de los recursos. Durante las últimas cuatro décadas, el uso de materiales se ha triplicado, de 27,000 millones de toneladas en 1970 a 90,000 millones en 2017, y se espera que se duplique nuevamente para 2050. Si esperamos satisfacer esas demandas y aun así proteger el planeta, la prosperidad y el bienestar tienen que desconectarse del uso ineficiente de recursos. Un desarrollo sostenible e inclusivo no se puede alcanzar sin un modelo de crecimiento industrial que sea eficiente en el uso de recursos, al mismo tiempo que permita proteger el entorno natural y la salud humana.

Debe generarse una economía circular mediante el rediseño de productos y un cambio radical de la forma en la que se producen, con un enfoque de ciclos de vida extendidos, reutilización y puesta en valor de los llamados “desechos”, para promover tanto la competitividad como la protección del medio ambiente.

La ONUUDI es la cara visible de las Naciones Unidas en materia de

economía circular: nuestro director general identificó este nuevo paradigma como una prioridad de la institución durante la Conferencia sobre Industria Verde, desarrollada en Lima en 2013.

Bajo esta premisa, hemos venido trabajando en diversos aspectos de la economía circular, estableciendo puentes para la transición hacia la circularidad en países en desarrollo y economías en transición, ya que esta economía debe ser adoptada a escala global.

La eficiencia en el uso de recursos es uno de estos aspectos y representa el núcleo duro de las prácticas de negocios circulares, en las que valor agregado y prosperidad son creados usando menos material, agua y energía. De manera más reciente, la ONUUDI extendió este concepto más allá de las fronteras de una compañía hacia conglomerados de empresas, a través de la transformación de parques industriales en parques ecoindustriales.

Otro aspecto medular de nuestras actividades es el referido al *chemical leasing*, que es un modelo de negocios en el que las transacciones vinculadas con químicos son efectuadas sobre la base de la prestación de un servicio, más que de la venta de un producto. Este esquema es similar a algunos modelos de negocios innovadores que nos permiten, por ejemplo, pagar por el tiempo de uso de un vehículo en lugar de adquirirlo.

Todavía existe una brecha relevante entre nuestra ambición por lograr la sustentabilidad a través de enfoques circulares y las múltiples prácticas de negocios. Por ello, es esencial compartir mejores prácticas, coordinar enfoques comunes y replicar experiencias exitosas.

La eficiencia en el uso de recursos es uno de estos aspectos y representa el núcleo duro de las prácticas de negocios circulares, en las que valor agregado y prosperidad son creados usando menos material, agua y energía.

Desde 2017, la ONUUDI ha organizado un importante número de eventos: El Foro de Economía Circular para América Latina, en Uruguay; la Conferencia Internacional “Economía Circular en la industria automotriz”, en asociación con la República Eslovaca; una TEDx Talk sobre economía circular para comunidades, en Viena; una “Conferencia sobre Economía Circular en Turismo”, con el gobierno de Eslovenia; y el Primer Foro Internacional sobre Economía Circular, con el Ministerio de la Producción y el Ministerio del Ambiente del Perú, en colaboración con la Unión Europea.

Debido a su experiencia, la ONUUDI ha sido invitada a apoyar el desarrollo de una hoja de ruta sobre economía circular en el Perú. Como parte de este esfuerzo, organizó, conjuntamente con el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de la Producción, un taller sobre Economía Circular, Industria 4.0 y financiamiento de impacto. ■

Y AHORA, ¿DÓNDE PONEMOS LA BASURA?

Por Pamela Navarrete, Analista de Estudios Económicos de ComexPerú.

Hace ya muchos años y, en línea con el crecimiento endógeno y el desarrollo económico y social del mundo, los humanos comenzamos a generar riqueza, pero también desperdicios. Bajo el modelo de economía lineal, el comprar, usar y desechar se volvió lo más usual, e incluso fueron apareciendo cada vez más opciones de consumo pensadas únicamente para la comodidad del usuario y la facilidad de disposición de los productos.



Al inicio, la basura se apilaba en botaderos, pero luego, al crecer las ciudades y —obviamente— el interés de las personas por no convivir de cerca con la basura, los desechos comenzaron a colocarse en rellenos sanitarios. Con el crecimiento poblacional, estos últimos fueron insuficientes y políticamente inviables (pues nadie quiere vivir sobre un relleno sanitario ni cerca a uno). No hubo más espacio en la tierra para colocar la basura. ¿Qué hicimos, entonces? Comenzamos a desechar la basura en el mar.

Hoy, de acuerdo con The Ocean Cleanup, existen cinco zonas de acumulación de basura en los océanos (conocidos como “garbage patches”). Solo el de la zona Pacífico Norte (Great Pacific Garbage Patch) cubre cerca de 1.6 millones de km² de mar, tres veces el tamaño de Francia.

De acuerdo con las últimas cifras del Banco Mundial, una persona promedio en América Latina produce 0.99 kg de basura al día, y nuestro continente ocupa el tercer lugar, luego de Norteamérica (2.21 kg) y Europa y Asia Central (1.18 kg). Una nota curiosa es que los países con altos ingresos generan un 34% de la basura del mundo, mientras que los países con bajos ingresos, solo un 5%. En el caso del Perú, una persona promedio genera 0.76 kg de basura al día.

En cualquier caso, es claro que la situación no da para más. Las economías y el mundo crecen, y lo seguirán haciendo; la tierra está saturada y el mar ya no aguantaría, entonces, ¿dónde comenzaremos a poner la basura?

Este es uno de los puntos clave

para pensar en economía circular. Atrás quedaron los días en los que solo se hablaba del reciclaje como mecanismo para reducir la contaminación. Hoy, el concepto de economía circular engloba no solo a los consumidores, sino también a las industrias. Los consumidores deben comenzar a reducir, reusar y reciclar, pero las empresas tienen también que pensar en optimizar los materiales y residuos, para darles una segunda vida. De acuerdo con McKinsey & Company y Ellen MacArthur Foundation, son seis las actividades que toda compañía debería evaluar: utilizar energías y materiales renovables en los procesos productivos (regenerar); mejorar la eficiencia del producto y reducir los desechos en el flujo de producción (optimizar); diseñar mejor los productos y empaques, para que puedan ser reinsertados al flujo de reciclaje local o nuevamente dentro de su proceso productivo (loop); entregar bienes y servicios virtualmente (digitalizar); promover la “sharing economy”, mediante el intercambio de productos o prolongar su vida útil mediante el mantenimiento (compartir), y reemplazar materiales antiguos por otros renovables avanzados o aplicar nuevas tecnologías como la impresión 3D (intercambiar).

Algunos casos típicos: ¿de qué sirve comprar un taladro que vas a usar 4 o 5 veces en toda tu vida si puedes alquilarlo solo cuando lo necesitas? ¿O por qué no contratar los servicios de un tercero que se encargue de proveer las computadoras e impresoras multifuncionales de una oficina, de manera que, cuando una se malogre o se vuelva obsoleta,

pueda ser devuelta, reparada o reintegrada nuevamente al flujo? Nike, por ejemplo, ha incorporado materiales reciclados en el 71% de su ropa y calzado, e Ikea hoy recompra sus muebles a los consumidores para remanufacturarlos e insertarlos nuevamente al ciclo productivo. Y en la región, Sodimac ya cuenta con un sistema de alquiler de herramientas.

De acuerdo con un estudio realizado por McKinsey, cambiar a un modelo de economía circular, en el caso de Europa, podría suponer, hacia 2030, un aumento en la productividad de los recursos del 3%, ahorro en costos por € 600,000 millones, 0.6 puntos de crecimiento económico adicional al año y una reducción del 48% en las emisiones de CO₂. En EE.UU., por su parte, un 16% de las empresas ya integran conceptos de economía circular y un 62% planean hacerlo pronto.

¿Por qué es importante, entonces, la economía circular? Pues porque, sin economía circular, no hay futuro. ■

Creando la infraestructura para la economía circular en APEC

Por Samir Jawwad, Analista de Asuntos Corporativos de ComexPerú.



Se prevé que la población mundial alcance los 9,700 millones de personas en el año 2050. En este contexto, es fundamental tomar todas las medidas posibles para mitigar el impacto que tenemos los seres humanos sobre el planeta y desarrollar modelos de negocio sostenibles que garanticen el bienestar de las futuras generaciones.

Una utilización más eficiente de los recursos no solo permitirá proteger la salud humana y el ambiente, sino también generará un mayor desarrollo económico y la sostenibilidad de los negocios.

Es a partir de esta necesidad de utilizar y reutilizar los materiales de forma más productiva en la totalidad de su ciclo de vida que surge la iniciativa, en ABAC (Consejo Consultivo Empresarial del APEC), de crear espacios de diálogo entre los miembros del APEC para compartir políticas de mejora de la sostenibilidad y la circularidad de sus economías. Una economía circular mantiene recursos en uso durante el mayor tiempo posible, extrae el valor

máximo de ellos mientras tienen vida útil y, luego, recupera y regenera productos y materiales al final de su ciclo. Mediante la evaluación de todo el ciclo de vida de los productos se pueden fortalecer las economías, mejorar el bienestar, optimizar el uso de los recursos, ahorrar energía y agua, y reducir las emisiones de carbono y residuos.

Las innovaciones que se están en marcha, transformarán la forma en que usamos y recuperamos materiales. Por ejemplo, se están desarrollando tecnologías para convertir plásticos utilizados no reciclados en bloques de construcción básicos (es decir, monómeros) que se pueden utilizar como materia prima para fabricar nuevos plásticos. Materiales que solían ser difíciles de reciclar están siendo convertidos en materiales de construcción, carreteras y bienes de consumo. Sin embargo, estas nuevas soluciones innovadoras requerirán apoyo e inversión para lograr una mayor escala.

DEFICIENCIAS Y PROBLEMAS ACTUALES

Pese a contar con una legislación a nivel nacional que regula el recojo y la gestión de residuos, muchas economías en el Asia-Pacífico carecen de suficiente infraestructura de gestión de residuos sólidos, lo que crea basurales mal administrados que contaminan el ambiente. Estos desafíos son exacerbados, a menudo, por la débil gobernabilidad; insuficientes prácticas para la minimización (reciclaje, recuperación y reutilización); alta morosidad en el pago de arbitrios del servicio de limpieza pública; trámites complejos para la obtención de licencias, permisos y autorizaciones para gestionar los residuos sólidos; y

limitaciones de información sobre el manejo de estos residuos.

La legislación peruana vigente al respecto es la Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos, que establece la gestión y el manejo de residuos sólidos. Sin embargo, hasta el momento, esta ley ha probado ser insuficiente. En el Perú, generamos alrededor de 19,000 toneladas diarias de residuos, según cifras del Ministerio del Ambiente. De los residuos sólidos generados, 54% son orgánicos y otro 20% son inorgánicos valorizables. Todos los residuos orgánicos pueden ser convertidos en abono para el sector agricultor, con una inversión mínima, y los orgánicos valorizables requerirían ser transformados antes de ser reutilizados. Sin embargo, apenas se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos reaprovechables que se generan. Además, solo el 52% de los residuos acaban en rellenos sanitarios autorizados, mientras que el 48% restante termina en uno de los 1,585 botaderos del país, los cuales ponen en riesgo el ambiente y la salud de la población.

SENTANDO LAS BASES PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

Para promover la economía circular se requiere migrar de el concepto de "residuos" y cambiar "gestión de residuos" a "gestión de recuperación de recursos". La consolidación de los residuos y materiales en instalaciones de incineración, o para los vertederos, debe considerarse el último recurso en el manejo de material de desecho que se produce a través de la actividad humana.

El recojo y la clasificación de residuos y materiales es vital para el desarrollo de una economía circular. Los esfuerzos para aumentar plataformas

de recolección deben integrarse con los esfuerzos para desarrollar sitios de entrega, instalaciones de recuperación de materiales, instalaciones industriales de recuperación de residuos y la creación de mercados de materiales para los consumidores y las empresas. La creación de una economía circular requerirá políticas y normas para una mayor reutilización, reparación, reciclaje y reutilización.

Las estrategias de educación y comunicación pueden desempeñar un gran papel en el impulso de la colaboración y la innovación para una economía circular. Esto se puede hacer a través de programas de recompensa para comunidades, sostenibilidad de la comunidad y eventos de asociaciones industriales y talleres de economía circular para políticos y empresarios.

Iniciativas del Gobierno como el I Foro Internacional de Economía Circular: Producción del Futuro, desarrollado en conjunto con las Naciones Unidas y la Unión Europea, serán indispensables para el intercambio de conocimientos y experiencias. Asimismo, las autoridades nacionales deben aprovechar al máximo los espacios de diálogo ofrecidos en APEC para conocer e implementar las políticas que permitirán el uso eficiente y adecuado de nuestros recursos. ■



EL ACTIVO MÁS VALIOSO DEL PERÚ: sus ecosistemas y biodiversidad, piezas clave para el desarrollo sostenible

Por **Carla Ledesma**, Profesional de la Dirección de Capacidades y Oferta Exportable del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

El comercio internacional de productos derivados de la biodiversidad nativa se ha mantenido de forma sostenible en los últimos años. Esto se debe, principalmente, a que los consumidores de hoy demandan productos, además de inocuos y funcionales, amigables con el medio ambiente.

El Perú es un país megadiverso, con gran variedad de recursos vivos y ecosistemas. Esto nos confiere un estatus sumamente importante como proveedor de productos con cualidades únicas, que actualmente son demandados en el comercio internacional.

Nuestro país posee ventajas comparativas y competitivas. Su ubicación brinda las condiciones necesarias para que sea considerado un país marítimo, andino, amazónico y con proyección bioceánica. Según el Ministerio del Ambiente, somos el quinto país con mayor biodiversidad del mundo, tenemos 84 de las 117 zonas de vida, el 17% del territorio nacional son áreas naturales protegidas,

ocupamos el primer lugar en mariposas, el tercer lugar en aves y el cuarto lugar en mamíferos en el mundo, además de tener más de 2,500 especies de orquídeas identificadas, 2,500 de las 4,000 especies de papas nativas domesticadas y 50 razas de maíz.

Así, la gran variedad de especies de flora y fauna y de recursos genéticos, así como la de sus ecosistemas, ha contribuido a lo largo de los años al crecimiento económico y el desarrollo sostenible de nuestro país. Es decir, las actividades asociadas a los organismos vivos y los ecosistemas donde se desarrollan, como agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, turismo, actividad forestal, entre otras, tienen

que llevarse a cabo en un sistema armonioso donde la sostenibilidad sea el eje principal, y el aprovechamiento de los bienes y servicios derivados contribuya también a la calidad de vida de las poblaciones donde se llevan a cabo estas actividades.

En ese sentido, a nivel internacional, conceptos como biocomercio, bionegocios, mercados verdes y otros han surgido durante el proceso de relacionar los objetivos del Convenio sobre Diversidad Biológica¹ con la búsqueda de alternativas productivas que mejoren la calidad de vida de las poblaciones locales. Tal es así que el modelo de negocio sostenible, como es el biocomercio, se constituye en una herramienta

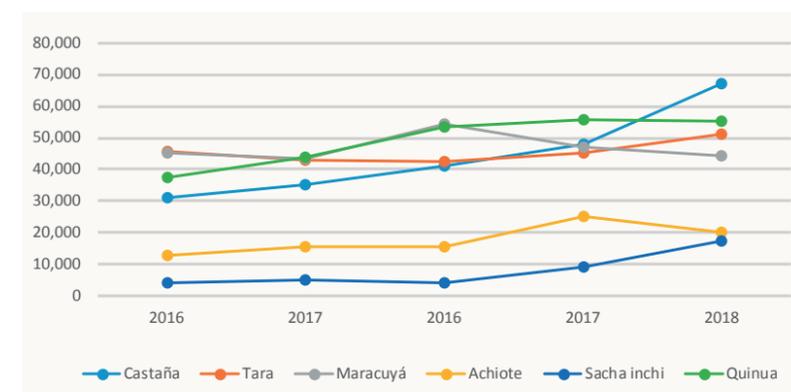
para el desarrollo del país a través del aprovechamiento y conservación de productos de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

En esa misma línea, el comercio internacional de productos derivados de la biodiversidad nativa se ha mantenido de forma sostenible en los últimos años. Esto se debe, principalmente, a que los consumidores de hoy demandan productos, además de inocuos y funcionales, amigables con el medio ambiente. En el 2018, las exportaciones peruanas de estos productos totalizaron US\$ 486 millones, con envíos de quinua, tara, castaña, sacha inchi, aguaymanto y uña de gato, entre otros. Estos productos, por sus características organolépticas, sumadas a sus propiedades nutricionales y funcionales, son conocidos también como superfoods o super alimentos, y se han sabido posicionar en mercados o nichos de mercados exigentes.

Por ejemplo, en el caso específico del sacha inchi, se observa que los envíos de este producto en 2018 crecieron un 87% con respecto a 2017 y, en un análisis del periodo 2014-2018, la variación es significativa, pues llega al 344% del total de sus productos derivados. Esto se debe principalmente a la apertura del aceite de sacha inchi (41% más que el año anterior) al mercado de la Unión Europea, producto que se encontraba catalogado como *novel food*² en dicho mercado, y a los envíos de sacha inchi tostado (171% más que el año anterior) al mercado asiático, principalmente a Corea del Sur.

Si bien los principales mercados de destino de nuestras exportaciones son EE.UU. y los países de la Unión Europea, existe una demanda creciente por este tipo de productos entre los países del Asia y Oceanía.

Nuestro país cuenta con una Estrategia Nacional de Biocomercio y un Plan



de Acción al 2025³, elaborados por la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio⁴, adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, cuyo objetivo es consolidar la institucionalidad, el marco legal y los mecanismos necesarios para promover e implementar el biocomercio en el Perú. Entre las actividades establecidas en el mencionado plan se encuentran aquellas vinculadas al desarrollo de la oferta; acciones para el ingreso de los productos derivados de la biodiversidad nativa a los mercados más exigentes, sin dejar de promover la investigación aplicada, el desarrollo e innovación para productos nuevos; así como la mejora tecnológica en los procesos productivos y de transformación de este tipo de productos.

Es necesario recalcar que la gran mayoría de productos derivados de la biodiversidad nativa⁵, demandados internacionalmente por sus propiedades nutricionales, cosméticas, medicinales y funcionales, están asociados a conocimientos tradicionales, cuyos poseedores son las comunidades indígenas, quienes los han transmitido de generación en generación por siglos, por lo cual deben ser debidamente valorados y reconocidos.

Si bien nuestro país presenta oportunidades de crecimiento por la gran biodiversidad que ostenta, también enfrenta amenazas, y estas son principalmente de índole antropogénico. La aparición de plagas

y enfermedades, los cambios en el uso del suelo, la contaminación ambiental, la sobreexplotación de los recursos naturales, la deforestación, la introducción de especies exóticas invasoras, los monocultivos, entre otras, perturban el equilibrio biológico y, por ende, las especies endémicas o nativas se hacen vulnerables en su mismo entorno. Frente a estas amenazas, se hace necesaria la implementación de un modelo de negocio sostenible en el que primen los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, para los productos de la biodiversidad.

Nuestros ecosistemas son, sin duda alguna, nuestro activo más valioso. Por ello, el Perú, como país megadiverso, debe aprovechar de manera inteligente y sostenible sus recursos naturales, apostando por el comercio internacional y manteniendo el equilibrio biológico. Un aprovechamiento adecuado de nuestros recursos de la biodiversidad no solo significará mayores ingresos para grandes sectores de la población, sino que permitirá a otros mercados beneficiarse con las propiedades de estos productos. ■

¹ Aprobado por Resolución Legislativa 26181 (1993).

² El Reglamento (CE) 258/1997, sobre nuevos alimentos e ingredientes alimentarios, considera *novel foods* o "nuevos alimentos" a los alimentos que no hayan ingresado a la Unión Europea antes del 15 de mayo de 1997.

³ Aprobado por Decreto Supremo 008-2016-MINCETUR (2016).

⁴ Creada mediante Decreto Supremo 009-2010-MINCETUR (2010).

⁵ Productos como sacha inchi, maíz morado, maca, quinua, castaña, maracuyá, tara, achiote, camu camu, tarwi, kiwicha, aguaymanto, sangre de grado (conocida como sangre de drago), tuna y algarrobo, entre otros.

LA IMPORTANCIA DE LOS CONTRATOS EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

Por Julio Guadalupe, Socio de Rodrigo, Elías & Medrano Abogados.



Normalmente, estamos acostumbrados a referirnos a las operaciones de comercio exterior en términos de cifras y estadísticas alimentadas por volúmenes de importación y exportación, tanto en cantidad como en valor. También es común referirnos a ellas en el marco de las oportunidades generadas bajo los alcances de los tratados de libre comercio suscritos por el Perú.

No obstante, muchas veces se pierde de vista y no se le da la importancia requerida al elemento subyacente relacionado con la indispensable interacción entre vendedor y comprador que se ve materializada, en la práctica, con el envío de una mercancía a cambio de un precio. Nos referimos al contrato de compraventa internacional.

OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR Y AUSENCIA DE FORMALIDAD

El dinamismo propio de las operaciones de comercio exterior origina que estas se lleven a cabo sobre la base de documentación comercial de uso cotidiano, por ejemplo, cotizaciones, órdenes de compra, correspondencia vía correo electrónico, facturas comerciales y transferencias bancarias. Estos documentos resultan escuetos y responden, en muchos casos, a formatos preestablecidos a los que se les cambian datos para acondicionarlos al pedido puntual que se está tramitando.

No obstante, la falta de documentos formales (contratos con cláusulas y hasta apostillados) no implica, en lo absoluto, que en estas operaciones no existan contratos. Si entendemos jurídicamente a la compraventa como un acuerdo de voluntades mediante el cual el vendedor y el comprador se ponen de acuerdo en la mercancía (objeto de la transacción) y el precio, fácilmente caeremos en cuenta de que el contrato de compraventa internacional está constituido por aquel cúmulo de documentos que son generados por las partes y que no solo permiten viabilizar la operación, sino que también constituyen prueba de su existencia.

UN RESPIRO EN EL CAMINO SIEMPRE SERÁ BENEFICIOSO

Nunca tan vigente la frase “lo urgente posterga lo importante”. En efecto, en las operaciones de comercio exterior todo tiene que hacerse rápido, circunstancia

sobre la cual podría dar fe cualquier funcionario de las áreas comercial y de logística de empresas importadoras y exportadoras. Esta adrenalina de lo inmediato se ha visto potenciada con el uso de tecnologías que permiten la comunicación e intercambio de información en tiempo real.

A pesar de ello, y no obstante vernos envueltos en esta “vorágine comercial”, siempre es recomendable, y también prudente, hacer una pausa en el camino para generar un espacio de reflexión acerca de los términos en los que se están pactando operaciones comerciales que no solo se agotarán con la entrega oportuna de una mercancía o el pago del precio en los términos fijados, sino que también tendrán repercusiones legales más allá de lo pactado entre las partes. Nos referimos puntualmente al nivel de escrutinio que, respecto de dichas operaciones, tendrán autoridades nacionales como la Sunat (tanto la Aduana como Tributos Internos) y las entidades sectoriales competentes.

Así, y si no tenemos tiempo o posibilidad de suscribir con nuestra contraparte comercial un contrato formal (con cláusulas) en el que se fijen con claridad las condiciones y términos de lo acordado, se debería, al menos, cuidar que la documentación comercial de soporte refleje adecuadamente dichas condiciones y términos. Así, por ejemplo, si en la orden de compra se indica el Incoterm CIF, en la factura comercial no se puede indicar el Incoterm FOB; si en los correos de trato comercial se señala que el pago se realizará a los 30 días de emitida la factura, en esta no puede decir que el pago se realizará a los 60 días.

Ejemplos tan simples como estos son un reflejo de una problemática cotidiana, la misma que no ayuda ni a mantener términos contractuales que

reflejen adecuadamente lo pactado ni a contar con explicaciones claras frente a las autoridades fiscalizadoras.

En este contexto, probablemente, el documento más idóneo para reflejar las condiciones contractuales sea la orden de compra, que es colocada por el comprador al vendedor y cuya numeración o referencia debería aparecer con claridad en las facturas comerciales que sean expedidas.

MUCHO MEJOR SI SE MANEJAN CONTRATOS MARCO

En la medida que sea posible, siempre resultará recomendable la suscripción de un contrato marco formal que regule la relación entre vendedor y comprador, y que, además, sea usado como sustento de pedidos posteriores y sus respectivos procesos de facturación. Estos contratos deberían contar con una numeración que permita su fácil referencia e incorporación en los documentos de sustento del pedido concreto de que se trate, a fin de hacer posible una adecuada trazabilidad.

Documentos como este permitirían asegurar que lo pactado entre las partes se encuentre claramente establecido, lo que sería también aplicable a las precisiones o modificaciones que pudiesen ser requeridas. Esto evitaría malas interpretaciones y ambigüedades.

La suscripción de este tipo de contratos resultará siempre importante, especialmente en países como el nuestro, en los que prima fuertemente aún una tradición formalista en lo relativo a la acreditación de lo pactado en las operaciones de comercio. ■

La nueva Ruta de la Seda: CHANCAJ-SHANGHÁI

Por **Eduardo García-Godos**, Director Ejecutivo del Instituto de Facilitación del Comercio,
& **Manuel Quiroga**, Socio de Quiroga & Barton Abogados.

Un inmenso mapa en las oficinas de Terminales Portuarios Chancay (TPCH), que traza las conexiones del futuro puerto de Chancay con los principales puertos del mundo, da cuenta de la visión de quienes emprendieron este importante proyecto. En medio de la guerra comercial entre China y EE.UU., que ensombrece los pronósticos de recuperación de la economía mundial, el proyecto “la franja y la ruta” (*one belt one road initiative*), que auspicia el Gobierno chino, se extiende hasta el Perú con la llegada de una emblemática inversión



En efecto, una de las noticias más importante del ambiente de negocios es la reciente adquisición, por parte del operador portuario Cosco Shipping Ports, del 60% de las acciones que poseía la minera Volcan en TPCH. Aunque la transacción se había cerrado formalmente unos días atrás, el 13 de mayo, el presidente de la República, con acierto, invitó a los principales ejecutivos de las empresas involucradas a un acto solemne en Palacio de Gobierno, con la presencia de los ministros de Comercio Exterior y Turismo, Economía y Finanzas, y Transportes y Comunicaciones.

Cosco Shipping Port, de China, es el operador de terminales más grande del mundo¹, con su oficina principal en Hong Kong y presencia en 36 puertos del mundo, y registra a 2018 un movimiento de más de 118 millones de TEU. Asimismo, las recientes adquisiciones en los puertos de Valencia y el Pireo, en Grecia, lo han posicionado como el líder de la zona del mediterráneo. TPCH es la primera inversión de Cosco en Latinoamérica y la segunda en este continente, después de Seattle (EE.UU.).

El puerto de Chancay, ubicado a 60 km al norte de Lima, se viene construyendo desde 2016 y sería el terminal portuario más grande del Perú y el primero de titularidad privada y uso público. El terminal es multipropósito y está conformado por una zona portuaria y una adyacente para usos industriales, comerciales y de servicios que, con las condiciones e incentivos adecuados, podrá convertirse en un colosal enclave productivo fuera de Lima, que creará su propia demanda, sin dejar de lado el impacto positivo en el desarrollo de esa parte de la región.

Se ha anunciado una inversión total aproximada de US\$ 3,000 millones. Solo en la primera fase (contenedores), que entrará en operaciones en 2021, se espera un movimiento de más de 1 millón de TEU, es decir, casi la mitad de lo que mueve el puerto del Callao. El volumen de carga proyectado como transbordo perfilará al terminal como un *hub* regional igual a Long Beach o Manzanillo en la costa del Pacífico, y servirá como punto de conexión comercial de China con el Perú, incluso a través de rutas directas, lo que promoverá una intensa competencia nacional e internacional.

Al ser el primer terminal de titularidad privada y uso público que entrará en operación, se deberá realizar una serie de precisiones regulatorias adecuadas a su realidad, pues, si bien esta figura es perfectamente legal, en la actualidad el sistema está concebido para que los terminales de uso público sean también de titularidad pública.

La inversión de Cosco traerá varios beneficios, entre ellos la inyección de capital extranjero que incentivará la llegada de más empresas chinas para la explotación de actividades económicas de valor agregado en la zona logística adyacente. Esto profundizará los esfuerzos de integración con China y el Asia, y ofrecerá una alternativa de acceso preferencial a EE.UU. de la producción de empresas chinas que actualmente enfrentan barreras comerciales impuestas en la coyuntura de la guerra comercial. Recordemos que el Perú es uno de los 5 países del mundo con un Tratado de Libre Comercio con China². También es importante destacar que la Alianza del Pacífico tiene entre sus objetivos exportar en bloque hacia el continente asiático, para maximizar las cadenas globales de valor.

Asimismo, el proyecto mejora la disponibilidad de infraestructura de calidad y descongestionará el Callao, con lo que, sumado a la reciente liberalización del cabotaje (que, de ser aprovechada correctamente, podría transformar el transporte interno de mercancías), en el mediano plazo puede ayudar a revertir el mal resultado de los indicadores mundiales de desempeño logístico y a consolidar el sistema portuario nacional como el líder de la costa oeste sudamericana.

Será interesante observar los cambios en la configuración de los puertos marítimos en la región con el ingreso de esta inversión que, además, llega en un momento oportuno en el que se vienen adoptando en el país prácticas de vanguardia como las comunidades

portuarias y el *port community system* (en gestación). Los puertos son indispensables para el desarrollo del comercio exterior y de la competitividad de los países; son motores de desarrollo local, regional y nacional, que impactan directamente en la economía de sus zonas de influencia. Así, la infraestructura portuaria aporta un valor agregado más allá de las operaciones logísticas en sí mismas. Por último, los puertos son decisivos en el diseño y desarrollo de las ciudades, por lo que la ciudad de Chancay será objeto de cambios sustanciales en su dinámica comercial y social. ■

¹ <https://lloydlist.maritimeintelligence.informa.com/LL1125032/Top-10-box-port-operators-2018>

² Los otros países son Chile, Australia, Costa Rica y Corea del Sur.

Business Process Outsourcing

El horizonte seguro para
la gestión de su empresa.



- GESTIÓN CONTABLE
- GESTIÓN ADMINISTRATIVA
- GESTIÓN FINANCIERA

 **VALPS**
Your business partner

Av. República de Panamá 3535, Of 403, San Isidro
T. +(511) 225 2568

¿Qué ángulos técnicos hay que reforzar para tener un análisis de impacto regulatorio de calidad?

Por Karen Trujillo, Consultora de Smart Regulation Perú.



La finalidad inmediata del proceso lógico del Análisis de Impacto Regulatorio (RIA, por sus siglas en inglés) es demostrar la necesidad de intervenir para atender y hacer frente a determinada problemática, a través de alternativas de solución, entre las cuales debe identificarse e implementarse aquella que revele el mayor beneficio neto positivo. Sin embargo, ¿qué elementos constituyen condiciones necesarias para que este proceso se desenvuelva con la técnica y la rigurosidad que amerita?

Un punto neurálgico para mostrar la existencia de un problema o necesidad que motiva una acción regulatoria o no regulatoria es la construcción de evidencia fundada en datos y estadísticas, sean estos de naturaleza cualitativa o cuantitativa. Ahora bien, el suministro de información muchas veces adolece de limitaciones: los datos de las variables de interés para el análisis no están contruidos o el acceso a ellos es restringido.

No resulta ajeno para el Poder Ejecutivo que, en ocasiones, el proceso de desarrollo de las etapas de necesidad, así como la de evaluación de impacto de las regulaciones, se prolongue o se debilite cuando no se dispone de estos recursos. La fuente directa de información estadística oficial de carácter nacional, y que ciertamente constituye un medio vital en este tránsito, es el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). No obstante, el mecanismo “formal” de solicitud de información, por la propia estructura normativa en este extremo, puede resultar desgastante y burocrático, lo que demanda incluso meses. Este escenario dilata la elaboración del análisis de impacto y no está exenta la posibilidad de prescindir de los datos requeridos, que son sustituidos por la recopilación de datos deficientes

dados los plazos estipulados para la presentación del RIA, lo cual inevitablemente puede converger a un análisis carente de calidad y hacia hallazgos no concluyentes.

Un punto neurálgico para mostrar la existencia de un problema o necesidad que motiva una acción regulatoria o no regulatoria es la construcción de evidencia fundada en datos y estadísticas, sean estos de naturaleza cualitativa o cuantitativa

En esa línea, el esfuerzo orientado a superar este obstáculo debería estar focalizado en simplificar el proceso de requerimiento de información entre las entidades del Poder Ejecutivo y el INEI, que depende de la Presidencia del Consejo de Ministros. Asimismo, al ser este último una pieza clave en la transición hacia la adopción de las prácticas que contempla el RIA, es crucial dotarlo de recursos y el equipo técnico que permita canalizar y agilizar el flujo de los requerimientos de datos que efectúan los diferentes sectores.

De otro lado, es fundamental que cada entidad del Poder Ejecutivo disponga de un equipo técnico que centralice la información (datos, indicadores, encuestas, etc.), generada por las diferentes áreas que lo conforman. Sobre el particular, es habitual notar que, cuando un ministerio solicita estadísticas, reportes, índices y otros recursos provenientes de otro ministerio, no es inmediata la identificación de aquella dirección u oficina a cargo de reportarla. Adicionalmente, se evidencia el mismo “apparatus burocrático” para oficializar el requerimiento de información tal como se describió previamente.

Esta realidad nos invita a evaluar qué instrumentos podrían sustituir estos canales longevos de acceso a data, que dilatan el efectivo desarrollo del RIA y desvirtúan el objetivo para el que fue creado. El acceso a estadísticas y otros datos útiles es central para el desarrollo de regulaciones, así como para identificar los potenciales costos y beneficios de determinadas propuestas¹. ■

¹ OECD (2018). Reviews of Regulatory Reform. Regulatory Policy in Slovenia – Oversight Matters.

Apuntes para el diseño de un paisaje legal del comercio electrónico transfronterizo de bienes no digitales en el Perú

Por **Gonzalo Bernal**, Asociado principal del Estudio Echeopar, asociado a Baker McKenzie International.

El avance de la tecnología está trayendo consigo cambios importantes en la estructura convencional del comercio internacional, lo que ha generado una revolución en lo que respecta al mercado y los agentes comerciales involucrados. Uno de estos cambios es la evolución del comercio electrónico transfronterizo.

Sin perjuicio de los múltiples beneficios que trae el comercio electrónico, este genera ciertas preocupaciones debido a la ausencia de una armonización regulatoria que establezca lineamientos para una correcta praxis. Esto incluye la concentración del mercado, la pérdida de la privacidad, las amenazas a la seguridad, la brecha digital y la cuestión de si realmente las tecnologías digitales han aumentado la productividad¹.

Ante ello, organizaciones tales como la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización Mundial de Aduanas (OMA) han comenzado a discutir cómo implementar normas que armonicen la regulación internacional en dicha materia. No obstante, existen diferencias considerables entre naciones o regiones en algunos temas significativos², lo que dificulta la armonización de los conceptos.

La discusión actual se acentúa en el tratamiento normativo que debe tener el comercio de bienes digitales y no digitales³

que usan la transmisión electrónica como medio. Respecto del primer tipo de bienes, la práctica comercial de la OMC ha dispuesto la aplicación del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS)⁴ sobre las transmisiones electrónicas, de conformidad con las normas aplicables al comercio electrónico; mientras que, con respecto al tratamiento de bienes no digitales, es decir, aquellos que son transportados físicamente, se opta por la aplicación del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).

En 2018, la OMA publicó el Marco Normativo sobre Comercio Electrónico Transfronterizo de Bienes, el cual establece estándares globales dirigidos a las administraciones de aduana y otras agencias gubernamentales, desarrollando pilares estratégicos para bienes no digitales, tales como la adopción de procedimientos simplificados en materia de liquidación y recaudación, gestión electrónica de datos, análisis de riesgos, entre otros, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico⁵.

Facilitación y simplificación del comercio	Seguridad y protección
<ul style="list-style-type: none"> Definición de terminologías. Habilitación de legislación para el comercio electrónico. Sistemas automatizados - Ventanilla única (otros organismos gubernamentales). Intercambio de datos electrónicos avanzados (interoperabilidad, conjuntos mínimos de datos, calidad de los datos, privacidad de los datos). Programa Importador Frecuente/ AEO para mercados e intermediarios de e-vendedores - facilitación mejorada Marco/directrices/normas - armonización y apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas. Procesos de devolución/reembolso (drawback). Aplicación y examen/actualización de las directrices para la publicación inmediata de la OMA y otros instrumentos conexos. 	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad del producto. Comercio ilícito. Cuarentena/ bioseguridad. Web/red oscura. Flujos financieros ilícitos - Seguimiento de las pistas financieras. Cooperación e intercambio de información entre las administraciones aduaneras. Contrabando de artículos de alto valor y de bienes sensibles desde el punto de vista medioambiental. Tecnologías de inspección no intrusiva (NII). Revisión/actualización de las herramientas pertinentes. Casos de estudio.
Recaudación de ingresos	Medición y análisis
<ul style="list-style-type: none"> De minimis. Simplificación de entrada. Clasificación, valoración, cuestiones de origen. Navegador del sistema armonizado, base de datos integrada de tarifas. Enfoque transaccional vs. enfoque basado en cuentas. Modelos alternativos de recaudación de ingresos (incluyendo análisis de impacto en la industria y el Gobierno). Tasas y cargos. Cooperación entre autoridades (aduanas y fiscalidad). 	<ul style="list-style-type: none"> Grandes volúmenes de datos (big data). Inventario y análisis de la labor que están llevando a cabo actualmente los organismos internacionales. Investigación y análisis de varios modelos de negocio de comercio electrónico - Casos de estudio. Medición de los flujos de comercio electrónico y de los beneficios económicos. Creación de capacidad, sensibilización y educación - Apoyo a la implementación.

En el Perú, muchos de los principios en materia de comercio electrónico establecidos en los tratados de libre comercio (TLC) suscritos con nuestros socios comerciales (EE.UU., Alianza del Pacífico o inclusive el CPTPP) han sido recogidos en el ordenamiento jurídico interno⁶, y quedan algunas materias por adecuarse correctamente. Sin embargo, estas normas o se enfocan únicamente en los bienes digitales o no están dirigidas a “reformar” los aspectos logísticos, aduaneros o comerciales que involucran este fenómeno.

Entre los aspectos que se deben tener en cuenta para regular adecuadamente el comercio electrónico transfronterizo de bienes no digitales en el Perú, están los siguientes:

- Reforma tecnológica de la aduana, con programas de trazabilidad y de cultura paperless a nivel nacional.
- Profundización del programa de ventanilla única conforme a estándares internacionales.
- Atención 24/7 para procesamiento aduanero, tanto de ingreso como de salida

de mercancías, según el incremento de volúmenes de transacciones B2C o C2C, lo cual generará un mayor ingreso de declaraciones postales o de envíos de entrega rápida.

iv. Implementación plena de cálculos y pagos electrónicos; incluidos servicios móviles (aplicaciones).

v. Implementación de inspecciones en instalaciones de importadores o exportadores.

vi. Evaluación de los niveles de mínimos para el pago de impuestos y declaraciones obligatorias.

vii. Implementación “real” de los principios de cooperación aduanera a nivel nacional e internacional.

Por lo expuesto previamente, podemos concluir que el acelerado crecimiento del comercio digital exige que el Gobierno peruano sea uno de los principales actores que impulsen la adopción de medidas que mejoren la regulación en materia de comercio electrónico transfronterizo, sin olvidar las reformas para bienes no digitales. Esto será posible si existe

voluntad política, visión e inversión en infraestructura digital que permitan no quedar por detrás de los cambios que están a la vuelta de la esquina. ■

¹ Organización Mundial del Comercio. World Trade Report, 2018. pág. 3. Traducción propia.

² Wang, M. Establishment of an international legal framework for cross-border electronic commerce rules: Dilemmas and solutions. World Customs Journal, Vol. 11, Number 2, 2017.

³ Los bienes digitales son aquellos productos transmitidos y suministrados a través de la red. La OMC ha agrupado los bienes digitales en cuatro categorías: (1) Televisión y películas; (2) Música; (3) Software y (4) Grabaciones de audio y video, computadoras y programas de entrenamiento.

⁴ En EE.UU. — Medidas que afectan al suministro transfronterizo de servicios de juegos de azar y apuestas, se dictaminó que el GATS era aplicable al comercio electrónico transfronterizo en el caso de un sitio de apuestas por internet mediante el cual se realizaban apuestas transfronterizas a través de un antiguo operador de juegos de azar en línea para consumidores estadounidenses. En este caso, el Grupo Especial de la OMC y el Órgano de Apelación recomendaron que las obligaciones y compromisos del GATS contraídos por los EE.UU. se apliquen al servicio de entrega electrónica (WT/DS285/26).

⁵ Fuente: <http://www.wcoomd.org/en/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce.aspx>

⁶ En referencia a lo regulado en el Perú sobre firmas digitales, protección de datos personales, normativa antisppam, ciberseguridad, neutralidad de red, entre otras materias.

⁷ Por ejemplo, nuestros TLC establecen que el Perú no podrá establecer derechos aduaneros sobre las transmisiones electrónicas, sin perjuicio que las mismas puedan imponer impuestos, cargas o tarifas sobre su contenido. Además, enfatiza el tratamiento no discriminatorio aplicable a las operaciones en línea, la protección de datos personales, entre otros temas.



A mayor burocracia, ¿mejor protección ambiental? PARTE II

Por Vivian Paredes, Gerente de Proyectos de LQ Ambiental¹.

En una edición anterior, comentamos acerca de la excesiva institucionalidad ambiental existente, pues en lugar de concentrarse funciones de evaluación ambiental en el Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace), es decir, pasar de un sistema sectorial a uno centralizado, se mantienen las direcciones sectoriales e, incluso, se han duplicado las direcciones ambientales en el sector energía, pues existe ahora una para electricidad y otra para hidrocarburos.

A esto se suma la diversidad de entidades con competencias en recursos naturales, tales como el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (Serfor); la Autoridad Nacional del Agua, en materia de recursos hídricos; el Ministerio de la Producción, en materia de recursos hidrobiológicos, así como los Gobiernos subnacionales con competencias transferidas en el marco de la descentralización. Frente a esta multiplicidad de entidades, todos los usuarios del sistema nos enfrentamos a una gran cantidad de procedimientos, reglas de juego e interpretaciones que nos alejan de la seguridad jurídica necesaria para promover la inversión y asegurar una adecuada protección ambiental.

En esta ocasión, quiero ahondar sobre esta multiplicidad de procedimientos que se convierten en barreras burocráticas que obstaculizan en lugar de promover la conservación e inversión en un contexto de desarrollo sostenible.

SOBRE LOS INFORMES TÉCNICOS SUSTENTATORIOS (ITS)

En 2013, la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)² aprobó una norma de carácter general para facilitar la modificación de los Estudios de Impacto Ambiental (EIA), en el marco del principio de celeridad del derecho administrativo, que nos llama a evitar actuaciones procesales que dificulten su desenvolvimiento o constituyan meros formalismos, a fin de alcanzar una decisión en tiempo razonable, sin que ello menoscabe el debido procedimiento o vulnere el ordenamiento.

Los ITS surgieron para aquellos cambios menores que no ameritaban pasar por un nuevo proceso de evaluación del EIA, sino solo por un trámite expeditivo, con un plazo de 15 días para obtener su conformidad. Esta disposición fue bien acogida por los sectores en sus respectivos reglamentos de protección ambiental y, definitivamente, tomada a bien por el sector empresarial.

Sin embargo, aún resultaba tedioso e infructuoso tener que elaborar un ITS y pasar por un procedimiento de aprobación para cambios insignificantes como poner cercos vivos o cambiar el sistema de coordenadas, etc. En ese sentido, la reciente modificación al Reglamento de Protección Ambiental de Hidrocarburos incluyó un listado de casos en los que no es necesario pasar por ITS o modificación del EIA, una mejora necesaria que se reclamaba hace mucho y que esperamos los demás sectores repliquen o que, en todo caso, el Ministerio del Ambiente establezca reglas generales respecto a cuándo no se requiere ningún tipo de estudio o instrumento ambiental.

Pero dicho reglamento también trajo un cambio en el trámite del ITS: la obligación de incorporar un mecanismo de participación ciudadana. Con ello, una figura creada para facilitar las modificaciones de los EIA se termina complejizando, bajo el argumento de que se han empleado ITS para aprobar cambios con impacto significativo. Es decir, en lugar de poner candados que esclarezcan cuándo aplica la figura del ITS y evitar la mala praxis, se opta por complejizarla, lo que contradice la finalidad por la cual fue creada.

Lamentablemente, en lugar de corregir este cambio, se estaría tomando como regla general para todos los sectores en el proyecto de modificación al Reglamento de la Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) que viene trabajando el Ministerio del Ambiente.

SOBRE LAS FICHAS TÉCNICAS AMBIENTALES (FTA)

El Reglamento del SEIA nos habla de 3 tipos de instrumentos: DIA (impactos negativos leves), EIA_{sd} (impactos negativos moderados) y EIA_d (impactos negativos altos); sin embargo, algunos sectores (como Transportes, Vivienda y Minería), en el afán de mantener motivos de subsistencia de las direcciones ambientales frente a la inminente transferencia de funciones al Senace, han creado un nuevo instrumento ambiental: las FTA.

Estas aplican para todo proyecto con impactos menores a leves, con lo cual se desvirtúa el objeto del sistema preventivo que establece el SEIA, cuyo fin es precisamente poner en movimiento todo el aparato estatal (recursos humanos, tiempo y dinero) para atender aquellos proyectos de

carácter significativo³. Se debería evaluar también la eliminación de las DIA, pues al aplicar un análisis costo-beneficio no se justificaría tener una evaluación previa para un proyecto de posibles impactos leves y menos aún para aquellos de impactos menores a leves (o insignificantes). Más bien, estos recursos deberían destinarse a afianzar la fiscalización posterior; más aún en un contexto en el cual el Tribunal Constitucional podría eliminar el aporte por regulación que recibe el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA).

Como señala Milton Friedman⁴, puede ser que la voluntad del Gobierno sea loable (como proteger el ambiente), pero al crear más procedimientos en lugar de reducirlos a lo mínimo necesario se crean beneficios para pocos y costos para muchos.

Complejizar las reglas no es la solución, pensemos en eliminar procedimientos, crear indicadores muy claros de cuándo uno debe pasar por evaluación previa, reducir entidades (y direcciones dentro de ellas), enfatizar la prevención mediante educación (formar consumidores ambientalmente responsables), mejorar la fiscalización y no llenarnos de más entidades y procedimientos que encarecen el presupuesto estatal y poco favor le hacen al ambiente y la inversión. ■

¹ La primera parte de este artículo fue publicada en la edición de la revista Negocios Internacionales, cuyo tema de portada fue [Energía E Hidrocarburos](#).

² Es curioso el hecho de que sea la PCM quien apruebe reglas relacionadas a la competencia rectora del Ministerio del Ambiente para los temas de evaluación ambiental.

³ Artículo 1 de la Ley del SEIA

⁴ Ensayo "Por qué el Gobierno es el problema", 1993.

SCOTIABANK OBTIENE ORO Y PLATA EN LOS EFFIE PERÚ 2019

En el reciente Effie Awards Perú 2019, evento que premia a las marcas y agencias publicitarias que lograron destacar durante el año pasado, Scotiabank logró obtener un oro y dos platas en las categorías Servicios Financieros, Promoción de Servicios y Relanzamientos, respectivamente. Cabe destacar el éxito de su campaña publicitaria "Cuenta Free", que contó con la participación de los futbolistas Renato Tapia y Edison Flores. Esta campaña se enfocó en recordar que esta cuenta no cobra comisiones al realizar cualquier tipo de retiro, a nivel nacional e internacional



SODIMAC Y MAESTRO ENTRE LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN AMÉRICA LATINA

La organización Great Place to Work reconoció a Sodimac y Maestro (pertenecientes al holding Falabella) como 2 de las 25 mejores empresas multinacionales para trabajar en Latinoamérica. Además, estas compañías de mejoramiento del hogar también fueron reconocidas como empresas socialmente responsables (ESR) por Perú 2021, gracias a sus prácticas empresariales y su compromiso con el medio ambiente y la sociedad. Cabe mencionar que es el sexto año consecutivo en el que ambas marcas reciben el reconocimiento como ESR, premio entregado todos los años por la Perú 2021, a partir de la cultura organizacional, el desarrollo del entorno y la gestión de riesgos e impacto por parte de las empresas.

SUPERMERCADOS PERUANOS SE SUMA A REDUCIR EL PLÁSTICO DE UN SOLO USO

En Piura, a partir del 1 de junio, Plaza Veá, perteneciente a la empresa Supermercados Peruanos, no entregará bolsas de plástico gratis para las compras, con el propósito de unirse a la campaña de menor uso de estas y crear así un hábito sostenible. Los usuarios podrán llevar desde casa las bolsas del material que deseen para cada una de sus compras. Asimismo, los trabajadores de Plaza Veá alentaron a los piuranos a utilizar bolsas de material reutilizable como tela, poliéster o carritos pequeños de compra. Tampoco se encontrarán bolsas de plástico en la zona de pesaje de los productos. Este supermercado en Piura se adelanta dos meses a la norma que entrará en vigor el 1 de agosto en todo el país.



RANSA PRESENTE COMO EXPOSITOR EN EL FORO INTERNACIONAL DE LOGÍSTICA DE BOLIVIA

El vicepresidente de Región Andina y Centroamérica de Ransa, Sergio Torrico, estuvo presente como panelista invitado en el Foro Internacional de Logística, organizado por la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (Cainco). Con el tema "Logística 3PL como ventaja competitiva de los negocios y un aliado estratégico en el proceso de expansión", la compañía peruana compartió su experiencia regional y fue este su tercer año consecutivo como participante de este evento. Cabe mencionar que Ransa lleva 16 años operando en el mercado boliviano y ofrece un extenso portafolio de soluciones integrales en logística.



SOUTHERN COPPER APUNTA A POSICIONARSE ENTRE LOS TRES PRINCIPALES PRODUCTORES MUNDIALES DE COBRE

La compañía minera, actual quinta productora de cobre del mundo, tiene en sus planes invertir más de US\$ 10,000 millones en los próximos ocho años, con lo que podría superar a sus rivales más cercanos, según señaló su vicepresidente de finanzas Raúl Jacob Ruisánchez. Las ampliaciones en Perú y México permitirían incrementar la producción en más de 800,000 toneladas para 2026, conforme las nuevas tecnologías potencien la demanda actual. Cabe agregar que, entre las iniciativas pendientes de aprobación por la junta directiva de la compañía, se encuentran la inyección de más de US\$ 5,000 millones para desarrollar los depósitos de Las Chancas y Michiquillay, y una nueva refinería en la ciudad portuaria de Ilo.

LATAM PERÚ APOYA LA CAMPAÑA "OPERACIÓN SONRISA"

Latam Airlines Perú y la Asociación Operación Sonrisa Perú anunciaron el lanzamiento de la campaña "Operación Sonrisa". Esta iniciativa beneficiará a 45 niños, adolescentes y adultos que sufren de labio fisurado o paladar hendido con una operación gratuita, y tendrá lugar entre el 19 y el 23 de junio del presente año en el Hospital Regional Honorio Delgado de Arequipa. Según Rosario Tejada, Subgerente de Asuntos Corporativos de Latam Perú, desde 2009, año en el que se inició esta alianza, hasta 2018, se ha operado a 1,289 personas.



COCA-COLA LANZÓ LA VERSIÓN "MINI" DE SUS 4 PRINCIPALES BEBIDAS

Coca Cola acaba de lanzar al mercado peruano cuatro de sus bebidas icónicas en un tamaño "mini", con el fin de satisfacer la creciente tendencia del consumo de bebidas en envases pequeños. Se trata de las bebidas Coca-Cola Sin Azúcar, Inca Kola Sin Azúcar, Fanta y Sprite. Estas nuevas botellas llevan 237 ml de bebida y son otro ejemplo del compromiso de la embotelladora para brindar una variedad de opciones de tamaño. El objetivo de la firma es que cada consumidor pueda elegir el tamaño que mejor se adapte a su estilo de vida.

FECHA DE CORTE: 05/06/2019

ESTADÍSTICAS COMERCIALES¹

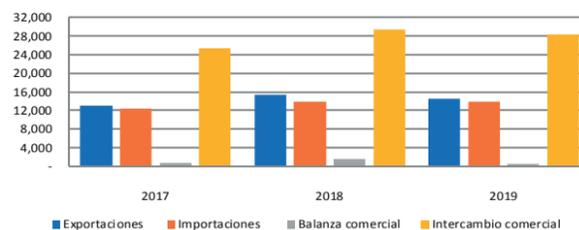
ENERO-ABRIL 2019/2018

EVOLUCIÓN DE LA BALANZA COMERCIAL ENERO-ABRIL 2019/2018 (MILLONES DE US\$)

	2017	2018	2019	Var % 19/18
Exportaciones	13,058	15,437	14,461	(6.32)
Importaciones	12,351	13,904	13,896	(0.05)
Balanza comercial	707	1,533	564	(63.18)
Intercambio comercial	25,410	29,340	28,357	(3.35)

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

PERÚ: BALANZA COMERCIAL (MILLONES US\$)



PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS ENERO-ABRIL 2019/2018 (MILLONES DE US\$ FOB)

Sub. Nac.	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	2019	2018	Var %	
1	2603000000	Minerales de cobre y sus concentrados	3,929	4,321	(9.07)
2	7108120000	Oro en las demás formas en bruto, incluido el oro platinado	2,003	2,414	(17.05)
3	2301201100	Harina, polvo y pellets de pescado con un contenido de grasa superior al 2% en peso	680	266	156.15
4	2608000090	Los demás concentrados de zinc	520	795	(34.57)
5	7403110000	Cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado	426	581	(26.76)
6	0806100000	Uvas frescas	357	301	18.72
7	2607000000	Minerales de plomo y sus concentrados	292	333	(12.17)
8	2601110000	Minerales de hierro y sus concentrados, sin aglomerar	264	177	48.68
9	2711110000	Gas natural, licuado	258	322	(19.74)
10	2710121900	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso (excepto los aceites crudos)	246	243	1.41
SUBTOTAL		8,976	9,753	(7.97)	
TOTAL		14,461	15,437	(6.32)	

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

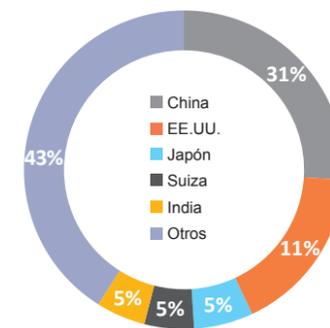
PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS ENERO-ABRIL 2019/2018 (MILLONES DE US\$ CIF)

Sub. Nac.	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	2019	2018	Var %	
1	2709000000	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	833	976	(14.65)
2	2710192111	Aceite diésel 2 con un contenido de azufre menor o igual a 50 ppm	434	507	(14.32)
3	8517120000	Teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	370	365	1.28
4	2710200012	Diésel B5, con un contenido de azufre menor o igual a 50 ppm	296	243	21.49
5	1005901100	Maíz duro amarillo	278	266	4.78
6	8703239020	Vehíc. ensamblados con motor de émbolo, 1.500 cc > cilindrada <= 3.000 cc	187	241	(22.39)
7	1001991000	Los demás trigos	180	148	21.20
8	2710121339	Las demás gasolinas para motores de vehículos automóviles con octanaje >= 90, <95	159	129	22.61
9	2304000000	Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya	153	153	0.44
10	8703229020	Vehíc. ensamblados con motor de émbolo cilindrada superior a 1.000 cc > cilindrada <= 1.500 cc	148	175	(15.37)
SUBTOTAL		3,037	3,203	(5.16)	
TOTAL		13,896	13,904	(0.05)	

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

SEGÚN SECTOR PRODUCTIVO 2019

EXPORTACIONES POR DESTINOS ENERO-ABRIL 2019



Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

PERÚ: EXPORTACIONES POR DESTINOS ENERO-ABRIL 2019/2018 (MILLONES DE US\$ FOB)

Nº	PAÍS DE DESTINO	2019	2018	Var %
1	CHINA	4,512	4,058	11.18
2	ESTADOS UNIDOS	1,600	2,552	(37.28)
3	JAPÓN	735	818	(10.15)
4	SUIZA	687	725	(5.23)
5	INDIA	657	862	(23.83)
OTROS		6,269	6,421	(2.36)
TOTAL		14,461	15,437	(6.32)

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

EXPORTACIONES TOTALES SEGÚN SECTOR ECONÓMICO ENERO-ABRIL 2019/2018 (MILLONES DE US\$ FOB)

SECTOR	2019	2018	Var%
TOTAL	14,461	15,437	(6.32)
TRADICIONAL	10,196	11,254	(9.40)
Minero	8,127	9,428	(13.79)
Petróleo y derivados	1,128	1,339	(15.79)
Pesquero	828	378	118.82
Agrícola	114	109	4.63
NO TRADICIONAL	4,264	4,183	1.96
Agropecuaria	1,819	1,742	4.42
Pesquero	559	455	23.00
Químico	493	511	(3.57)
Textil	456	440	3.65
Siderometalúrgico	354	443	(20.15)
Minería no metálica	190	199	(4.65)
Metalmecánico	185	195	(5.31)
Maderas y papeles	111	109	1.36
Varios (inc. joyería)	90	77	17.22
Pieles y cueros	7	10	(33.87)
Artesanías	0.3	0.3	19.34

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

EXPORTACIONES MINERAS Enero-Abril 2019/2018 (Miles de US\$ FOB)



Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	COMPAÑÍA MINERA ANTAMINA	1,012,848	1,229,971	(17.65)
2	SOCIEDAD MINERA CERRO VERDE	960,573	972,642	(1.24)
3	SOUTHERN PERÚ COPPER	703,110	633,985	10.90
4	TRAFIGURA PERÚ	537,850	587,980	(8.53)
5	COMPAÑÍA MINERA ANTAPACCAY	402,159	437,632	(8.11)
6	GLENCORE PERÚ	371,902	526,210	(29.32)
7	MINERA LAS BAMBAS	359,142	842,762	(57.39)
8	SHOUGANG HIERRO PERÚ	263,688	177,358	48.68
9	MINERA CHINALCO PERÚ	236,826	225,515	5.02
10	MINERA YANACOCCHA	228,781	207,117	10.46
11	NEXA RESOURCES CAJAMARQUILLA	188,267	252,115	(25.32)
12	IXM TRADING PERÚ	174,499	77,355	125.58
13	HUBBAY PERÚ	173,587	223,099	(22.19)
14	COMPAÑÍA MINERA ARES	149,309	182,246	(18.07)
15	GOLD FIELDS LA CIMA	137,140	88,476	55.00
16	MINSUR	132,977	162,183	(18.01)
17	CÍA. MINERA PODEROSA	113,806	113,083	0.64
18	MINERA BARRICK MISQUICHILCA	99,500	162,678	(38.84)
19	PROCESADORA SUDAMERICANA	92,048	80,390	14.50
20	MINERA AURÍFERA RETAMAS	85,334	93,495	(8.73)
21	MERCURIA PERÚ	56,950	83,379	(31.70)
22	COMERCIALIZADORA DE METALES LUZ	52,622	39,035	34.81
23	MINERA LAYTARUMA	48,661	51,571	(5.64)
24	CÍA. MINERA COIMOLACHE	45,932	56,479	(18.67)
25	CORPORACIÓN DEL CENTRO	44,833	37,036	21.05
26	ANDINA TRADE	39,605	30,800	28.59
27	NEXA RESOURCES PERÚ	39,211	3,968	888.10
28	COMPAÑÍA DE MINAS BUENAVENTURA	35,243	165,345	(78.69)
29	MINERA EL EREM	34,076	-	-
30	EMPRESA MINERA KEYKO Y KOMNY	33,901	-	-
31	ANABI	33,835	21,493	57.42
32	MINERA TIA-HUANACO	33,377	-	-
33	TRADING EXPRESS GOLD	30,714	36,235	(15.24)
34	MINERA VETA DORADA	30,044	35,821	(16.13)
35	LAS LOMAS DORADAS	28,701	18,741	53.15
36	OPTAMINE	28,630	56,588	(49.41)
37	HUMON LATIN AMERICA	27,865	14,133	97.16
38	CONSORCIO MINERO HORIZONTE	27,394	49,259	(44.39)
39	MINING SAPPHIRE	26,878	-	-
40	CÍA. MINERA SANTA LUISA	26,849	15,856	69.33
41	METCO TRADING	26,301	5,004	425.61
42	VOLCAN COMPAÑÍA MINERA	26,205	45,963	(42.99)
43	EXPORTACION LEONEL Y VILMA	24,188	1,420	-
44	ASOCIACIÓN CALLEJÓN BAJO Y ALTO N°2	24,083	21,630	11.34
45	MINERA TAVEMACH	23,436	17,080	37.21
46	LA ARENA	23,037	77,854	(70.41)
47	MINERA EXPORTACIÓN CIPRIÁN	22,432	-	-
48	COMPAÑÍA MINERA CARAVELÍ	22,403	20,602	8.74
49	TRADING PARTNERS PERÚ	22,263	21,128	5.37
50	MINERA YANAQUIHUA	21,519	17,580	22.41
SUBTOTAL		7,384,531	8,220,290	(10.17)
TOTAL		8,127,306	9,427,871	(13.79)

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

¹ Nota: Todas las cifras son resultados preliminares obtenidos directamente de la fuente oficial, la SUNAT. En estas estadísticas, el sector petróleo y derivados incluye al gas natural.

EXPORTACIONES
PESQUERAS
Enero-Abril 2019/2018
(Miles de US\$ FOB)

Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	TECNOLÓGICA DE ALIMENTOS	195,556	93,281	109.64
2	PESQUERA EXALMAR	111,476	32,109	247.18
3	CORPORACIÓN PESQUERA INCA	109,813	43,419	152.91
4	PESQUERA DIAMANTE	94,861	32,590	191.07
5	PESQUERA HAYDUK	88,559	50,904	73.97
6	AUSTRAL GROUP	83,002	31,058	167.25
7	CFG INVESTMENT	67,010	19,656	240.92
8	DSM MARINE LIPIDS PERÚ	34,440	30,489	12.96
9	MARINASOL	31,364	24,989	25.51
10	SEAFROST	30,874	26,849	14.99
11	PESQUERA CENTINELA	25,830	4,763	442.29
12	ALTAMAR FOODS PERÚ	22,410	20,714	8.19
13	PROD. ANDINA DE CONGELADOS	19,661	22,653	(13.21)
14	COSTA MIRA	18,717	15,467	21.02
15	INVERSIONES PRISCO	16,807	20,754	(19.02)
16	OCÉANO SEAFOOD	16,304	5,914	175.67
17	INVERSIONES HOLDING PERÚ	14,504	12,829	13.06
18	PESQUERA CANTABRIA	13,896	3,413	307.18
19	PERUVIAN SEAFOOD	13,454	8,616	56.15
20	SPRING VALLEY FRUIT	13,027	6,421	102.87
21	PERUPEZ	12,819	9,207	39.24
22	ECO-ACUÍCOLA	11,840	5,745	106.09
23	DEXIM	11,800	12,270	(3.84)
24	COMP. PESQUERA DEL PACÍFICO CENTRO	11,676	3,981	193.33
25	MIK CARPE	11,525	12,217	(5.66)
26	DAEWON SUSAN	10,753	8,266	30.10
27	PROVEEDORA DE PRODUCTOS MARINOS	10,223	10,657	(4.07)
28	CORPESMAR	9,941	7,830	26.96
29	CORP. DE INGENIERÍA DE REFRIGERACIÓN	9,501	9,037	5.14
30	MAR ANDINO PERÚ	9,357	-	-
31	PACIFIC FREEZING COMPANY	8,768	6,285	39.51
32	INDUSTRIAL PESQUERA SANTA MÓNICA	8,576	5,386	59.23
33	REFRIGERADOS FISHOLG & HIJOS	8,188	10,387	(21.17)
34	DOIL INTERNATIONAL	7,618	10,747	(29.12)
35	SABANAMAR PACÍFICO	7,506	6,819	10.07
36	PRODUPESCA	7,375	7,022	5.03
37	EXPORTADORA CETUS	6,838	7,124	(4.01)
38	SERCOSTA	6,587	11,265	(41.53)
39	KSL	6,339	4,235	49.69
40	COMPAÑÍA AMERICANA DE CONSERVAS	5,766	6,204	(7.05)
41	PESQUERA CARAL	5,466	555	885.08
42	NOVAPERÚ	5,374	9,622	(44.15)
43	ARMADORES Y CONG. DEL PACÍFICO	5,050	3,276	54.14
44	PESQUERA CAPRICORNIO	4,483	177	-
45	MEGA PESCA	4,415	2,439	81.02
46	MAI SHI GROUP	4,061	2,210	83.79
47	ACUACULTURA Y PESCA	4,038	3,097	30.38
48	FERNÁNDEZ	4,023	1,052	282.34
49	MARFRIO PERÚ	3,834	1,743	120.01
50	COLANFISH	3,742	1,337	179.87
	SUBTOTAL	1,249,049	687,079	81.79
	TOTAL	1,387,108	833,095	66.50

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

EXPORTACIONES
AGRÍCOLAS
Enero-Abril 2019/2018
(Miles de US\$ FOB)

Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	VITAPRO	60,701	61,465	(1.24)
2	VIRÚ	47,783	49,267	(3.01)
3	CORPORACIÓN DANPER	46,024	48,387	(4.88)
4	CAMPOSOL	45,993	42,717	7.67
5	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA	36,106	33,312	8.39
6	GLORIA	34,872	28,066	24.25
7	GANDULES INC	32,349	34,728	(6.85)
8	EL PEDREGAL	29,338	46,359	(36.71)
9	MACHU PICCHU FOODS	28,689	22,615	26.86
10	MONDELEZ PERÚ	26,175	22,924	14.18
11	AGRÍCOLA ANDREA	24,636	14,241	73.00
12	CORPORACIÓN AGROLATINA	23,073	22,251	3.69
13	EXPORTADORA SAFCO PERÚ	22,761	21,055	8.11
14	PROCESADORA LARÁN	21,124	16,083	31.35
15	HORTIFRUT-TAL	20,680	13,340	55.02
16	SUNSHINE EXPORT	18,765	16,977	10.54
17	NATUCULTURA	18,374	17,166	7.04
18	SOCIEDAD AGRÍCOLA RAPEL	16,264	6,412	153.66
19	AGRO VICTORIA	15,246	11,824	28.94
20	AGROINDUSTRIAS AIB	14,349	14,806	(3.08)
21	PROCESOS AGROINDUSTRIALES	14,078	14,730	(4.43)
22	EXPORTADORA ROMEX	13,713	6,894	98.92
23	GREEN PERÚ	13,706	15,149	(9.53)
24	ASICA FARMS	13,360	12,299	8.63
25	PACIFIC PACKING GROUP	13,102	-	-
26	CAMET TRADING	13,050	12,594	3.62
27	PLANTACIONES DEL SOL	12,925	5,698	126.81
28	PERALES HUANCARUNA	12,767	9,529	33.98
29	SOBIFRUTS	12,684	12,557	1.02
30	SOCIEDAD AGRÍCOLA DROKASA	12,480	13,736	(9.14)
31	MONSANTO PERÚ	12,445	8,103	53.58
32	AGRÍCOLA PAMPA BAJA	12,313	17,714	(30.49)
33	AGRÍCOLA DON RICARDO	12,204	14,940	(18.31)
34	RVR AGRO	11,983	13,071	(8.32)
35	ALICORP	11,906	14,373	(17.17)
36	EXPORTADORA FRUTÍCOLA DEL SUR	11,853	12,390	(4.34)
37	HORTIFRUT PERÚ	11,179	-	-
38	DOMINUS	10,814	14,400	(24.90)
39	AGRÍCOLA CERRO PRIETO	10,442	4,843	115.63
40	TALSA	10,380	15,730	(34.01)
41	CARTAVIO	9,909	4,760	108.16
42	PRONATUR	9,908	10,367	(4.43)
43	AGRÍCOLA CHAPI	8,876	6,441	37.80
44	ECOSAC AGRÍCOLA	8,750	5,672	54.28
45	EL ÁLAMO EXPORT	8,488	4,163	103.87
46	OLAM AGRO PERÚ	8,182	11,783	(30.56)
47	AGRÍCOLA SAN JOSÉ	8,097	6,898	17.38
48	LUJANA VERDE	8,035	7,216	11.35
49	FLP DEL PERÚ	7,771	8,422	(7.74)
50	INKA CROPS	7,671	5,286	45.12
	SUBTOTAL	916,372	833,753	9.91
	TOTAL	1,933,021	1,850,923	4.44

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

EXPORTACIONES
TEXTILES
Enero-Abril 2019/2018
(Miles de US\$ FOB)

Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	CONFECCIONES TEXTIMAX	30,523	19,855	53.74
2	MICHELL Y CIA	29,727	35,787	(16.93)
3	DEVANLAY PERÚ	27,354	20,314	34.66
4	INCA TOPS	21,933	17,186	27.62
5	INDUSTRIAS NETTALCO	18,158	15,492	17.20
6	TEXTILE SOURCING COMPANY	16,926	16,196	4.51
7	HILANDERÍA DE ALGODÓN PERUANO	15,657	13,943	12.29
8	SOUTHERN TEXTILE NETWORK	15,200	16,871	(9.91)
9	TEXTILES CAMONES	14,834	16,612	(10.70)
10	TEXTIL DEL VALLE	14,579	9,606	51.77
11	TOPY TOP	13,689	17,912	(23.58)
12	GARMENT INDUSTRIES	12,265	12,294	(0.24)
13	COTTON KNIT	10,296	9,485	8.55
14	SUDAMERICANA DE FIBRAS	9,934	13,038	(23.80)
15	FITESA PERÚ	8,376	5,653	48.16
16	CREDITEX	8,309	5,272	57.61
17	PRECOTEX	7,786	6,805	14.42
18	INDUSTRIA TEXTIL DEL PACÍFICO	7,119	10,924	(34.83)
19	PERÚ FASHIONS	7,009	7,226	(3.01)
20	CLASIFICADORA DE LANAS MACEDO	4,616	3,000	53.88
21	EL MODELADOR	4,589	3,996	14.84
22	FIBRAS INDUSTRIALES	4,415	3,922	12.57
23	FRANKY Y RICKY	3,817	3,642	4.80
24	INCALPACA	3,533	3,883	(9.01)
25	FIBRAS MARINAS	3,464	3,392	2.11
26	LIVES	3,125	4,079	(23.38)
27	TEXTIL OCÉANO	2,934	2,157	36.05
28	CÍA. INDUSTRIAL NUEVO MUNDO	2,636	2,978	(11.46)
29	MANUFACTURAS AMÉRICA	2,594	2,555	1.56
30	ALMERIZ	2,434	2,578	(5.59)
31	ARIS INDUSTRIAL	2,398	2,388	0.43
32	CORPORACIÓN ALL COTTON	2,107	1,595	32.12
33	CONFECCIONES TRENTO	2,000	2,315	(13.61)
34	CATÁLOGO	1,914	2,230	(14.15)
35	GARMENT TRADING	1,878	1,138	64.98
36	TEXTIL CARMELITA	1,854	1,901	(2.49)
37	FIBRAFIL	1,853	1,831	1.21
38	COFACO INDUSTRIES	1,768	3,379	(47.67)
39	NELANA	1,759	1,946	(9.59)
40	IBEROPLAST	1,756	1,737	1.07
41	FIL EXPORT	1,728	1,198	44.32
42	TEXPIMA	1,688	1,088	55.20
43	BADINOTTI PERÚ	1,654	1,955	(15.41)
44	TEJIDOS SAN JACINTO	1,610	2,497	(35.53)
45	1818	1,494	1,386	7.83
46	TUBERÍAS Y GEOSISTEMAS DEL PERÚ	1,415	942	50.32
47	GAITEX	1,408	709	98.51
48	TEXGROUP	1,388	1,285	7.98
49	PITATA	1,369	1,795	(23.74)
50	HILADOS PACARÁN	1,257	1,231	2.10
	SUBTOTAL	362,133	341,200	6.14
	TOTAL	455,987	439,937	3.65

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

EXPORTACIONES
DIVERSAS
Enero-Abril 2019/2018
(Miles de US\$ FOB)

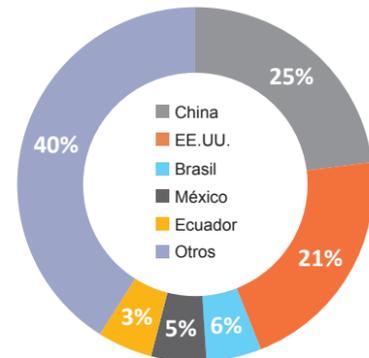
Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	REFINERÍA LA PAMPILLA	259,016	408,934	(36.66)
2	PERÚ LNG	258,447	322,012	(19.74)
3	PLUSPETROL PERÚ CORPORATION	245,976	242,565	1.41
4	PETRÓLEOS DEL PERÚ PETROPERÚ	174,613	154,421	13.08
5	NEXA RESOURCES CAJAMARQUILLA	104,640	151,248	(30.82)
6	REPSOL MARKETING	93,893	100,880	(6.93)
7	COMPAÑÍA MINERA MISKI MAYO	75,295	75,946	(0.86)
8	TECNOFIL	56,441	62,347	(9.47)
9	AIR BP PBF DEL PERÚ	51,502	40,101	28.43
10	CORPORACIÓN ACEROS AREQUIPA	47,512	55,571	(14.50)
11	OPP FILM	46,076	46,307	(0.50)
12	ARIN	45,031	22,498	100.16
13	CENTELSA PERÚ	41,775	42,400	(1.48)
14	INDUSTRIAS ELECTRO QUÍMICAS	35,948	46,868	(23.30)
15	QUIMPAC	35,445	46,848	(24.34)
16	ZINC INDUSTRIAS NACIONALES	28,087	33,848	(17.02)
17	CERÁMICA LIMA	19,954	20,890	(4.48)
18	KIMBERLY-CLARK PERÚ	19,520	19,119	2.10
19	AGP PERÚ	18,724	29,783	(37.13)
20	PERUPLAST	17,663	18,286	(3.41)
21	PRODUCTOS TISSUE DEL PERÚ	17,452	7,352	137.37
22	ÓXIDOS DE PASCO	17,304	21,822	(20.70)
23	INTRADEVCO INDUSTRIAL	17,287	15,400	12.25
24	COMPAÑÍA GOODYEAR DEL PERÚ	16,483	18,155	(9.21)
25	INDECO	16,349	16,090	1.61
26	SOUTHERN PERÚ COPPER	15,815	14,790	6.93
27	SAN MIGUEL INDUSTRIAS PET	15,119	10,663	41.79
28	UNIQUE	12,666	13,170	(3.83)
29	FAMESA EXPLOSIVOS	11,914	8,959	32.98
30	TERPEL COMERCIAL DEL PERÚ	11,861	5,147	130.41
31	PRONEX	11,829	15,729	(24.80)
32	CORPORACIÓN PRIMAX	11,399	8,158	39.72
33	OWENS-ILLINOIS PERÚ	11,258	7,103	58.49
34	INKABOR	10,928	10,997	(0.63)
35	FERREYROS	10,595	3,427	209.17
36	EMUSA PERÚ	10,488	10,348	1.35
37	UNIÓN ANDINA DE CEMENTOS	10,376	12,326	(15.82)
38	CHR. HANSEN	10,080	9,858	2.26
39	ACEROS CHILCA	9,811	3,351	192.73
40	FUEL LOGISTICS	9,764	4,626	111.06
41	SUCROALCOLERA DEL CHIRA	9,390	5,225	79.70
42	METROCOLOR	8,976	11,567	(22.40)
43	OIL TRADING	8,628	6,965	23.88
44	MOTORES DIÉSEL ANDINOS	8,341	7,332	13.76
45	RESEMIN	8,249	15,669	(47.35)
46	CERÁMICA SAN LORENZO	7,534	10,268	(26.62)
47	REY EXPORT INTERNACIONAL	7,434	7,352	1.12
48	INVERSIONES ANTAÑA	7,309	9,073	(19.44)
49	FCA. NAC. DE ACUMULADORES ETNA	7,232	6,661	8.57
50	MADERERA BOZOVICH	7,168	4,706	52.31
	SUBTOTAL	2,014,593	2,243,162	(10.19)
	TOTAL	2,557,408	2,884,819	(11.35)

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

IMPORTACIONES

SEGÚN USO O DESTINO ECONÓMICO
ENERO-ABRIL 2019

IMPORTACIONES POR PAÍS DE ORIGEN ENERO-ABRIL 2019



Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

PERÚ: IMPORTACIONES POR PAÍS DE ORIGEN ENERO-ABRIL 2019/2018 (MILLONES DE US\$ CIF)

Nº	PAÍS DE ORIGEN	2019	2018	Var %
1	CHINA	3,411	3,133	8.88
2	ESTADOS UNIDOS	2,937	2,917	0.69
3	BRASIL	757	784	(3.44)
4	MÉXICO	627	675	(7.17)
5	ECUADOR	515	747	(31.08)
	OTROS	5,650	5,647	0.04
	TOTAL	13,896	13,904	(0.05)

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

IMPORTACIONES TOTALES SEGÚN CUODE ENERO-ABRIL 2019/2018 (MILLONES DE US\$ CIF)

CUODE	2019	2018	Var%
TOTAL	13,896	13,904	(0.05)
BIENES DE CONSUMO	3,128	3,225	(3.01)
Bienes de consumo no duradero	1,815	1,753	3.51
Bienes de consumo duradero	1,314	1,472	(10.77)
BIENES INTERMEDIOS	6,731	6,687	0.65
Materias primas para industria	4,192	4,026	4.13
Combustibles	2,025	2,188	(7.46)
Materias primas para agricultura	514	474	8.58
BIENES DE CAPITAL	4,034	3,980	1.35
Para la industria	2,581	2,508	2.90
Equipos de transporte	943	1,018	(7.31)
Materiales de construcción	463	404	14.53
Para la agricultura	47	50	(6.71)
DIVERSOS	4	11	(66.93)

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

IMPORTACIONES BIENES DE CONSUMO Enero-Abril 2019/2018 (Miles de US\$ CIF)

Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	PROCTER & GAMBLE PERÚ	83,015	55,861	48.61
2	TOYOTA DEL PERÚ	79,228	91,075	(13.01)
3	SAMSUNG ELECTRONICS PERÚ	70,621	76,150	(7.26)
4	SAGA FALABELLA	68,522	70,713	(3.10)
5	LG ELECTRONICS PERÚ	63,798	92,384	(30.94)
6	AUTOMOTORES GILDEMEISTER-PERÚ	59,809	76,707	(22.03)
7	CENCOSUD RETAIL PERÚ	47,369	40,769	16.19
8	TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY	43,595	47,197	(7.63)
9	DERCO PERÚ	42,246	76,078	(44.47)
10	HIPERMERCADOS TOTTUS	38,892	35,195	10.51
11	ADIDAS PERÚ	37,781	33,885	11.50
12	KIA IMPORT PERÚ	36,079	56,994	(36.70)
13	SUPERMERCADOS PERUANOS	35,626	38,397	(7.22)
14	TIENDAS DEL MEJORAMIENTO DEL HOGAR	29,769	-	-
15	EURO MOTORS	28,223	29,838	(5.41)
16	DIVEIMPORT	25,519	27,453	(7.04)
17	GLORIA	24,283	86,251	(71.85)
18	NESTLÉ MARCAS PERÚ	23,360	21,339	9.47
19	NISSAN PERÚ	23,183	25,233	(8.12)
20	G. W. YICHANG & CÍA.	21,894	13,307	64.54
21	TIENDAS PERUANAS	21,606	19,319	11.84
22	ALICORP	19,775	8,168	142.09
23	MC AUTOS DEL PERÚ	18,818	16,047	17.27
24	ABBOTT LABORATORIOS	18,503	16,244	13.91
25	CETCO	18,252	16,442	11.01
26	GENERAL MOTORS PERÚ	17,732	19,719	(10.08)
27	HOMECENTERS PERUANOS	16,954	11,028	53.73
28	PRODUCTOS AVON	16,673	17,947	(7.10)
29	AUTOMOTRIZ LATINOAMERICANA	16,241	16,540	(1.81)
30	EQUIPERÚ	16,189	15,187	6.60
31	COSTEÑO ALIMENTOS	16,153	12,192	32.49
32	SANOPI-AVENTIS DEL PERÚ	15,897	7,585	109.58
33	HONDA DEL PERÚ	15,676	34,574	(54.66)
34	INCHCAPE MOTORS PERÚ	15,586	15,633	(0.30)
35	COLGATE-PALMOLIVE PERÚ	15,529	12,404	25.19
36	EDUCATIVOS	15,267	-	-
37	PETRÓLEOS DEL PERÚ - PETROPERÚ	15,165	14,382	5.45
38	UNILEVER ANDINA PERÚ	15,025	14,997	0.18
39	ELECTROANDINA INDUSTRIAL	14,520	15,825	(8.25)
40	INCHCAPE LATAM PERÚ	14,497	13,262	9.31
41	TELEFÓNICA DEL PERÚ	14,225	13,178	7.95
42	EMCOMER	14,201	15,688	(9.48)
43	H & M HENNES & MAURITZ	13,297	9,499	39.99
44	DUPRÉ VENTA DIRECTA	13,028	11,337	14.92
45	KIMBERLY-CLARK PERÚ	12,859	14,135	(9.03)
46	CROSLAND MOTOS	12,651	16,734	(24.40)
47	MABE PERÚ	12,213	7,701	58.59
48	JOHNSON & JOHNSON DEL PERÚ	12,140	9,477	28.10
49	REFINERÍA LA PAMPILLA	12,084	7,952	51.96
50	NESTLÉ PERÚ	11,859	11,552	2.65
	SUBTOTAL	1,345,424	1,409,573	(4.55)
	TOTAL	3,128,262	3,225,435	(3.01)

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

IMPORTACIONES BIENES INTERMEDIOS Enero-Abril 2019/2018 (Miles de US\$ CIF)

Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	PETRÓLEOS DEL PERÚ - PETROPERÚ	853,316	866,328	(1.50)
2	REFINERÍA LA PAMPILLA	762,181	1,041,446	(26.82)
3	PURE BIOFUELS DEL PERÚ	198,291	187,062	6.00
4	ALICORP	152,816	122,214	25.04
5	ADM ANDINA PERÚ	129,976	106,219	22.37
6	CONTILATIN DEL PERÚ	120,684	126,337	(4.47)
7	CARGILL AMERICAS PERÚ	99,452	69,683	42.72
8	CORPORACIÓN ACEROS AREQUIPA	81,656	143,542	(43.11)
9	SAN FERNANDO	70,670	60,158	17.47
10	FERREYROS	56,859	58,712	(3.16)
11	SAN MIGUEL INDUSTRIAS PET	52,706	43,485	21.20
12	MOLINOS & CÍA.	50,751	28,545	77.79
13	REPSOL ENERGY PERÚ	50,080	21,184	136.40
14	MINISTERIO DE SALUD	43,713	23,296	87.64
15	MOBIL PETROLEUM OVERSEAS COMPANY	43,219	-	-
16	OPP FILM	42,946	35,387	21.36
17	EMPRESA SIDERÚRGICA DEL PERÚ	41,553	54,039	(23.11)
18	BUNGE PERÚ	41,141	39,856	3.22
19	GLORIA	39,715	29,268	35.70
20	EXSA	34,923	34,539	1.11
21	ORICA MINING SERVICES PERÚ	34,891	33,921	2.86
22	MOLY-COP ADESUR	34,331	72,738	(52.80)
23	R. TRADING	33,356	35,826	(6.90)
24	TRADI	32,982	16,453	100.47
25	QUIMTIA	32,945	29,948	10.01
26	TRUPAL	29,985	12,906	132.34
27	CERVECERÍAS BACKUS Y JOHNSTON	29,875	28,871	3.48
28	KIMBERLY-CLARK PERÚ	29,818	26,472	12.64
29	PRODUCTOS TISSUE DEL PERÚ	28,511	21,112	35.05
30	COMERCIAL DEL ACERO	27,979	13,488	107.44
31	TRAFIGURA PERÚ	25,874	51,713	(49.97)
32	PRODUCTOS DE ACERO CASSADÓ	25,709	18,786	36.85
33	CHIMÚ AGROPECUARIA	23,048	19,800	16.40
34	CORPORACIÓN LINDLEY	22,542	20,992	7.38
35	ACEROS CHILCA	21,508	11,074	94.21
36	CORPPERUANA DE PROD. QUÍMICOS	20,861	19,284	8.18
37	VITAPRO	20,789	28,726	(27.63)
38	FORSAC PERÚ	20,545	10,221	101.01
39	TERPEL COMERCIAL DEL PERÚ	19,758	25,057	(21.15)
40	NEXO LUBRICANTES	19,045	16,670	14.25
41	MERCANTIL	18,620	13,556	37.36
42	PRODUCTOS PARAÍSO DEL PERÚ	18,445	21,625	(14.70)
43	EQUILIBRA PERÚ	18,250	15,452	18.11
44	CORPORACIÓN GTM DEL PERÚ	17,997	23,093	(22.07)
45	COMPAÑÍA MOLINERA DEL CENTRO	17,895	17,363	3.06
46	CUSA	17,766	13,441	32.17
47	IXM TRADING PERÚ	17,663	23,316	(24.25)
48	GAVILON PERÚ	17,435	15,593	11.81
49	SOLGAS	17,352	31,270	(44.51)
50	PHOENIX PERÚ	17,054	1,753	873.01
	SUBTOTAL	3,679,476	3,781,819	(2.71)
	TOTAL	6,730,571	6,687,016	0.65

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

IMPORTACIONES BIENES DE CAPITAL Enero-Abril 2019/2018 (Miles de US\$ CIF)

Nº	RAZÓN SOCIAL	2019	2018	Var%
1	FERREYROS	183,605	155,198	18.30
2	HUAWAI DEL PERÚ	135,200	141,241	(4.28)
3	SAMSUNG ELECTRONICS PERÚ	127,424	109,836	16.01
4	TOYOTA DEL PERÚ	104,974	64,324	63.20
5	DIVEIMPORT	85,378	95,485	(10.58)
6	AMÉRICA MÓVIL PERÚ	81,948	63,134	29.80
7	INGRAM MICRO	62,641	68,781	(8.93)
8	VOLVO PERÚ	52,725	78,296	(32.66)
9	GRUPO DELTRON	50,269	41,304	21.71
10	TELEFÓNICA DEL PERÚ	49,925	28,299	76.42
11	KOMATSU-MITSUI MAQUINARIAS PERÚ	46,898	45,096	4.00
12	INTCOMEX PERÚ	35,845	23,490	52.59
13	MC AUTOS DEL PERÚ	34,068	28,358	20.14
14	BRIDGESTONE MINING SOLUTIONS PERÚ	33,174	24,598	34.86
15	PLUSPETROL PERÚ CORPORATION	32,673	944	-
16	SOUTHERN PERÚ COPPER	32,506	53,835	(39.62)
17	MINERA CHINALCO PERÚ	31,701	10,096	213.98
18	LG ELECTRONICS PERÚ	30,221	45,947	(34.23)
19	HP INC PERÚ	30,116	16,186	86.07
20	INTERNATIONAL CAMIONES DEL PERÚ	28,847	16,369	76.23
21	BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ	28,623	32,144	(10.96)
22	MAXIMA INTERNACIONAL	27,780	26,352	5.42
23	AUTOMOTORES GILDEMEISTER-PERÚ	27,427	25,550	7.35
24	BBVA BANCO CONTINENTAL	25,103	17,603	42.60
25	EMPRESA SIDERÚRGICA DEL PERÚ	24,538	21,485	14.21
26	UNIMAQ	24,292	22,989	5.67
27	CONSORCIO EPC	23,103	26,173	(11.73)
28	DERCO PERÚ	22,638	22,460	0.79
29	SCANIA DEL PERÚ	22,575	45,227	(50.08)
30	EPIROC PERÚ	22,020	21,633	1.79
31	GYM FERROVIAS	21,947	51,763	(57.60)
32	ENTEL PERÚ	21,900	26,621	(17.73)
33	SOCIEDAD MINERA CERRO VERDE	19,650	40,533	(51.52)
34	SCOTIABANK PERÚ	18,531	32,132	(42.33)
35	EPSON PERÚ	18,480	19,770	(6.52)
36	TIENDAS DEL MEJORAMIENTO DEL HOGAR	16,831	-	-
37	DISTRIBUIDORA CUMMINS PERÚ	16,550	19,118	(13.43)
38	VIETTEL PERÚ	16,406	8,926	83.81
39	MICHELIN DEL PERÚ	15,604	19,387	(19.51)
40	ABB	15,195	8,523	78.28
41	SANDVIK DEL PERÚ	14,991	14,276	5.01
42	HOMECENTERS PERUANOS	14,951	10,930	36.78
43	INKAFERRO PERÚ	14,756	7,395	99.54
44	ENGIE ENERGIA PERÚ	14,407	1,018	-
45	SIEMENS	14,158	11,652	21.50
46	MOTORES DIÉSEL ANDINOS	13,765	15,498	(11.18)
47	NISSAN PERÚ	13,742	16,345	(15.92)
48	IPESA	13,378	12,382	8.04
49	J. CH. COMERCIAL	13,101	15,453	(15.22)
50	AIR PRODUCTS PERÚ	12,943	384	-
	SUBTOTAL	1,839,523	1,704,5	

**DESPACHADORES
DE ADUANAS
EXPORTACIONES
Enero-Abril 2019**


Nº	AGENTE	VALOR FOB (Miles US\$)	%
1	BEAGLE	2,659,321	18.39
2	J. K. M.	1,746,957	12.08
3	AGENCIAS RANSA	1,392,983	9.63
4	SAN REMO OPERADOR LOGÍSTICO	657,045	4.54
5	AUSA ADUANAS	609,015	4.21
6	SCHARFF LOGÍSTICA INTEGRADA	535,250	3.70
7	JAIME RAMÍREZ MC CUBBIN	470,450	3.25
8	PALACIOS & ASOCIADOS	385,251	2.66
9	TRANSOCEANIC	375,240	2.59
10	DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHE	301,804	2.09
11	JOSÉ V. MOLFINO	267,179	1.85
12	SAN NICOLÁS	263,688	1.82
13	REFINERÍA LA PAMPILLA	259,014	1.79
14	JRC ADUANAS	253,717	1.75
15	M. C. LORET DE MOLA	245,460	1.70
16	LIP ADUANAS	199,169	1.38
17	PETROPERÚ	172,795	1.19
18	TRANSITARIO INTERN. MULTIMODAL	165,942	1.15
19	M&D SOLUCIONES LOGÍSTICAS	146,743	1.01
20	JJI	145,766	1.01
21	MEGA CUSTOMS LOGISTIC	127,937	0.88
22	UNIVERSO	120,167	0.83
23	ADM ADUANAS	115,534	0.80
24	TECNOSUR	114,826	0.79
25	DOGANA	110,126	0.76
26	MACROMAR	97,671	0.68
27	BOXPOOL	90,760	0.63
28	ADUALINK	89,422	0.62
29	SAN MIGUEL SERVICIOS LOGÍSTICOS	88,195	0.61
30	JG ADUANAS LOGISTIC	88,170	0.61
31	CARLOS BELLO	87,676	0.61
32	GARCÍA PÉRSICO	82,491	0.57
33	ADUANÉRICA	72,969	0.50
34	LA ESMERALDA	72,964	0.50
35	DEPISA	72,314	0.50
36	SAVAR	63,627	0.44
37	ASESORÍA Y GESTIÓN EN ADUANAS	63,046	0.44
38	DHL GLOBAL FORWARDING	62,912	0.44
39	TLI ADUANAS	57,261	0.40
40	CHOICE ADUANAS	54,782	0.38
41	AXIS GL	53,424	0.37
42	HANSA	53,369	0.37
43	A. HARTRODT ADUANAS	49,754	0.34
44	REPSOL MARKETING	47,886	0.33
45	CORPORACIÓN LOGÍSTICA ADUANERA	45,562	0.32
46	SERVICIOS INTERNACIONALES ZETA	45,173	0.31
47	ADUANERA CAPRICORNIO	44,460	0.31
48	PACÍFICO DESPACHOS	44,010	0.30
49	CEVA PERÚ ADUANAS	37,963	0.26
50	C ZAVALA ADUANERA	32,892	0.23
SUBTOTAL		13,440,131	92.94
TOTAL		14,460,829	100.00

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.

**DESPACHADORES
DE ADUANAS
IMPORTACIONES
Enero-Abril 2019**


Nº	AGENTE	VALOR CIF (Miles US\$)	%
1	AUSA ADUANAS	981,587	7.06
2	PETROPERÚ	868,271	6.25
3	BEAGLE	850,318	6.12
4	REFINERÍA LA PAMPILLA	774,302	5.57
5	INTERAMERICAN SERVICE CO.	648,460	4.67
6	AGENCIAS RANSA	563,330	4.05
7	TLI ADUANAS	522,764	3.76
8	ADUANÉRICA	408,932	2.94
9	CLI GESTIONES ADUANERAS	391,183	2.81
10	SAVAR	356,342	2.56
11	PALACIOS & ASOCIADOS	352,144	2.53
12	CASOR ADUANEROS	311,915	2.24
13	ADUANERA CAPRICORNIO	297,382	2.14
14	TRANSOCEANIC	275,909	1.99
15	SCHARFF LOGÍSTICA INTEGRADA	256,660	1.85
16	ANTARES ADUANAS	183,807	1.32
17	HÉCTOR GONZALES SANDI	181,249	1.30
18	DHL GLOBAL FORWARDING	169,242	1.22
19	SAN REMO OPERADOR LOGÍSTICO	137,814	0.99
20	ADUALINK	115,724	0.83
21	CEVA PERÚ ADUANAS	114,519	0.82
22	CHOICE ADUANAS	101,586	0.73
23	DOGANA	97,044	0.70
24	KUEHNE + NAGEL	96,034	0.69
25	CLP OPERADOR LOGÍSTICO	93,504	0.67
26	CORP LOGÍSTICA LAS AMÉRICAS	88,437	0.64
27	GESTIÓN ADUANERA Y LOGÍSTICA	84,933	0.61
28	EXPEDITORS ADUANAS PERÚ	82,651	0.59
29	ADUANDINA	80,136	0.58
30	HANSA ADUANAS	78,847	0.57
31	UNIVERSO	75,271	0.54
32	SLI ADUANAS	70,470	0.51
33	TRANSEL	70,461	0.51
34	DEPISA	66,152	0.48
35	GLOBAL ADUANA	63,997	0.46
36	JAIME RAMÍREZ MC CUBBIN	57,898	0.42
37	LAVALLE SUITO DESPACHADORES AD.	57,457	0.41
38	AVM ADUANERA	54,093	0.39
39	DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHE	51,699	0.37
40	RODOLFO BUSTAMANTE	49,730	0.36
41	GARCÍA PÉRSICO	49,691	0.36
42	MEGADUANAS PERÚ	48,062	0.35
43	AGENTES Y ASESORES INTEGRALES	47,457	0.34
44	MINISTERIO DE SALUD	46,332	0.33
45	MACROMAR	46,136	0.33
46	ORBIS	46,055	0.33
47	BLOG ADUANAS	45,248	0.33
48	INTERNATIONAL CUSTOMS CORPORATION	44,822	0.32
49	BOXPOOL	42,588	0.31
50	MIASA INTEGRACIÓN ADUANERA	42,179	0.30
SUBTOTAL		10,640,820	76.57
TOTAL		13,896,437	100.00

Fuente: Sunat. Elaboración: COMEXPERU.


**AGILIZA TUS TRÁMITES
DE EXPORTACIÓN**

COMEXPERU ahora emite, evalúa y acredita:

- Certificaciones de origen para los diferentes tratados comerciales.
- Declaración Jurada.
- Legalizaciones.


 Comunícate con nosotros para mayor información:
 Origen@comexperu.org.pe - T. 625 7700 Anexo 234

WWW.COMEXPERU.ORG.PE

Bartolomé Herrera 254, Miraflores, Perú. T. 625 7700.

