

PARQUE INDUSTRIAL

Asociación de Empresas del Parque Industrial de Arequipa

OCT.2024 ED. Nº 59

- **Alpaca Fiesta**

Regresa con fuerza, Arequipa celebra

- **Industria de la Alpaca**

Un símbolo que se suma al orgullo arequipeño

- **Expoalimentaria**

Superó expectativas

+90 años

Desde **1931**, transformamos con pasión la Fibra de Alpaca, desde finos hilados hasta las más lujosas prendas.




MICHELL
michell.com.pe

MICHELL
RUGS & CARPETS
michellcarpets.com

M F H
KNITS
mfknits.com.pe


SOL
ALPACA
solalpaca.com


SOL
VICUÑA
solvicuna.com

pata
pampa
patapampa.com

mundo
alpaca
mundoalpaca.com.pe

GRUPO MICHELL



GRUPO INCA

Hi,
I am AL
Let me
show you
Pacomarca



INCA TOPS

PACOMARCA

INCALPACA

KUNA
ALPACA & VICUÑA

AMANO

ALPACA 111

CONSEJO DIRECTIVO ADEPIA 2024 - 2026

PRESIDENTE:

Alexander Valverde Begazo
G&S Comex S.A.C.

VICEPRESIDENTE:

Rafael Chirinos de Rivero
Concesionarios Autorizados S.A.C.

DIRECTOR TESORERO:

Víctor Hugo Wong Calderón
Perú Químicos S.A.C.

DIRECTOR SECRETARIO:

José Luis Cerrón Argandoña
Senati Zonal Sur

DIRECTORES:

Esteban Caro Lucioni
Compañía de Bebidas Artesanales S.A.C.
Brunno Gambetta Paredes
Moly Cop Adesur S.A.
Andrés Chaves Cuzzi
Inca Tops S.A.
Kathy Amenábar Almonte
Universidad Católica San Pablo

PAST PRESIDENTE:

Bernardo Suárez Vivanco
Fca. De Chocolates la Ibérica S.A.

GERENTE:

Jorge Alberto García La Rosa

COORD REVISTA PARQUE INDUSTRIAL:

Guido Ernesto Canevaro Chávez

COMITÉ EDITORIAL:

Alberto Jochamowitz Stafford
Kathy Amenábar Almonte
Víctor Hugo Wong Calderón
Jorge Alberto García La Rosa

PUBLICIDAD:

guidocanevaro@adepia.com.pe

REPORTERA GRÁFICA

Julissa Herrera

DIAGRAMACIÓN

Juan Carlos Denegri Ballón

DIRECCIÓN:

Av. Juan Vidaurrázaga 112 Interior 500
Parque Industrial
Teléfonos: 054-219640

ÍNDICE

- 05** EDITORIAL
- 06** BLACK ALPACA
- 08** ALPACA FIESTA REGRESA CON FUERZA
- 12** AREQUIPA CELEBRA, ALPACA FIESTA 2024
- 14** SÍMBOLO QUE SUMA AL ORGULLO AREQUIPEÑO
- 16** LIBRE MERCADO
- 20** AL, LA ALPACA NEGRA DE PACOMARCA
- 24** MÁS ALLÁ DE LA INDUSTRIA EXTRACTIVA
- 26** INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA DE LA ALPACA
- 28** ALPACA FIESTA 2024
- 30** INGLÉS PARA CONECTAR CON EL MUNDO
- 32** AREQUIPA, VENTAJA COMPETITIVA: ALPACA
- 36** EXPECTATIVAS DE LA EXPOALIMENTARIA
- 38** JUAN VIDAURRÁZAGA, EL HOMBRE DE LOS CHOCOLATES
- 40** IMPORTANCIA DE STEM EN LA EDUCACIÓN
- 42** SOCIAL EMPRESARIAL
- 44** ÍNDICE DE ASOCIADOS

ADEPIA NO SE SOLIDARIZA NECESARIAMENTE CON LAS OPINIONES VERTIDAS EN LOS ARTÍCULOS DE ESTA REVISTA.

* Se autoriza a reproducir el material periodístico de esta edición, siempre que se cite como fuente la revista de Parque Industrial ADEPIA y a sus autores. Todos los artículos de esta edición, han sido escritos con autorización de su autor y expresamente para la revista Parque Industrial, la revista ADEPIA.

** Los artículos firmados son responsabilidad del autor. Hecho el depósito legal N. 2007 - 07488.

REVISTA DE DISTRIBUCIÓN GRATUITA, PROHIBIDA SU VENTA

Arequipa, se convierte en la capital de la moda



El evento internacional de Alpaca Fiesta realizado cada 3 años invita a todos los actores del mundo de la alpaca, siendo su sede en nuestra ciudad de Arequipa, el mismo que nuevamente marca un hito importante en el desarrollo de eventos internacionales de esta categoría, siendo la mejor vitrina para ofrecer y demostrar el desarrollo que mantenemos en este nicho productivo tan competitivo, el evento desarrollado por Mincetur, Promperú y La Asociación Internacional de la Alpaca viene acompañado con el Perú Moda Deco 2024.

Precisar que en términos económicos las exportaciones de productos de fibras de alpaca y sus derivados durante el año 2023 llegaron a superar los USD. 190 millones, siendo Arequipa el origen de cerca del 80% de los productos exportados; y en lo que va del presente año 2024 entre los meses de enero a mayo se registró un total de exportaciones de USD. 89 millones, lo cual demuestra que es un mercado en constante crecimiento, atendiendo a mercados recurrentes como Estados Unidos y países de Europa, cabe indicar que últimamente se tiene un nuevo mercado muy creciente como es China quien demanda productos en fibras de alpaca y vicuña; con ello se proyecta un crecimiento importante para el presente año. Considerando que el sector alpaquero en nuestro país genera más de 200 mil puestos de trabajo directos e indirectos, siendo una actividad económica muy importante en sus zonas de influencia. Esta noble labor es un legado que se hereda de generación en generación desde hace varios siglos, remontándonos a las épocas de nuestra cultura incaica y de la colonia, donde con el pasar del tiempo las labores se han tecnificado y hoy tenemos procesos mucho más eficientes en la manufactura de prendas de alpaca y vicuña.

Nuestra grata labor desde este medio es difundir los eventos de gran importancia en los diversos sectores económicos y empresariales que se desarrollan en nuestra ciudad de Arequipa como también en la ciudad de Lima, nos invita y compromete a estar presentes para poder recabar información de valor y así alcanzarle a nuestros lectores y asociados.

MBA. Alexander Valverde Begazo

PRESIDENTE DE ADEPIA



Black Alpaca

La Alpaca negra, gran apuesta del Grupo Inca, quienes presentan grandes novedades en esta nueva edición de Alpaca Fiesta, entrevistamos a su Gerente: Andrés Chaves Cuzzi.

1. ¿Qué significado tiene la Alpaca Fiesta en el contexto internacional?

Alpaca Fiesta representa una plataforma fundamental para promover y celebrar la riqueza cultural y económica de la alpaca en el ámbito internacional. Este evento no solo destaca la calidad de nuestros productos, incluidos los hilados de Inca Tops, sino que también fortalece las relaciones comerciales y culturales entre los países productores y consumidores. Para el Grupo Inca, es una oportunidad para posicionar a Perú como líder en la producción de fibras de alta calidad y para compartir nuestras tradiciones con el mundo.

2. ¿En qué otros países del mundo se realizan reuniones especializadas en el mundo de la alpaca?

A nivel internacional, países como Bolivia y Ecuador han realizado encuentros y ferias que se centran en la alpaca y sus derivados. Además, hemos estado participando en diferentes ferias, como Pitti Filati, donde presentamos nuestra colección de hilado industrial y HH en Alemania y Estados Unidos para el mercado de hand knitting. Estos eventos reflejan el creciente reconocimiento de la alpaca en la industria textil global, especialmente en mercados como Italia, Japón y Estados Unidos.

3. ¿Qué propone en esta ocasión el Grupo Inca?

En esta edición de la Alpaca Fiesta, el Grupo Inca, junto con nuestras marcas Pacamarca, Inca Tops, Amano y Kuna, busca resaltar nuestra innovación y compromiso con la sostenibilidad a través de la campaña 'Follow the Alpaca'. Presentaremos nuevas colecciones que no solo muestran la belleza de la fibra de alpaca, sino que también integran prácticas sostenibles en nuestro proceso de producción.

4. ¿Puede contarnos qué significa el programa 'Follow the Alpaca'?

'Follow the Alpaca' es una iniciativa que busca educar y sensibilizar a los consumidores sobre la importancia de la sostenibilidad en la industria de la moda. A través de la figura de AL, una alpaca negra de Pacamarca que "habla", compartimos nuestra historia y el compromiso del Grupo Inca, incluyendo a Inca Tops, Incalpaca, Amano y Kuna, con la transformación de la fibra de alpaca en productos sostenibles. Este programa no solo promueve nuestras marcas, sino que también refuerza la importancia de preservar nuestras tradiciones y cuidar el medio ambiente.

5. ¿Cuáles son básicamente las diferencias entre Inca Tops e Incalpaca TPX?

Inca Tops se centra en la venta de tops e hilados de alpaca y mezclas, ofreciendo productos personalizados y de alta calidad. Por otro lado, Incalpaca se enfoca más en la producción de prendas terminadas así como la venta retail con sus marcas Kuna y Alpaca 111. Ambas empresas comparten la misión de promover la fibra de alpaca, pero se diferencian en sus modelos de negocio y enfoques de mercado.

6. ¿Cuál es la proyección económica que se viene generando en el sector de la alpaca?

La proyección económica para el sector de la alpaca es muy positiva. Con el creciente interés por la sostenibilidad y la moda ética, se espera que la demanda de productos de alpaca continúe en aumento. Además, iniciativas como la Alpaca Fiesta y campañas como 'Follow the Alpaca' del Grupo Inca contribuyen a generar conciencia y abrir nuevas oportunidades en mercados internacionales, lo que se traduce en un crecimiento constante para todos los actores de la industria.

Alpaca Fiesta

regresa con fuerza

y con una mujer empresaria
como flamante presidente del evento



Jessica Rodriguez
Presidente de Alpaca Fiesta

E

n esta oportunidad hemos tenido el honor de poder encontrar a la presidenta de la Alpaca Fiesta 2024 quien además representa la prestigiosa empresa Antarah.

Hablamos de la Alpaca Fiesta y lo que significa este gran evento

Para nosotros los Arequipeños la Alpaca Fiesta es un gran evento, porque en Arequipa es donde se encuentran las grandes empresas alpaqueras, adicionalmente debido a esto, se ha desarrollado comercio, se ha desarrollado educación, se ha desarrollado industria, se ha desarrollado artesanía, todo alrededor de la cadena de la alpaca. Actualmente hemos calculado, que son cerca de 120,000 familias multiplicado por 4 que serían las personas que viven de la cadena de valor que tiene la alpaca.

Por eso creo que en esta oportunidad, es importante que resaltemos la importancia que tiene esto para los arequipeños. Así como Arequipa tiene la minería, el Sur es minero y tenemos el Perumín, Arequipa también tiene la alpaca y tenemos un Alpaca Fiesta, que se realiza cada 4 años.

¿Qué hace importante la Alpaca Fiesta en esta oportunidad?

Por dos temas básicamente, el primero porque se va a realizar en el marco del Año Internacional de los Camélidos, decretado por la FAO de las Naciones Unidas, entonces es un año que a nivel mundial, estamos intentando visibilizar la importancia de los Camélidos, a todo nivel y en el caso nuestro tenemos los Camélidos sudamericanos y la Alpaca, muy importante dentro del proceso y que este año, vamos a honrar y vamos a resaltar todo el valor que genera y toda la importancia que tiene, para el Sur del país y para el Perú entero.

Lo segundo que hace este evento especial, es que se va a unir al Perú Moda, que es primera vez que esta edición número 26, se va hacer con el Alpaca Fiesta, entonces vamos a tener dos súper eventos en donde si ampliamos, vamos a tener a todo el sector textil también involucrado, ya que vienen los algodonereros de Lima, viene Home Deco y vamos a tener criadores de todo el mundo, ya que vendrán criadores de EEUU, Asia, Europa, Australia y clientes que hemos invitado. Entonces tendremos a toda la cadena de valor unidad, haciendo un homenaje a la alpaca y a los criadores, que son los héroes del proceso y es importante reflexionar, que son ellos los que a más de 4000 metros sobre el



nivel del mar, a veces en condiciones difíciles, siguen criando las alpacas y que hay además todo un sentir de la herencia y todo ese sentir de las comunidades de donde nace la expresión nosotros criamos las alpacas y las alpacas nos crían a nosotros, dicho la hija de un conocido criador peruano.

Por lo tanto, nosotros los arequipeños, nos tenemos que sentir orgullosos, de tener no solamente la minería y el Cobre, si no también la alpaca y toda esta cadena virtuosa y que tiene un potencial, para seguirse desarrollando.

Coméntenos de que tratará el programa de la Alpaca Fiesta en esta ocasión

La Alpaca Fiesta se desarrollará después de 6 años, por lo de la Pandemia, serán 5 días, en donde tendremos un Eje de Negocios, con 250 expositores de confecciones y unos 200 compradores; vamos a tener el Eje de la Moda, donde vamos a ver lo mejor del producto terminado y vamos a observar como los diseñadores están usando nuestra fibra, hay un programa Jóvenes Criadores al Mundo y hay que seguir impulsando nuevos diseñadores y nuevos creadores de la alpaca.

También tenemos un Bloque Ganadero, donde el Perú tiene más del 80% de las alpacas y lo que estamos siempre tratando de mejorar el buen trato al animal, tratamos de certificarnos constantemente, ahora tenemos una nueva certificación RAS, que es una mejora en el proceso de crianza, también vamos a tener un Chacuy vivencial, en donde se va a poder ver como se esquilan las vicuñas, que es un gran acto en donde toda la comunidad alto andina se reúne para realizar un especial acto en donde se reúnen todas las vicuñas y ponen una en el medio para realizar la esquila.

También tendremos un tema Científico de Innovación en donde vamos a invitar a estudiosos y científicos que son expertos en el mundo de la alpaca, nos van ayudar mucho, para mejorar nuestras prácticas.

También tenemos el tema Cultural y Gastronómico, importante también y como siempre he dicho, lo especial de la alpaca y de cualquier evento que se hace en Arequipa, no solamente es el evento de por sí, que ya para nosotros es valioso, sino que además podemos mostrar toda nuestra esencia, podemos mostrar la belleza de Arequipa, a nivel de las construcciones de nuestro centro Histórico y también nuestra gastronomía, que hay que ponerla en valor.

Cuál es el movimiento económico que genera el sector?

Más o menos son 200 millones de dólares al año, que es lo que genera la exportación de alpaca, y en este caso, yo además orgullosa de en este caso, ser la primera mujer que este año asumo la presidencia del evento de la Alpaca Fiesta 2024 y que además estamos contando con comités que me están ayudando muchísimo para sacar adelante este evento, que lo estamos haciendo con mucho esfuerzo.

Además va a ser un espacio donde vamos a poder observar los retos que tiene el sector, vamos siempre a reforzar el tema de la asociatividad, la organización, mejora de la eficiencia productiva competitividad, el clúster textil, como hacemos que la cadena de valor este siempre integrada.

Qué instituciones participan en la organización del evento?

Este evento lo que busca básicamente es reunir a todo el sector textil del Perú, trabajamos como organizadores de la mano con la Asociación Internacional de la Alpaca y con PROMPERU; que es nuestro aliado estratégico y estamos muy contentos de trabajar con todo el apoyo que Promperú nos da para llevar adelante todo este evento.

¿Como mujer empresaria que nos puedes comentar de tu empresa?

Como gerente de Art Atlas y gerente de Antarah, estoy muy contenta y muy feliz, así como considero se sienten el resto de empresas del sector, empresas medianas, pequeñas, artesanos que están empezando, esta es una ventana de exhibición, que genera oportunidades para todos, y en donde con este evento, van a tener oportunidad los visitantes de enamorarse aún más, de nuestro trabajo, de nuestra historia y de lo que significa la parte artesanal.

Lo importante es que sigamos creciendo todos en este campo y podamos poder seguir posesionándonos en este sector alpaquero en el Perú.

¿Que es antarah?

Es una marca de Alpaca, que más que eso es una familia, que nació en Arequipa con un profundo compromiso a nuestra comunidad y tiene una propuesta de valor, que se basa en ofrecer diseños diferenciadores y modernos, que no solo realzan la belleza de las prendas si no también, confieren una distinción única a quienes las llevan. Vestir una prenda de Antarah, es más que una elección de estilo, es una declaración de aprecio por la artesanía, la sostenibilidad y la cultura peruana.

Para finalizar, que espectáculo o actividad central presentará la Alpaca Fiesta 2024

Estamos presentando el Desfile Estelar, que es el más importante en nuestra Plaza de Armas frente a la Catedral que se va a lucir así como también nuestra bella Arequipa.

En esta ocasión se presentará la consagrada marca Italiana PIACENZA, así como también algunas marcas nacionales de elevado prestigio y juntos vamos a poder poner en ventana todos nuestros diseños y modelos y que va a ser muy emocionante verlos desfilan y Antarah estará presente también.

Es una semana de fiesta y queremos invitar a los arequipeños a que consideren este evento como algo importante. Perú Mucho Gusto estará también y los días viernes y sábado va estar abierto para todo el público. Se va a desarrollar para terminar la exposición del ganado y sus variedades, algo muy interesante de contemplar, todo esto se realizará en el mismo recinto del Cerro Juli.

Nuestra idea final, es la de poder hacer mach entre los consumidores, las empresas de la alpaca, las empresas del algodón y podamos contribuir a que todos los peruanos podamos consumir lo nuestro.



PISOS LAMINADOS

¡Lleva la elegancia a tu hogar!

Síguenos como: @gyscomex



Calle Juan Barclay N259,
Parque Industrial de Arequipa



(++51) 958 784 863
(++51) 990 093 077



ventas1@gyscomex.com
marketing@gyscomex.com

Arequipa celebra *Alpaca Fiesta* 2024

recibe por primera
vez a **Perú Moda Deco**





Arequipa celebra la octava edición del evento mundial más importante relacionado con uno de los camélidos más significativos de esta parte de nuestro país, la alpaca. Por ello, cada tres años se realiza Alpaca Fiesta, que tendrá lugar este año del 21 al 26 de octubre en el campo Ferial Cerro Juli, donde se espera la visita de más de 5,000 asistentes entre criadores, diseñadores, productores textiles, artesanos y expertos de la industria de la alpaca nacional e internacional.

En los últimos años, la fibra de alpaca viene generando mayor interés en el mundo por el reconocimiento de su calidad, finura, condiciones térmicas y porque proviene de un animal amigable con el medio ambiente. Sin embargo, los peruanos usan la fibra de alpaca para sus tejidos desde más de 5,000 años atrás.

Alpaca Fiesta 2024 es un evento organizado por la Asociación Internacional de la Alpaca-AIA, organización privada sin fines de lucro, fundada en 1984 en la ciudad de Arequipa y por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), entidad adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR). Esta edición tiene como objetivo, integrar a todos los eslabones de la cadena productiva de la alpaca, para resaltar la herencia ancestral, y el legado milenario de nuestra alpaca.

Además, la novedad es que por primera vez Perú Moda Deco en su 27ª edición acompañará, en formato presencial, a Alpaca Fiesta; es decir, se descentraliza y Arequipa le abre las puertas en una edición histórica de este importante evento de moda, diseño, artesanía y decoración utilizando materias primas locales, como la fibra de alpaca y algodón.

Los visitantes que han confirmado su presencia en la Ciudad Blanca, para este evento, tendrán la oportunidad de conocer in situ a las empresas comercializadoras de esta noble fibra de alta calidad. Conocerán todo el proceso de la cadena de la industria de la alpaca, pues habrá visitas a fábricas, a criadores de alpacas, exposición comercial, ruedas de negocios, desfiles de moda de marcas emergentes y marcas consagradas nacionales e internacionales, concurso de jóvenes creadores de moda, foro internacional académico, concurso nacional de alpacas y llamas, exhibición de camélidos sudamericanos, exhibición gastronómica regional, danzas folclóricas y exhibiciones musicales.

En los últimos años la fibra de alpaca ha abierto uno de los mercados más prometedores en materia textil. El mercado internacional está en la búsqueda que esta fibra sea

cada vez de menor micronaje, mayor confort, resistencia y suavidad al contacto con la piel.

En este sentido, la Asociación Internacional de la Alpaca, apuesta desde hace 40 años su compromiso por fomentar y proteger la imagen de la fibra de alpaca y sus derivados, reconociéndola como una de las fibras más finas del mundo con beneficiosas propiedades, promoviendo así su consumo internacional y garantizando su calidad a través de un crecimiento sostenible. La alpaca es un símbolo de lujo y también de responsabilidad.

La primera edición de Alpaca Fiesta se llevó a cabo en 1997 y de inmediato se convirtió en un acontecimiento internacional, el más relevante del ecosistema alpaquero, está vez coincide con la conmemoración del Año Internacional de los Camélidos, declarado por las Naciones Unidas, destacando, así, el valioso rol que tienen los camélidos sudamericanos en la economía, cultura y vida cotidiana de los pueblos altoandinos.

“Esta nueva versión de Alpaca Fiesta, la primera presencial post pandemia lleva un especial compromiso con la sostenibilidad de la cadena productiva de la alpaca en un año significativo por la declaración de la ONU, por lo que estamos enfocados en el intercambio y colaboración entre todos los actores de la cadena para promover prácticas responsables de crianza y de bienestar animal así como la preservación del medio ambiente, respetando la cosmovisión andina y preservando nuestras tradiciones milenarias”, sostiene Jessica Rodríguez, Presidenta de Alpaca Fiesta 2024.

El evento alpaquero incluirá actividades de toda la cadena de valor de la alpaca divididas en 5 componentes: ganadero, comercial, moda, académico y cultural y durante los seis días del evento.

Sin embargo, la sostenibilidad de esta especie será un tema crucial en esta octava edición de Alpaca Fiesta 2024, millones de personas en el mundo dependen de los camélidos; a pesar que tienen una asombrosa capacidad de adaptación y pueden encontrarse en entornos extremos y variados, es necesario tomar acciones para su preservación. Solo en América del Sur hay cerca de 7,5 millones de alpacas, 4 millones de llamas, 350 mil vicuñas y 600 mil guanacos, se estima que en el Perú 94 mil familias se dedican a la crianza de alpacas y más de 150 mil familias están involucradas en toda la cadena de valor de esta apreciada fibra.



La industria textil de la alpaca, un símbolo que se suma al **orgullo arequipeño.**

La industria de la fibra de alpaca y sus derivados, ha sido y es una de las expresiones más significativas de las exportaciones peruanas durante las últimas décadas, habiendo tenido un crecimiento sostenido debido a la magnífica visión de sus emprendedores, y a la solidez en la gestión de sus procesos de industrialización, como también, al fino marketing que utiliza para la constante apertura de nuevos mercados, lo que le ha permitido ganar la fidelidad internacional de un mercado de compradores sofisticados de alto poder adquisitivo, concentrado en segmentos muy bien estratificados y claramente diferenciados dentro de la industria textil.

Su "Business" plan, se basa en el recurso natural de la fibra de alpaca, procedente de un animal originario de las alturas de Los Andes, el que ha permitido elaborara con su lana una industria especializada, muy bien concebida, habiendo tenido un gran éxito en el contexto internacional por la alta calidad de sus tops de alpaca y subproductos, que le ha permitido un crecimiento sólido colocándola como una de las expresiones más significativas de nuestras ex-

portaciones. Sus procesos le han brindado solidez tanto a su sistema de industrialización como también al *fin marketing* que utiliza para la apertura de nuevos mercados, ganando de esta forma la fidelidad internacional de sus compradores, concentrados en segmentos muy bien ordenados, estratificados, y diferenciados con el resto de industria textil.

Este sistema productivo de tops de alpaca se inicia y actúa sobre la base de la articulación de eslabones que le dan sustento y peculiaridad a su funcionamiento operativo, el que parte del recurso natural como es la lana transformada en fibra de alpaca, originaria del antiguo Perú, la cual se ha ido consolidando con el paso del tiempo y el alto profesionalismo de sus conductores de turno, los que han sido y son muchos, y que hoy mantienen un liderazgo inconfundible, convirtiéndose en generador de capacidades nacidas de sus diferentes procesos operativos, donde destacan con suma claridad el aprovechamiento de sus ventajas comparativas y competitivas, así como la cría, recolección y selección de la fibra del auquérido convertida en la clave de un sistema industrial, logístico y comercial, que se incrementa año tras año en calidad y productividad, y siempre ajustado a las inspecciones sanitarias rigurosas, acordes a las normas y exigencias de los países importadores, que emiten el Certificado Sanitario de Exportación, y dan garantía al proceso.

Las labores de campo y cuidado de la cría en el tratamiento de los auquéridos, dependen de su genética, de la nutrición, del clima, de las técnicas de esquila, del empaque, el debido almacenamiento y acondicionamiento de los vellones; para luego pasar al proceso industrial que se inicia con el lavado, clasificado, cardado y peinado, de la materia prima, para luego convertirlos en la producción de fibras, hilados y productos derivados de Pelos finos y tejidos, con sus variables de pelo cardado o peinado, pelo fino sin cardar ni peinar, y los tejidos confeccionados en prendas de vestir, para llegar de esta manera a la etapa más relevante y competitiva como es el *marketing* de los productos, que incluye calidades, colores, diseños, modas y usos, trabajados sobre la base a la investigación del mercados, concierne en averiguar tendencias, gustos y deseos de los consumidores, el impacto de la moda en el contexto internacional, y así arribar al comercio y las ventas para ganar tanto mercados domésticos como internacionales a través de las exportaciones, donde se impone la insuperable calidad de sus productos terminados e insumos y el éxito de una industria textil arequipeña de polendas líder mundial en su especialidad. Una peculiaridad del Auquérido, que es el Mamífero de los Andes meridionales, cuyas cuatro especies, la vicuña, la alpaca, la llama y el guanaco, es que se caracterizan por la ausencia de dimorfismo

sexual, lo que dificulta el reconocimiento del macho y de la hembra. Uno de los camélidos sudamericanos más numeroso es la alpaca, con una población alpaquera a nivel nacional de 3'685,516 alpacas según el IV Censo Nacional Agropecuario del 2012; siendo Puno con (1'459,493), Cusco con (545,454) y Arequipa con (468,392), las regiones más productoras.

Pero no hay que olvidar al recurso humano, que ha jugado y juega un papel relevante, convirtiéndose hoy el recurso estratégico más importante, compuesto por sus técnicos, profesionales y especialistas, formados y muy bien capacitados que actúan en el día a día de su industrialización, los que traspasan un legado de experiencias y conocimientos, para el mejoramiento continuo de una industria sofisticada y muy competitiva, dando sustento a la industria más importante de nuestra querida Arequipa, convertida en una de sus potencialidades económicas, a pesar de las limitaciones naturales y entorpecimientos coyunturales que afectan su operatividad. Tampoco hay que dejar de lado a sus precursores que no solo aportaron visión y conocimiento, sino experiencia y conexiones internacionales para su florecimiento en el tiempo, los cuales asimilaron el riesgo que toda inversión conlleva, y labraron el aporte de empleo y mano de obra a muchas generaciones, con gran efecto multiplicador para las economías de muchos lugares del Perú.

Realizando una rápida y panorámica visión del mercado vinculado, tenemos que el Perú posee la mayor producción de alpacas en el mundo, con aproximadamente el 85% de las alpacas nacidas, seguido de Bolivia con el 9% y Australia con el 5%. La producción peruana de alpacas es originada en las regiones de Puno, Cuzco y Arequipa; pero lo singular es que en Arequipa se procesa industrialmente el 95% de la fibra de alpaca de todo el país, y con el 90% de esa producción, se elaboran pelos finos cardados y peinados considerados como materia prima para la industria textil. También existe una producción artesanal en menor escala sin la relevancia de la textil, orientada a otro tipo de mercado. En cuanto al comercio internacional, casi la mitad de sus ventas son envíos a Italia, China, USA, donde la industria textil arequipeña de fibra de alpaca posee alrededor del 40% de participación de esos mercados. La exportación se concentra en Pelos finos y tejidos, con sus variables de pelo cardado o peinado, pelo fino sin cardar ni peinar y los tejidos que tienen gran potencialidad en el futuro, cuyos diferentes mercados de destino son Alemania, Japón, Reino Unido e Italia en suéteres, sumados a los de Francia y Canadá en accesorios. El proceso textil mantiene un crecimiento constante en los últimos años, según información de la SUNAT y de los observatorios del comercio internacional textil.

el libre **mercado**

tan importante para el sector agrario





Desde la primera edición en el 2009 la Expoalimentaria, la feria de alimentos y bebidas más importante de América latina, permite a las empresas del Perú y de otros países, exhibir lo mejor de su oferta ante miles de compradores internacionales y nacionales.

Con el lema 'tus productos conquistarán el mundo', la Expoalimentaria contribuye al crecimiento de las exportaciones y al desarrollo del país desde hace 16 años.

Empresas de la gran mayoría de Regiones del Perú, destacando las de Cajamarca, Cusco, Junín, Piura, Lambayeque, Huánuco, Lima y San Martín representaron en sus respectivos pabellones, gracias al apoyo de sus Gobiernos Regionales.

El Perú no es solo Lima y la presencia masiva de empresas de las diversas regiones no solamente reafirma nuestro sentimiento, sino que establece el camino a seguir en eventos de esta magnitud.

Las pequeñas empresas también dijeron ¡presente! y exhibieron en el pabellón 'Pymexporta' productos como palmas, uvas, mandarinas, granadas, pitahaya y sus derivados, snacks saludables, quinua en presentaciones 'ready to eat', mermeladas y pulpas de frutas, galletas de quinua, salsas, aderezos, bebidas, licores, ají seco en polvo, pasta y salsa, achiote, ajonjolí, kion, maní, sal de maras, panela, café en grano y otros más. La innovación en acción.

Empresas de Brasil, Ecuador, Argentina e Indonesia mostraron su oferta en sus respectivos pabellones internacionales.

Con la llegada de cerca de 1,300 compradores de todo el mundo, éstos pudieron encontrar proveedores entre los expositores de la Expoalimentaria.

La composición de este universo nos hizo ver que el 45% provino de América del sur, 16% de Europa, 14% de Asia, 13% de América del Norte y 5% de Africa, entre otros.

Saliendo un poco del ámbito de la feria, me quiero detener un instante para que todos nos pongamos a reflexionar como el Libre Mercado ha operado tan exitosamente en este sector, creando en poco tiempo más prosperidad y más innovación que todas las generaciones anteriores juntas. El Libre Comercio ha facilitado a los ciudadanos productos más baratos, nuevas tecnologías y el acceso a nuevos consumidores de otros países, sacando a millones de nuestros compatriotas del hambre y la pobreza.

El mundo en general necesita más apertura comercial y especialmente, países como el Perú con tan solo 34 millo-

nes de habitantes, necesitan más comercio, más inversión y más espíritu emprendedor – tal como lo vimos en esta feria -para desarrollarse tanto económica como socialmente. Estamos convencidos que la iniciativa empresarial es el camino más seguro para el desarrollo, pero esta iniciativa debe ser firmemente acompañada por el Estado.

Como un hito podemos señalar que entre el 2009, año en el que se realizó por primera vez la feria y el 2023, las Agroexportaciones peruanas, tradicionales y no tradicionales, pasaron de 2 mil 425 millones de dólares a 10 mil 201 millones, es decir, experimentaron un enorme crecimiento de más de 4 veces. Realmente todo un boom agroexportador.

La apertura comercial es un factor clave para el desarrollo del sector, otros factores tales como nuestro clima y las características de nuestro suelo, el exigente trabajo en la parte sanitaria, el gran esfuerzo de los integrantes de la cadena agroexportadora y la misma Expoalimentaria complementaron el 'combo' necesario para generar nuevos productos y conquistar nuevos mercados. Sin embargo, el experimento liberal más importante realizado en nuestro país para un sector específico a través de la ley 27360 promulgada en el año 2,000 – y que debió ser replicada a otros sectores por su rotundo éxito- fue en definitiva el que alentó y propició las inversiones de largo plazo, fue el mecanismo que a todas luces disparó el nivel de nuestras agroexportaciones a altitudes nunca soñadas. lamentablemente, hace más de 3 años esta ley se derogó y a pesar de ello el sector sigue avanzando, aunque ya con menores niveles de crecimiento.

Por lo antes dicho, el sector agroexportador necesita un nuevo impulso y en ese sentido, no es de extrañar que los agroexportadores peruanos confíen en la iniciativa anunciada por el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, que con un trabajo conjunto entre el Congreso y los gremios se logre la promulgación de una nueva Ley Agraria que esperamos se concrete a la brevedad.

La apertura comercial se debe dar en las mejores condiciones para las partes y en el Perú todavía estamos en camino a conseguir condiciones óptimas, como, por ejemplo, estamos en camino en la construcción de la infraestructura necesaria para que la cancha esté más pareja respecto a otros países mas desarrollados, por ello, mientras tanto, los exportadores necesitamos mecanismos que coadyuven a mantener nuestra competitividad. uno de ellos es el Drawback, el cual se hace necesario mantener, reducir la tasa de devolución del 3 por ciento al 0.5 por ciento, no solo no ayudaría a impulsar nuestras exportaciones, sino todo lo contrario, propiciará la pérdida de miles de puestos de trabajo en todo el país.



Otro tema no menos importante que debemos llamar la atención es que la posible fusión del Mincetur y Produce, no solo merece nuestra opinión negativa, sino que nos llama poderosamente la atención que un ministerio como el Mincetur, que tanto ha contribuido para dinamizar nuestras exportaciones y con un presupuesto ínfimo, pero a la vez con una alta eficacia y eficiencia demostradas, quiera ser desmembrado. Señoras y Señores, debemos premiar el éxito y no el fracaso.

En un contexto en el que muchas naciones asientan las bases de su crecimiento en el comercio exterior, no podemos ser la excepción, queremos darle un voto de confianza a nuestras autoridades, pero es crucial que conozcan nuestra realidad, la realidad del sector privado que representa el 80% de las inversiones de nuestro país y el que contribuye con la mayor cantidad de puestos de trabajo que tanto necesitamos. La economía de libre mercado no se basa principalmente en la competencia y la rivalidad, sino en la cooperación y el intercambio, y esa cooperación tan necesaria debe venir primero de casa, por ello les solicitamos tanto al ejecutivo como al congreso que sigan siendo esos aliados estratégicos que requerimos para salir adelante.

Las Agroexportaciones impactan enormemente en la creación de más polos de desarrollo descentralizados y la generación de más puestos formales. El empleo en el sector agroexportador pasó de 807,213 en el 2009 a 2'147,000 el año pasado, un aumento de casi el triple de personas que laboran en el sector, sin embargo, creemos que nuestro potencial es mucho mayor y con los destrabes de nuevas tierras promovidos por este gobierno, la inauguración del puerto de chancay y del nuevo Aeropuerto Jorge Chávez, sumado a la creación de zonas económicas especiales manejadas por el sector privado, estamos convencidos de que se puede lograr un gran crecimiento y desarrollo para nuestro país.

El contexto global para el sector alimentos es positivo, el mundo superó los 8 mil millones de habitantes el año pasado y es de esperar que la demanda de productos alimenticios siga creciendo.

Quiero incidir en que la economía social de mercado que señala expresamente nuestra Constitución, apunta a ceder el control de la propia economía a millones de consumidores, empresarios y trabajadores independientes y permitirles que tomen sus propias decisiones, con el fin de mejorar sus vidas, por lo tanto la idea central no solo es la de identificar oportunidades, sino básicamente el aprovecharlas y eso se logrará con un tejido productivo-empresarial fuerte, que pueda competir con sus pares de otros países que, es necesario decirlo, muchos están en mejores condiciones que nosotros. Esto cambiará para mejor en tanto sigamos trabajando de la mano de un sector público eficiente y que facilite los procedimientos necesarios para que estas oportunidades se conviertan en realidades.

Estaciona rápido y seguro en la zona bancaria del Parque Industrial.



Estamos al
costado de los
bancos.

www.adepia.com.pe

adepia 

CENTRO EMPRESARIAL

'Al', la alpaca negra de Pacamarca, hace un llamado al mundo de la moda en innovadora campaña en favor de la preservación de su fibra



Foto: Grupo Inca



El Grupo Inca presenta la campaña ‘Follow the Alpaca’, que muestra a este personaje como portavoz de la revalorización de su especie y promotor de la conservación de su fibra, materia prima altamente apreciada a nivel mundial, especialmente en el sector de la moda.

Esta iniciativa busca impactar a los principales representantes de este mercado, como diseñadores o directivos de las casas de moda más prestigiosas de países tales como Estados Unidos, Italia y Japón, mediante una comunicación que destaca atributos de valor como la innovación ancestral y la sostenibilidad.

La alpaca, camélido reconocido por poseer una fibra que es considerada una de las más finas del mundo, provee el insumo central para la elaboración de artículos premium que son distinguidos a nivel internacional por su gran calidad, increíble suavidad y propiedades térmicas.

Estas características se amplifican en la campaña ‘From Al to Fashion Leaders’, que tiene como protagonista a ‘Al’, la alpaca negra, que desde Pacamarca, la estación experimental de investigación científica del Grupo Inca, les hablará a los más importantes exponentes de la moda global como Pharrell Williams, director creativo de Louis Vuitton; Sabato de Sarno, director creativo de Gucci y Simon Porte Jacquemus, fundador y diseñador de la marca Jacquemus.

En estos videos, la extrovertida alpaca se dirigirá directamente a estas personalidades para contarles sobre la innovación que hay detrás de la fibra de este camélido y que juega un papel vital en la conservación de toda la cadena productiva de esta industria, lo que ha permitido mejoras significativas en la materia prima con el fin de asegurar su continuidad, así como la apertura a nuevos mercados.

‘Al’, que cobra vida mediante técnicas de animación, muestra en estos videos cómo es ser criado en libertad, en medio de un paisaje envidiable y un cielo tan transparente que provoca en el espectador querer traspasar la pantalla para disfrutar de esa vida en los Andes. Asimismo, exhibe el cuidado que recibe su especie y el tratamiento tan minucioso, a la vez que responsable, que se realiza con su fibra; un procedimiento impregnado tanto de legado ancestral como de respeto por el entorno.

Finalmente, ‘Al’ culmina el video con una invitación para que las grandes cabezas de la moda y las personas en general, se animen a conocer más sobre la labor que se realiza con las alpacas y difundan el mensaje sobre la revalorización de los camélidos y su preservación.

“Trabajar con fibra de alpaca no solo es revolucionario para quienes nos dedicamos a la industria de la moda, ya que gracias a su versatilidad podemos hacer realidad nuestros diseños, sino que también ayuda a las miles de personas que se encuentran detrás de este proceso, dándoles las herramientas para progresar mientras se cuida del medioambiente. Eso es precisamente lo que esta campaña busca transmitir”, señaló XXX, diseñador de XXX.

Pacomarca, el corazón de la innovación ancestral

A 4,000 m s.n.m. en el departamento de Puno, en Perú, se encuentra Pacomarca, la estación experimental científica más avanzada a nivel mundial en alpaca. En este espacio, se realizan mejoras genéticas para optimizar la finura de las fibras y rescatar sus colores naturales, aspectos clave que han facilitado que esta materia prima se siga posicionando como una opción de lujo sostenible.

Los ejemplares de Pacomarca producen la mejor fibra de alpaca del mundo, que tiene la capacidad de adaptarse a distintos estilos de tejido para lograr múltiples acabados de primer nivel, lo que la hace extremadamente versátil para competir en una industria tan exigente como la moda.

Esto es posible gracias al minucioso trabajo científico que se viene ejecutando por décadas para mejorar la genética de las alpacas desde la crianza, dando como resultado la obtención de más de 22 colores naturales de fibra; generación de una fibra más delgada sin médula que le otorga el componente de máxima suavidad y, un logro de suma importancia: la repoblación de la alpaca negra.

La innovación detrás de este hecho se apalanca en la mezcla de los saberes ancestrales que han sido transmitidos de generación en generación junto con las herramientas tecnológicas que han permitido la mejora de la especie, factores que hoy hacen posible la existencia de más de 1,000 ejemplares vivos en Pacomarca.

Sostenibilidad como clave del éxito

Los procedimientos que se realizan para obtener la fibra de alpaca no solo están enfocados en satisfacer las demandas de los consumidores de la moda, sino que también se centran en beneficiar a las comunidades que proveen esta materia prima, ya que les permite generar ingresos para mejorar su calidad de vida; asimismo, cuidan del medioambiente al no involucrar químicos y trabajar con insumos biodegradables. En Pacomarca, la labor con la hebra de los camélidos tiene como objetivo la continuidad y sostenibilidad de toda la cadena productiva para cerrar un círculo virtuoso de trabajo responsable.

Foto: Grupo Inca



Como parte de este ejercicio, se creó la Red de Alpaca Sostenible, que promueve con firmeza la búsqueda de maneras que permitan incrementar el valor de la fibra en el mercado internacional, con el fin de que los pequeños productores de los Andes tengan un reconocimiento económico apropiado para seguir cuidando de estos animales de manera armónica con la naturaleza, como se ha venido haciendo por más de seis mil años.

“Actuar de manera sostenible e innovar son los grandes diferenciales que nos han permitido agregar valor a la alpaca en todos los eslabones de la cadena productiva: desde la crianza hasta el retail. Estamos muy orgullosos de todo lo que hemos venido impulsando como compañía en la revalorización de este camélido y en la preservación de la alpaca negra para brindarles a los consumidores productos exclusivos de talla mundial; queremos que el mundo conozca y aprecie a Pacamarca”, señaló Francois Patthey, presidente en Grupo Inca, compañía a cargo de la campaña ‘From AI to Fashion Leaders’.

Datos de valor

- Las Naciones Unidas declaró el 2024 como el Año Internacional de los Camélidos con el fin de valorar el recurso de subsistencia clave para millones de hogares.
- Perú es el primer productor mundial de fibra de alpaca, ya que cuenta con el 80% de la población de esta especie y ha logrado exportar más de 7,000 toneladas de fibra al año, según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.

Sobre Grupo Inca

Grupo Inca es una empresa textil enfocada en el desarrollo de productos de alpaca y vicuña de alta calidad desde hace 60 años. Cuenta con las marcas Inca Tops, Kuna e Incalpaca y su desarrollo empresarial se basa en el cuidado del medio ambiente, el bienestar de los trabajadores y el compromiso por brindar productos y servicios de calidad. Cuentan con Pacamarca, el primer centro de recuperación genética de la alpaca, representando el mayor proyecto de desarrollo e investigación para la mejora de la crianza de esta valiosa especie.





Más allá de la
**industria
extractiva**

Guillermo Vidalón
*Comunicador social, especialista
en la industria extractiva*



Desde que la impronta humana hizo su aparición en la naturaleza, las personas han interactuado con el planeta, empleando sus recursos para sobrevivir en una primera etapa y, posteriormente, para proveerse progresivamente una mejor calidad de vida.

En ese sentido, todos los países utilizan sus ventajas competitivas, algunos con mayor sapiencia que otros. El Perú, sus recursos naturales resultan trascendentes, su territorio alberga grandes cantidades de minerales que deben ser aprovechados mientras representen un valor económico para el mundo.

De lo contrario, permanecerán enterrados y serán explotados en otros destinos, dejando sin oportunidades de empleo a miles de jóvenes profesionales. Además, de privar al estado de ingresos económicos que contribuirían decididamente al cierre de brechas sociales, es decir, mayor pobreza, menor calidad de los servicios públicos como educación, cuidado de la salud y la infraestructura para potenciar el desarrollo productivo.

Por otro lado, la industria extractiva es -sin lugar a duda- el mayor aliado de la agricultura, porque gracias a los excedentes que genera se pueden construir represas, derivar aguas de las diversas fuentes que dispone el país para realizar trabajos de infiltración hacia la napa freática, canales que deriven aguas hacia los actuales campos de cultivo o ampliar la frontera agrícola. Una de las reflexiones que usualmente surge es, si la agricultura hubiera producido excedentes suficientes, lo más probable es que ya haya desarrollado su propia infraestructura hídrica. Dada la incapacidad financiera de este sector, es lógico proponer el establecimiento de sinergias para que industria extractiva y agricultura se complementen.

El Perú cuenta con proyectos mineros que en conjunto representan una inversión superior a los \$50 mil millones, casi 5 millones de puestos de trabajo entre directos e indirectos e inducidos, los que permitirían acabar con el desempleo y las condiciones de pobreza y pobreza extrema en las que se encuentra sumergido casi un tercio de la población.

Sin la minería, la situación de pobreza abarcaría a un mayor número de pobladores, el desarrollo de la infraestructura o el mantenimiento de la existente sería casi nulo, por consiguiente, su pérdida sería inevitable. Este escenario ocasionaría una crisis social de desencanto o hartazgo sin vías de solución alguna, lo que pondría en riesgo la vigencia del país como nación.

La ventaja de optar por el aprovechamiento de las potencialidades del Perú y su industria extractiva es que fortalece el desarrollo industrial de las manufacturas que suministran bienes a las operaciones mineras, así como otros emprendimientos que le brindan servicios de diverso tipo. En adición, en este proceso de aprendizaje continuo se fortalecen las capacidades del recurso humano, permitiendo que profesionales formados en el sistema educativo local logren reconocimiento y el interés de inversionistas internacionales por convocarlos.

La oportunidad es única, el Perú no puede postergar su desarrollo.

Gracias por leerme, se autoriza su reproducción siempre que se consigne la autoría, para que más ciudadanos seamos conscientes de la importancia del desarrollo económico para generar bienestar.

Proyecto Hilando Fino

Innovación en la Industria de la Alpaca

Foto: Grupo Inca



Luis Chaves

*Director de Empresas del Grupo Inca,
presidente de ASCALPE, Director de
Gestión Empresarial - EPG Continental*

El Proyecto Hilando Fino es una iniciativa del Grupo INCA y su fundo Pacamarca que ha revolucionado la industria de la fibra de alpaca en el Perú. Este proyecto comenzó en 1997 como una respuesta a las limitaciones tradicionales de la fibra de alpaca, que solo era utilizada en climas fríos debido a su grosor y la sensación de picor que generaba. A lo largo de más de 20 años, este proyecto, en conjunto con el Instituto Peruano de la Alpaca y Camélidos (IPAC) hoy AIA, implementó un enfoque científico y tecnológico que transformó la categorización y comercialización de la fibra, generando un impacto significativo en la industria.

Limitaciones Iniciales y Soluciones Tecnológicas

Uno de los principales retos que enfrentaba la fibra de alpaca era su grosor, que la limitaba a ser utilizada solo en ropa de invierno. Además, algunas categorías de fibra provocaban picor, lo que restringía aún más su uso. Para superar estas limitaciones, Hilando Fino introdujo un proceso de mapeo y categorización del vellón basado en datos y tecnología. Este proceso permitió clasificar la fibra en cuatro categorías: extrafina, fina, semifina y gruesa. La innovación tecnológica fue clave en este proceso, pasando de mediciones analógicas con el sistema Shirley a un sistema digital de medición de finura (OFDA 2000), el cual permitió una mayor precisión y eficiencia en la clasificación.

El Sistema de Compra Basado en Categorías

El Proyecto Hilando Fino no solo se centró en la clasificación de la fibra, sino que también desarrolló un sistema de compra basado en categorías. Este sistema, implementado en 2004, incentivó la producción de fibras más

finas al establecer precios diferenciados para cada categoría de vellón. Así, se recompensaba a los productores de fibra de alta calidad, lo que fomentó una mejora en los estándares de producción. Como resultado, el porcentaje de fibra Baby, una de las categorías más finas y suaves, aumentó significativamente del 8% en 1990 al 31% en 2023.

Impacto en la Industria y Logros del Proyecto

Uno de los logros más notables de este proyecto fue la aparición de una nueva categoría de fibra: el Royal, con una finura de 19 micras. Esta innovación permitió que la fibra de alpaca pudiera ser utilizada en prendas de primavera y verano, abriendo nuevas oportunidades en el mercado de la moda. Además, tanto el Royal como el Baby eliminaron la sensación de picor, lo que mejoró la experiencia del consumidor y aumentó la demanda de estas fibras en mercados nacionales e internacionales.

Hilando Fino ha logrado importantes avances para la industria de la alpaca. Entre los principales logros destacan la creación de nuevas categorías de fibra, el incremento en la producción de fibras de alta calidad, y la expansión del uso de la alpaca a diferentes estaciones del año. Estos avances no solo han beneficiado a los productores de alpaca, sino también a la industria textil y a los consumidores, quienes ahora tienen acceso a productos más variados y de mejor calidad.

El Rol de la Norma Técnica Peruana NTP 231.302

Un componente crucial para el éxito del Proyecto Hilando Fino fue la adopción de la Norma Técnica Peruana NTP 231.302, publicada en 2004. Esta norma, elaborada por el Comité Técnico de Normalización de Fibra de Alpaca en coordinación con la Industria de la Alpaca, estableció los procedimientos de categorización y muestreo de la fibra de alpaca en vellón. La norma permitió uniformar los criterios de calidad a nivel nacional, facilitando la comercialización de la fibra tanto en el mercado local como en el internacional.

La NTP 231.302 define el proceso de categorización, que se realiza mediante inspección visual y táctil por personal calificado. La fibra se clasifica en base a su finura, longitud de mecha, y color. Además, la norma detalla el procedimiento de muestreo, estableciendo que un porcentaje representativo de los vellones debe ser analizado para verificar la consistencia en la calidad.



Este estándar fue un paso crucial para asegurar la transparencia y equidad en las transacciones comerciales, ya que proporcionaba un marco claro para la clasificación y la verificación de la calidad de la fibra. El establecimiento de esta norma también permitió al proyecto Hilando Fino consolidar su sistema de compra basado en categorías, garantizando que los precios pagados por los lotes reflejaran la calidad real de la fibra.

Innovación Continua: El Legado del Proyecto Hilando Fino

El proyecto no se ha detenido. A lo largo de los años, Hilando Fino ha seguido innovando. Uno de los avances fue la mejora en el sistema de clasificación mediante el uso de mesas clasificadoras, lo que permite un proceso más eficiente y preciso. Además, se han realizado esfuerzos para mejorar la trazabilidad de la fibra, asegurando que los productos terminados reflejen la calidad de la materia prima original.

El impacto de este proyecto ha sido significativo no solo en términos económicos, sino también en el desarrollo social y ambiental. Hilando Fino ha mejorado los ingresos de los productores de alpaca, muchos de los cuales pertenecen a comunidades rurales de la sierra peruana. Al elevar los estándares de calidad y establecer precios más justos, el proyecto ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de miles de familias alpaqueras.

El Proyecto Hilando Fino es un claro ejemplo de cómo la innovación tecnológica, la creación de normas técnicas y la mejora de procesos pueden transformar una industria. Gracias a este proyecto, la fibra de alpaca ha ganado nuevos mercados y ha mejorado su calidad, lo que ha beneficiado a toda la cadena de valor, desde los productores hasta los consumidores finales. El futuro de la industria de la alpaca en Perú se ve prometedor, y Hilando Fino seguirá siendo una pieza fundamental en su desarrollo sostenible.

Alpaca Fiesta 2024

apuesta por moda sostenible e innovadora, con el legado ancestral de la alpaca

La octava edición se dará en el marco del Año Internacional de los CAMELIDOS declarado por la ONU.





La moda se viste de gala en la encantadora ciudad de Arequipa con la llegada de la octava edición de Alpaca Fiesta 2024, el evento más destacado para la industria textil de la alpaca en Perú, del 21 al 26 de octubre. Además, por primera vez se realizará de forma presencial Perú Moda Deco & Alpaca Fiesta en conjunto, gracias a la alianza entre la Asociación Internacional de la Alpaca (AIA) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ)

La moda sostenible será el eje central del evento, con 25 diseñadores y marcas que exploran nuevas formas de trabajar con esta fibra tan emblemática, fusionando tradición e innovación para mostrar cómo nuestras tradiciones y legado textil pueden impulsar una moda más sostenible y consciente. Este encuentro alpaquero, el más importante a nivel mundial, tendrá lugar en el marco del Año Internacional de los Camélidos, declarado por las Naciones Unidas.

El evento de moda inicia con el Desfile del miércoles 23 de octubre en el Campo Ferial Cerro Juli con la presentación de marcas emergentes y marcas consagradas que destacan el potencial y la calidad de la fibra de alpaca, a través de sus propuestas de diseño y la 17ava edición del Concurso Jóvenes Creadores al Mundo, organizado por PromPerú, en el que once talentosos finalistas, mostrarán sus propuestas frescas y creativas, marcando el futuro de la moda en alpaca. Asimismo, se mostrará la colección cápsula de Joëlle Bastias Real, ganadora del concurso Alpaca Awards realizado en París. Y además tendrá lugar la presentación de Perú Textiles, donde se exhibirán proyectos de algodón entre otros.

El jueves 24 de octubre, la majestuosa Plaza de Armas de Arequipa será el escenario del Desfile Estelar, un encuentro de tradición y elegancia que reunirá a algunas de las marcas más reconocidas en el ámbito de la moda alpaca: Sol Alpaca, Patapampa, Kuna, Kuna Luxury, Anntarah, Itessa by Meche Correa, Kero Design & Coopecan y cerrando el desfile estará Lanificio Cerruti y Piacenza, marca masculina italiana invitada, que desde 1733 crea moda exclusiva con accesorios refinados y excelencia textil.

El viernes 25 de octubre el desfile estará a cargo de la Alianza de Diseñadores de Moda del Perú, con las colecciones de 10 renombrados diseñadores en el Campo Ferial Cerro Juli.

Durante toda la semana, los asistentes podrán disfrutar además de los desfiles, de exposiciones comerciales, foro académico, concurso de criadores y mucho más, en un evento que será el epicentro de los negocios, la moda y sostenibilidad del sector alpaquero mundial.



Inglés: la herramienta más poderosa para conectar con el mundo y las oportunidades

Diego Valencia Chichizola *Coord. Marketing y Comunicaciones*

¿Eres de los que aprovechan las oportunidades o de los que las dejan pasar?

Aquí te compartimos información que depende de ti y/o de tu organización explotar:

El inglés ha sido reconocido como el idioma internacional de los negocios. Según una encuesta en línea aplicada a ciudadanos entre 16 y 35 años de edad por el British Council Educational Intelligence, el 81% de los encuestados indicaron abrumadoramente que la motivación más fuerte para aprender inglés sería mejorar las perspectivas laborales.

Sin embargo, solo el 4% de los peruanos domina el inglés, y en toda Latinoamérica, apenas el 6% de la población tiene un nivel aceptable en este idioma. Además, un estudio de la red de colegios canadienses Maple Bear revela que más del 85% de los encuestados lamenta no haber mejorado su dominio del inglés.

¿De qué oportunidades hablamos?

El inglés tiene una gran influencia en el ámbito profesional y en sectores económicos clave como los negocios, la ciencia, la tecnología y el turismo. Su papel como idioma global facilita las negociaciones y acuerdos comerciales, permitiendo a las empresas acceder a mercados internacionales y expandir sus ventas.

En el caso de exportaciones, el país ha experimentado un notable crecimiento durante las últimas dos décadas, incrementando de US\$ 7 mil millones a más de US\$ 63 mil millones en 2021. Este éxito no se debe únicamente a la calidad de sus productos, sino también a su capacidad de adaptarse a las demandas del mercado global.

El sector textil y confecciones ilustra perfectamente esta realidad. En los primeros siete meses de 2024, las exportaciones alcanzaron los US\$ 1,081 millones, y se espera que cierren el 2024 en US\$ 1.711 millones, un 7% más que en 2023, que sumó US\$ 1.603 millones, según proyectó el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores (CIEN-ADEX).

Estados Unidos continúa siendo el principal destino de exportación de textiles, absorbiendo el 65% del sector. En el primer cuatrimestre de 2024, las exportaciones a este mercado alcanzaron 255 millones de dólares, posicionando a Perú en el puesto 18 de proveedores. Estas cifras resaltan la importancia de dominar el inglés para facilitar la comunicación y fortalecer las relaciones comerciales internacionales.

Disponibile para todos, aprovechado por pocos.

El dominio del inglés no solo beneficia a grandes empresas, sino también a PYMEs que buscan expandirse internacionalmente y acceder a una mayor gama de oportunidades de información, recursos, mercados, financiamiento y tecnología, permitiéndoles competir mejor sin depender de intermediarios que se queden con una comisión.

La creciente demanda de profesionales con dominio del inglés en el sector exportador peruano ha generado una necesidad urgente de formación especializada. Las empresas buscan empleados capaces de comunicarse eficazmente en inglés, negociar contratos, comprender la normativa internacional y gestionar relaciones comerciales en el idioma global. Esta demanda se traduce en mejores oportunidades laborales y salarios más competitivos para quienes poseen esta habilidad.



Más allá de la simple comunicación, el inglés actúa como un puente cultural. Permite a las empresas peruanas conectarse con clientes, proveedores y socios de todo el mundo, superando las barreras lingüísticas y culturales que podrían obstaculizar las relaciones comerciales. Un entendimiento fluido del idioma facilita la construcción de relaciones sólidas y duraderas, esenciales para el desarrollo de negocios a largo plazo.

Además, en la actualidad, todos los puestos gerenciales exigen cierto nivel de inglés, ya que la globalización ha intensificado la necesidad de comunicación y colaboración internacional. Los gerentes, tanto en empresas locales como multinacionales, deben interactuar con socios, clientes y proveedores de diversas partes del mundo, y el inglés actúa como el idioma común en la mayoría de estas interacciones.

¡Destaca con el inglés y sé parte del 4% que aprovecha las oportunidades!

En un mercado globalizado, la competencia es feroz. Las empresas peruanas que buscan destacar deben invertir en el desarrollo de las habilidades lingüísticas de sus empleados.

Por lo expuesto podemos concluir que el inglés ya no es solo un valor añadido en el currículum, sino

una herramienta clave para el éxito de las exportaciones peruanas y la competitividad de la fuerza laboral. Por ello, es esencial invertir en la educación y el aprendizaje del inglés.

Por ese motivo, el Centro Cultural Peruano Norteamericano ofrece una gama de programas de inglés acreditados internacionalmente por CEA, que están diseñados para satisfacer las necesidades de profesionales y empresas de todos los niveles. Sus cursos, impartidos por profesores altamente cualificados, te proporcionarán las herramientas necesarias para dominar el inglés y alcanzar tu máximo potencial en el mercado global. No esperes más. Visita su sitio web www.cultural.edu.pe para obtener más información y/o matricularte.

Invierte en tu futuro, invierte en el inglés. ¡El éxito en el mercado internacional te espera!

Fuentes:

Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores (CIEN-ADEX)

ComexPerú | Sociedad de Comercio Exterior del Perú

Estudio en línea realizado por la red de colegios canadienses Maple Bear

Estudio en línea realizado British Council Educational Intelligence

InfoMercado

Infobae

PerúForbes



Patricio Quintanilla Paulet
Economista, Doctor en Ciencias Sociales
Rector de la Universidad La Salle

Arequipa, ventaja competitiva: **alpaca**

Qué nos dice Michael Porter

El profesor Michael Porter, docente de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard y que dirige el Instituto para Estrategia y Competitividad de la misma unidad académica, desarrolla la teoría de la ventaja competitiva y la define como “característica única y sostenible en el transcurso del tiempo que no posea cualquier otra empresa que compita en el mismo mercado”; esta definición para una empresa, es aplicable en nuestro caso para la Región Arequipa, en el caso de la fibra de alpaca y derivados.

Porter complementa este concepto con las denominadas estrategias genéricas, que básicamente son dos: Liderazgo de Costos, que significa vender más barato que la competencia o Diferenciación, esto es ser mejor que la competencia. En este caso la estrategia que corresponde, es la segunda de las mencionadas, pues esta fibra se diferencia de otras similares, por sus características.

Se complementa este concepto con la cadena productiva que la define como el conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, abastecimiento, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final, en cualquier destino.

La Cadena Productiva

Se inicia con la producción pecuaria en las zonas altoandinas, hasta la colocación de las prendas en el medio de transporte, destinadas al consumidor extranjero, por ser primordialmente un producto de exportación.

Los criadores de alpaca están ubicados sobre los 3,800 msnm, siendo las principales regiones productoras Puno, Cusco, Arequipa, Huancavelica, con una población de aproximadamente 90,000 productores, según información del Ministerio de Agricultura y Riego,



que mediante un ordenado sistema de acopio, llegan al segundo eslabón de la cadena, que es la producción industrial.

Este eslabón comprende dos importantes segmentos, la gran industria que es el principal actor en el mercado y muchas micro y pequeñas empresas que participan sea como subcontratadas por las grandes o directamente en el mercado, tanto nacional como internacional, aunque con cierta limitación en el segundo, pero con un aporte significativo en la generación de ingresos empresariales y familiares; algunas instituciones públicas y privadas, están apoyando a la actividad de los emprendedores y pequeños empresarios.

El eslabón final es la comercialización, que requiere un conocimiento del mercado, especialmente internacional y una red de distribución para acceder a grandes clientes, pero también como en algunos casos con puntos de venta directa al consumidor final, a través de locales comerciales a nivel nacional como en las principales ciudades del mundo.

Es indispensable un permanente diseño de prendas y colores, acordes con las tendencias del momento, de los diferentes mercados de destino, que en muchos casos tienen diferencias significativas.

La cadena productiva está estrictamente vinculada con las empresas que están operando directamente con el producto, en este caso alpaca; Porter crea el concepto de clúster que es más amplio, porque incluye actividades conexas como transporte nacional e internacional, embarcadores, agencias de aduana, instituciones del sistema financiero y gremios y organismos oficiales, para la obtención de documentos requeridos para la exportación. El impacto social de esta actividad, está en la generación de ingreso para los productores de fibra en las zonas alto andinas y desarrollo empresarial en los integrantes pequeños de la cadena productiva y, con mayor impacto en el clúster.

El Mercado

Los hilados y prendas, se ofrecen tanto en colores naturales, como teñidos, según las tendencias vigentes, participando en el mercado de fibras naturales finas, junto con cashmere y mohair; el futuro cercano es creciente y con buenas perspectivas.

El año 2020 y siguientes, consecuencia de la pandemia de COVID-19, el mercado se contrae hasta casi desaparecer y las ventas disminuyeron a niveles no conocidos

anteriormente, pero luego de ello éste se recupera y en particular en los primeros meses del año 2024, con un importante incremento con respecto al 2023.

Es importante destacar que la mayoría de las exportaciones fueron de productos con valor agregado, siendo Arequipa la región más importante, seguida de Lima y Puno; con respecto al mercado internacional, los principales destinos han sido en este año, China, Estados Unidos e Italia, con casi el 70% del valor de las ventas.

Una mención especial merece la fibra, hilados y prendas de vicuña, cuya finura es internacionalmente reconocida, con un alto precio por tener un importante nicho de mercado exclusivo, al sustituir las prendas de pieles naturales, también costosas, pero que han tenido un rechazo generalizado, por cuanto implica beneficiar a los animales, en muchos casos pequeños, lo que cada vez es menos aceptado en el mundo, especialmente por los grupos ambientalistas. La producción es mucho menor, pero el impacto en el ingreso de los "criadores" es muy importante.; se les denomina así, a pesar que al igual que el Guanaco, esta especie es silvestre y solamente se les agrupa en el proceso denominado chaccu, que consiste en la captura y esquila de su fibra, que se realiza cada dos años, en una práctica ancestral y tradicional; se dice que en el incanato, el propio Inca disponía el inicio de la esta actividad. Es una fiesta que va acompañada de ritos tradicionales con una combinación cristiano-pagana, que incluye el "matrimonio" de dos vicuñas macho y hembra, para pedir al Apu una buena reproducción de los ajúmales y alta producción de fibra en el siguiente año.

Ventaja Competitiva

La alpaca es un producto emblemático del Perú a nivel internacional, pero en un análisis regional, la principal región de crianza es Puno, pero los productos con valor agregado, sean hilos o prendas, provienen mayoritariamente de Arequipa, principalmente de las empresas más importantes de la Región, pero también las Mypes y Pymes del sector.

Tomando las propuestas teóricas del Profesor Porter, está claro que Arequipa es la región más importante en el Perú con una "característica única y sostenible", lo que la define como una región con la mencionada Ventaja Competitiva.

Sin embargo, este es una condición que se debe cuidar y conservar, por lo que es responsabilidad de todos los integrantes de la cadena, mantener su principal atributo que es la calidad.

PARQUE INDUSTRIAL



Edición digital

- **Alpaca Fiesta**
Regresa con fuerza, Arequipa celebra
- **Industria de la Alpaca**
Un símbolo que se suma al orgullo arequipeño
- **Expalimentaria**
Expectativas

adepia

www.adepia.com.pe

Contáctenos:

Av. Juan Vidaurrázaga 112 Interior 500

Parque Industrial, Arequipa

Teléfono: (054) 219640

informacion@adepia.com.pe



Expectativas de la **expoalimentaria** 2024 vs 2023



José Darío Dueñas Sánchez
ADEX



La Expoalimentaria es la feria de alimentos más importante de América Latina, y su edición 2024 fue todo un éxito. Aquí están las expectativas y diferencias clave entre la Expoalimentaria 2024 y la del año 2023

Expectativas de Ventas:

2023: En 2023, la Expoalimentaria generó más de 540 millones de dólares en expectativas de negocios.

2024: Para este año, se proyecta que la Expoalimentaria 2024 supere los 540 millones de dólares en expectativas de negocios. La Asociación de Exportadores (ADEX) espera concretar más de 2,800 citas de negocio entre expositores y compradores nacionales e internacionales. Además, se espera la participación de más de 650 expositores tanto locales como internacionales.

Participación Internacional:

2023: En la edición anterior, la feria contó con la presencia de representantes de países como Argentina, Brasil, Colombia, Bélgica, España, China y Estados Unidos.

2024: Este año, la Expoalimentaria 2024 reunirá a operadores clave de la distribución, retail, hoteles, restaurantes y cafeterías, así como un canal especializado en el mercado nacional e internacional. Empresas taiwanesas también exhibirán maquinaria de última generación en el pabellón de Taiwán.

Productos Destacados:

2023: Perú, como el primer exportador mundial de arándanos, uvas, espárragos y quinua en grano, continuó posicionando estos productos en los mercados internacionales.

2024: La Expoalimentaria 2024 ha destacado estos productos y otros en los mercados más importantes del mundo.

En resumen, la Expoalimentaria 2024 busca crecer internacionalmente y conquistar nuevos mercados para la industria alimentaria, ofreciendo un espacio para la innovación, negocios y tendencias en alimentos y bebidas.

La Expoalimentaria 2024 promete traer emocionantes novedades y oportunidades para la industria alimentaria. Aunque no tengo acceso a información específica sobre las novedades exactas de esta edición, aquí hay algunas áreas en las que podríamos esperar innovación y cambios:

· Tecnología y Automatización:

La Expoalimentaria podría presentar avances en tecnología aplicada a la producción, procesamiento y distribución de alimentos. Esto podría incluir maquinaria más eficiente, sistemas de automatización y soluciones digitales para la cadena de suministro.

· Productos Funcionales y Saludables:

Dada la creciente demanda de alimentos saludables, podríamos ver una mayor presencia de productos funcionales, orgánicos y naturales. Esto podría incluir alimentos enriquecidos con vitaminas, minerales y otros nutrientes beneficiosos.

· Sostenibilidad y Responsabilidad Social:

La Expoalimentaria podría destacar prácticas sostenibles en la producción y distribución de alimentos. Esto podría

incluir iniciativas de reducción de desperdicio, envases ecológicos y proyectos de responsabilidad social.

· Innovación en Ingredientes y Sabores:

Los expositores presentaron nuevos ingredientes, sabores y tendencias culinarias. Esto podría incluir alimentos étnicos, fusiones de sabores y opciones para dietas específicas (como veganas o sin gluten).

· Networking y Oportunidades de Negocios:

La Expoalimentaria es un lugar ideal para establecer contactos comerciales. Los asistentes se conectaron con compradores, distribuidores y otros profesionales de la industria. La feria generó compromisos de venta por más de 52 millones, realizando más de 2,900 citas de negocios entre las regiones que estuvieron presente tuvimos a Ucayali, Junín, Pasco, Loreto, San Martín, Cusco, Huánuco, Cajamarca, Ancash, Lima, Puno entre otros. Muchos productos provenientes derivados del café y cacao, por supuesto unos ricos chocolates y los infaltables quesos. No faltaron el jengibre, granadilla y la palta.

Los números han sido muy positivos logrando perspectivas de negocios por USD695 millones incrementándose en un 28% con respecto del año 2023 según información de ADEX. De otro lado la RPE (Ruta Productiva Exportadora) estuvo presente con expectativas de USD10 millones de negocios, según información de la Ministra de Comercio Exterior – Desilú León Chempén, las organizaciones se conectaron con 150 potenciales compradores nacionales e internacionales. Los compradores mostraron interés en productos como mango fresco y deshidratado, banano orgánico, cacao orgánico, café tostado, café verde, café molido, y pasta a base de quinua.

Las empresas asistentes a Expoalimentaria 2024, pertenecen a las cadenas productivas de cacao, chocolate, quinua, café, banano y mango, y provienen de las regiones de Junín, Ucayali, Ancash, Piura, San Martín, Huánuco, Ayacucho, Amazonas, Pasco y Cajamarca.

Debo mencionar que este año un stand especial llamó la atención fue Cosco Shipping Ports Perú, donde mostraban sus servicios que ofrecerán próximamente en el Puerto de Chancay. Stand de Logística, Certificación, Navieras, Equipos y Maquinaria, en suma, todo el ecosistema del comercio exterior para darle mayor propuesta de valor y colocar en un nivel superior a nuestros productos. Solo queda decir FELICITACIONES por la oportunidad que brinda ADEX para presentar una feria completa del sector de alimentos.

Juan Vidaurrázaga

el hombre de los chocolates

Cuando Juan observaba la casona de la esquina, entre las calles de San José y Jerusalén, no solo se sentía orgulloso de la chocolatería que estableció en 1909 con el nombre “La Ibérica”, sino que también se llenaba de nostalgia al recordar de forma nítida el rostro de don Vicente, su padre, atesorando una historia que enlazó a dos familias en España: los Vidaurrázaga y los Menchaca.

— Miro esta casa y siento que el tiempo no ha pasado —lo pienso en mi imaginación—. Todo comenzó con mi padre...

Vicente era un marino mercante de origen vasco que, a mediados del siglo XIX, conoció a María de las Nieves Menchaca Manene (n. 1845), hermana de Gabino de Menchaca, cuyos parientes establecieron una casa comercial en la ciudad de Lima siendo el origen de una fortuna. En medio de la guerra con España de 1866, Gabino tuvo que camuflar la propiedad con la bandera inglesa. Aquel personaje fue uno de los nexos para el establecimiento de los Vidaurrázaga.

En aquel enrevesado siglo, Vicente realizó múltiples viajes trasatlánticos en calidad de capitán. Uno de ellos fue en 1870, en una fragata salvadoreña de nombre Providencia que fondeó en las costas del Callao el 29 de agosto para desembarcar a 410 colonos chinos de los 416 que transportó del puerto de Macao.

— Mi padre era un hombre de mar —pudo declarar Juan. Poco tiempo después se casó con María de las Nieves y

producto de este matrimonio nacieron varios hijos, uno de ellos fue el recordado Juan Vidaurrázaga Menchaca, en 1886; y siguiendo la tradición familiar, fue registrado en Lima con nacionalidad española.

Mientras la familia se encontraba en la capital peruana y el pequeño Juan realizaba sus estudios en España, Vicente se estableció en Arequipa e instaló una ferretería en 1891 que, según cuentan, fue una de las más abastecidas en la ciudad.

A su retorno, en 1904, después de haber estudiado ingenierías en la Universidad de Bilbao, el joven comerciante se incorporó a la empresa que fundó su padre en la Ciudad Blanca y lo convenció de crear una empresa de chocolate, inspirado en la anécdota de un compañero cuyo papá tenía ese tipo de negocio. No obstante, tenía que aprender sobre dicho emprendimiento, por lo que volvió para lograr la experiencia requerida.

— Quise hacer algo que realmente me apasionara: chocolate.

Reconoció los primeros pasos, aprendió de pastelería y, con dicho conocimiento, volvió a nuestro país para establecer una chocolatería. Bajo esa expectativa, el joven empresario fundó La Ibérica en 1909 y comenzó a vender las primeras barras de chocolate para taza que preparó de forma elemental y doméstica hasta 1912, cuando registró su marca ante el Ministerio de Fomento y ya contaba con maquinaria especial.



Hélar Fuentes Pastor

Su sede principal se estableció en una casona que adquirió su padre Vicente, precisamente en la esquina de San José y Jerusalén, a pocas cuadras de la Plaza de Armas. Desde entonces, La Ibérica estuvo en los momentos más luminosos de la historia de Arequipa.

— La chocolatería comenzó a crecer.

Juan y su padre hicieron industria en el territorio peruano, pero cumpliendo el deseo de volver a su tierra, Vicente y María de las Nieves dejaron a su hijo —que ya se había casado con la señorita Sofía Zimmermann Romana— y disfrutaron de sus últimos años en España. Mientras tanto, aquel joven que ya era un experimentado empresario, tomó las riendas del negocio familiar, confiando en las habilidades femeninas para la preparación de los productos. Por eso, la empresa estuvo integrada principalmente por trabajadoras mujeres, salvo algunas tareas que requerían de cierto esfuerzo.

— Casi todas eran mujeres. Siempre creí en su talento y dedicación.

En 1947, tenemos noticia de que viajó a Brasil, cuando la empresa ya estaba consolidada. Este viaje se realizó con fines personales. Lo cierto es que, al año siguiente, fue diagnosticado con una terrible enfermedad: cáncer linfático, y tuvo que viajar a Lima para iniciar el tratamiento. Lamentablemente, no hubo una buena respuesta y falleció a los 73 años de edad, a las 11:30 de la mañana del 29 de noviembre de 1949, en la calle de San Juan de Dios N.º 104. En su partida de defunción, se registró como motivo

del deceso una linfogranitomatosis, lo cual nos deja inferir que los médicos de la capital lo habían desahuciado.

En medio del dolor, Sofía, su esposa y ahora viuda, tomó las riendas del negocio, pese a que no tenía conocimiento al respecto. Esas limitaciones se sumaron a su juventud, por lo que tuvo que recurrir a su hermano José, que le recomendó la venta de la ferretería que había dejado Juan y dedicar su esfuerzo a la chocolatería, que dio continuidad a la producción de aquellos deliciosos productos ingresando al mercado nacional.

Juan no fue eterno, pero sus sueños, sus iniciativas y proyecciones quedaron firmes en la industria local a través del chocolate o el mazapán que, en sus inicios, preparó a base de almendras traídas desde Europa, luego empleó la castaña —un complemento excepcional— y el cacao chuncho.

— Más que un negocio, era un compromiso con la comunidad.

Finalmente, la empresa fue tan visionaria como su dueño, quien no solo construyó un legado familiar y local, sino que dejó testimonio de cómo los procesos de industrialización a través de sus principales protagonistas pueden alternar con el bienestar de la población y el servicio social, pues Juan no dudó en mostrar su sensibilidad en cada uno de los cargos públicos que ejerció en Arequipa.

La Ibérica sigue siendo un lugar donde se entrelazan historias.



La importancia de STEM en la educación

El concepto STEM (por sus siglas en inglés: Science, Technology, Engineering, Maths) implica la integración de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas en procesos de aprendizaje.

La ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas forman cada vez más parte de nuestra vida cotidiana. Por eso, es fácil ver cómo el aprendizaje STEM se ha convertido en una parte cada vez más importante de la educación de los niños y jóvenes.

Nuestras vidas están cambiando con bastante rapidez gracias a las innovaciones STEM, desde el aprendizaje de la Inteligencia Artificial hasta la ciencia médica, las formas en que nos conectamos con amigos y familiares y la forma en que producimos nuestros alimentos. STEM afecta casi todos los aspectos de nuestras vidas hoy en día, por lo que es importante que los estudiantes participen temprano en el aprendizaje STEM para comprender bien el mundo que los rodea.

Las matemáticas podrían considerarse el vínculo clave entre estas cuatro áreas de estudio, ya que con un buen conocimiento matemático todo es más fácil de entender. Por eso es importante que los estudiantes adquieran una comprensión integral de STEM. Estos temas no sólo tienen un gran impacto en nuestras vidas, sino que comprender un área temática puede ser fundamental para comprender otra.

*Ing. Carlos Costa Ornano
Gerente General*

Hoy en día, STEM se puede vincular a casi cualquier cosa en nuestras vidas y, casi a diario, muchos de nosotros dependemos de la tecnología. Y con la escasez de habilidades STEM en el Perú, es más importante y beneficioso que nunca que los jóvenes se interesen por un aprendizaje STEM.

STEM puede abrir un camino hacia una amplia variedad de áreas de estudio interesantes, brindando las habilidades necesarias para tener éxito en su futuro.

Resulta que la educación STEM es especialmente adecuada para preparar a los estudiantes para el éxito.

Aquí hay siete razones para fomentar STEM en la educación:

1. Los empleos STEM son el futuro de nuestra economía

Una educación STEM sólida es cada vez más importante para nuestra economía. Se prevé que el empleo en ocupaciones STEM crecerá un 8,8% para 2028 a nivel global, y se prevé que las ocupaciones de atención médica, que generalmente requieren una sólida formación en STEM, crezcan aún más. Mientras tanto, las ocupaciones no relacionadas con STEM solo crecerán un 5%.

2. STEM enseña pensamiento crítico e innovación

Sin embargo, la educación STEM no sólo ayuda a los estudiantes que planean dedicarse a carreras STEM. El enfoque en los procesos de pensamiento lógico y la resolución de problemas permite a los estudiantes desarrollar hábitos mentales que los ayudarán a tener éxito en cualquier campo.

Los cursos STEM desafían a los estudiantes a pensar críticamente y encontrar sus propias soluciones. Como resultado, los estudiantes que reciban una educación STEM de calidad estarán preparados para convertirse en la próxima generación de innovadores.

3. Las clases STEM brindan oportunidades únicas para el trabajo en equipo

El trabajo en equipo es uno de los impulsores del éxito más subestimados e importantes. Vivir y trabajar en el mundo moderno suele requerir cierto grado de colaboración, a menudo con un grupo grande y diverso de personas.

Las clases STEM a menudo implican más actividades en equipo que otros cursos. Ya sea que los estudiantes estén trabajando juntos en una investigación de laboratorio o colaborando en un desafío de ingeniería, están desarrollando activamente las habilidades interpersonales y de colaboración que necesitarán más adelante.

4. STEM ayuda a los estudiantes a desarrollar habilidades de gestión de proyectos

Los cursos STEM, especialmente los cursos de tecnología e ingeniería, a menudo implican proyectos prácticos. La construcción de un robot, motor o programa de computadora simple a menudo implica múltiples pasos que se completan durante varios días.

En el proceso de educación STEM, los estudiantes aprenden a administrar su tiempo y dividir proyectos más grandes en pasos más pequeños. Esa es una habilidad que les ayudará a lo largo de sus vidas, ya sea que estén trabajando en un proyecto de oficina o remodelando su casa.

5. Aprender a conectarse

La reciente pandemia no ha hecho más que reforzar la importancia de la tecnología. Dado que cada vez más personas recurren a Zoom, Skype y otras herramientas para conectarse con familiares y compañeros de estudio y de trabajo, es aún más importante preparar a los estudiantes para usar y desarrollar tecnología. La tecnología permite conectar a personas a nivel global, sin límites ni fronteras.

6. STEM fomenta el desarrollo del lenguaje y el aprendizaje de idiomas

STEM anima a los jóvenes a realizar investigaciones, leer y escribir de forma independiente, así como a discutir hipótesis como parte de proyectos e investigaciones. Por lo tanto, el aprendizaje STEM puede desempeñar un papel crucial en el desarrollo del lenguaje de los estudiantes, incluso si no van a seguir carreras STEM después de la escuela. Así mismo, incentiva a los estudiantes a aprender el inglés y otros idiomas extranjeros como medio para conectarse a nivel global.

7. El aprendizaje STEM fomenta la disciplina

Para resolver problemas STEM, que integran varios campos de conocimiento, se requiere de trabajo disciplinado ya sea de forma individual o grupal. Aprender a pensar, planificar y actuar disciplinadamente es clave para abrir las puertas de éxito a los jóvenes.

Aulas STEM para los colegios del Perú

Por disposición de MINEDU, muchos colegios a nivel nacional se ha implementado un Aula de Innovación Pedagógica, que sin embargo, en la mayoría de los casos no cuenta con equipamiento adecuado.

Actualmente proponemos a las Regiones realizar un proyecto piloto para implementar aulas STEM en 15 colegios de secundaria. En Arequipa ya tenemos ubicados los 15 colegios y estamos impulsando el proyecto en la modalidad de Obras por Impuestos.



Marisa Gamarra, Giuliana Guazzotti, Youmi Paz, Dieter Uslar y Joaquín González, disfrutando con amigos.



Juan Carlos Valencia, Gonzalo Muñoz, Wili Chirinos y José Postigo, en importante reunión



Henry Ibáñez y Javier Ísmodes junto a Alexander Valverde, Presidente de Adepia, en distinguida reunión.



Directora Regional del BCR Arequipa, junto al Presidente de Adepia y distinguidos invitados, en Desayuno empresarial del Banco de Reserva.



Jhony Flores, Claudio Rodríguez, José Luis Quiroz, Antonio Cossio, Hernán Rivera, compartiendo momentos en importante agasajo institucional.



Juan Carlos Burga, Wilder Díaz, Wili Chirinos, Derek Cooke, José Luis Torreblanca, Rogelio Higa, en noche institucional.



Broswi Gálvez, Bruno Vargas, Emilio Bueno, Jorge Rodríguez, Alexander Valverde, Luis Caballero, en reunión institucional.



Marcelo Cavenaghi, Fernando Delgado, Mauricio García, reunión de aniversario Institucional.



Javier Delgado, José Medina, Julio Cáceres Presidente de la CCIA Gustavo Arce, José Luis Torreblanca en reunión Institucional.



Gonzalo Mendoza del Solar, Alberto Muñoz-Najar Alberto Laurie, Noche institucional con distinguidos invitados.



DIRECTORIO DE ASOCIADOS

ALICORP S.A.A.



Alicorp S.A.A. es una de las empresas peruanas líderes en la elaboración de productos industriales, de consumo masivo y nutrición animal. Nuestros productos están presentes en más de 23 países. Contamos con una serie de certificaciones internacionales que demandan altos estándares de gestión ambiental, seguridad industrial y calidad de producción.

Dirección: Av. Parra 400 - Arequipa
Teléfono: (51)(54) 382939 Fax: (51)(54) 232755
Web site: www.alicorp.com.pe
Representante: Joel Wong Paz Soldan
Productos: Harinas, fideos, galletas, alimentos balanceados, aceites, jabones y otros.

ATLAS COPCO PERÚ S.A.C.



Es un grupo industrial con 150 años y presencia en más de 70 países. En Perú contamos con más de 70 años, atendiendo a la industria local: minería, alimentos y bebidas, textil, petróleo y gas, construcción, farmacéutica y salud. Nuestros equipos han sido diseñados con el medio ambiente en mente, buscando ayudar a la meta mundial de reducción de emisiones de CO2 a través de soluciones industriales eficientemente energéticas y un uso responsable de materias primas. A través de ellas es que empoderamos a nuestros clientes para crecer y hacer que la sociedad avance. Así creamos un mañana mejor.

Dirección: Av. Los Frutales 115, Ate - Lima | Av. Italia 105, Cerro Colorado - Arequipa
Contacto: Laura Machicao - Business Partner de Marketing y Comunicaciones
Teléfono: 0800 77877 Email: compresores.peru@pe.atlascopco.com
Email: compresores: de aire industrial, libres de aceite, de gas natural; sopladores de aire, generadores de oxígeno, nitrógeno y CO2, secadores y filtros para tratamiento de aire comprimido, tanques auxiliares, tuberías; mantenimiento correctivo y preventivo, plataformas de monitoreo remoto, controladores y servicios de auditoría de consumo energético y calidad del aire.

BUENAVENTURA



Empresa dedicada a la extracción minera, dentro del departamento de Arequipa. Es un grupo de mucho arraigo en el Perú y con énfasis en la explotación minera, comprometida con el desarrollo y crecimiento del Perú.

Dirección: Calle Cayetano Arenas Mz. D Lt.4A
Teléfono: (51-54) 289442 Fax: (51-54) 289432
E-mail: mercedes.pachas@buenaventura.pe Web: buenaventura.pe
Representante: Mercedes Pachas Cabrera

COMPAÑÍA DE BEBIDAS ARTESANALES



En Compañía de Bebidas Artesanales, combinamos todo el arte, conocimiento y carácter de 2 generaciones de auténticos maestros cerveceros para compartir nuestra gran pasión por la cerveza. Nuestro standard es la excelencia, y lo aplicamos en cada detalle, contando con ingredientes de excelente calidad, con recetas conscientemente elaboradas y exigentes estándares de producción. "Dos Generaciones de Auténtica Maestría Cervecera".

Dirección: Pasaje Pedro Muñoz Najar 121 - Parque Industrial
Teléfono: (51) 959 213 689
Email: ecaro@cbo Peru Web site: www.cboperu.com
Representante: Esteban Caro Lucioni - Gerente General
Producto: Cerveza Artesanal

AGROINCA PPX



Empresa agroindustrial del Grupo Inca, inicio sus operaciones en Mayo de 1986 bajo la denominación de Agroindustrias del Colca S.A., realizando sus actividades en dos centros agrícolas experimentales ubicados en el desierto de La Joya, a unos 60 Km. al sur oeste de la ciudad de Arequipa. Hoy en día las unidades de negocio que abarca son: Palta, Clementina, Cochinita, Tara, Quinua y Granada, que son cultivados y comercializados en el mercado mundial. Además de contar con una curtiembre que produce cueros exóticos como el Pecari y pieles de Baby Alpaca para la exportación. Todas nuestras actividades se desarrollan bajo una filosofía de respeto al hombre, a la tierra y a nuestros grupos de interés, que se resumen en nuestro slogan corporativo: TRABAJANDO RESPONSABLEMENTE.

Dirección: Calle Cayetano Arenas 143 Parque Industrial - Arequipa
Teléfono: (51-54) 226256 - 289464 Fax: (51-54) 288367
E-mail: sales@agroinca.com Web: www.agroinca.com
Representante: Antonio Bustamante Olivares - Gerente General
Productos: Palta, Clementina, Cochinita, Tara, Quinua y Granada / Cueros de pecari, baby alpaca, caprino, entre otros / Guantes de vestir y guantes industriales / Casacas y accesorios de cuero.

ANIXTER JORVEX S.A.C.



Wesco Anixter es un distribuidor eléctrico y líder en servicios de cadena de suministro y distribución de soluciones eléctricas, automatización, comunicaciones y servicios públicos. Nuestro amplio portafolio incluye soluciones como salas eléctricas, subestaciones, centros de distribución de carga, control de motores y tableros de distribución. También contamos con técnicos e ingenieros con amplia y probada experiencia en el suministro de soluciones únicas que pueden satisfacer incluso los proyectos mineros más exigentes. Construimos, conectamos, energizamos y protegemos el mundo.

Dirección: Av. Tingo María 311 - Breña
Representante: Luis Levano
Teléfono: +51 981 146 912
Email: luis.levano@wescodist.com
Ventas: ventas_peru@wescodist.com
Web site: www.wesco.com/latinoamerica

BODEGA NAJAR



"Bodega Najar tiene su origen en Arequipa el año 1854. Cuenta con una planta industrial donde se fabrican licores de alta calidad acreditados por su antigüedad y procedimientos empleados en su elaboración. Bodega Najar armoniza lo tradicional con lo moderno, combinando el empleo de técnicas ancestrales e insumos 100% naturales de origen nacional con la utilización de tecnología de punta y normas de calidad internacionales."

Dirección: Av. Arturo Ibañez 130 Parque Industrial - Arequipa
Teléfono: (51) (54) 232456 - 232812 Fax: (51) (54) 213576
Email: info@mmn.com.pe Web: www.mmn.com.pe
Representante: Diego Muñoz-Nájor Rodrigo - Director Gerente
Productos: Anís Najar, Pisco Centenario Najar, Vino Señorío de Najar, Destilados Alferado

CÁRITAS DIOCESANA DE AREQUIPAZ



Caritas Diocesana de Arequipa es una institución de la Iglesia Católica, que promueve y ejecuta proyectos de desarrollo social sostenibles, a favor de las comunidades de escasos recursos, en cooperación con la empresa privada y entidades gubernamentales. En el Parque Industrial, se ubica el CEETPRO San Alberto Hurtado S.J., que imparte formación a jóvenes con necesidades educativas especiales.

Dirección: Calle Federico Barreto 146, Ferroviarios
Teléfono: (51) (54) 608800 Fax: (51) (54) 226642
Email: carequipa@caritas.org.pe
Representante: César Arriaga Pacheco - Secretario General
Dirección CEETPRO: Calle Eduardo López de Romaña 013, Parque Industrial Teléfono: (51)(54) 220896
Actividad: Servicio Social

CONAUTO S.A.C.



Concesionarios Autorizados S.A.C., CONAUTO; es una empresa líder del sector automotriz en el Sur del Perú. representantes oficiales para la venta de unidades nuevas, seminuevas, repuestos y servicios de mantenimiento de vehículos Toyota, camioneros Hino y motocicletas y equipos de fuerza Honda, en Arequipa, Juliaca y Puno. Con 20 años de experiencia en el mercado, somos una empresa arequipeña comprometida con la excelencia y un alto nivel de atención a nuestros clientes.

Dirección: Arequipa: Av. Alfonso Ugarte 206, Arequipa. | Teléf. 054206655
Juliaca: Av. Mártires del 4 de Noviembre A4-6, Urb. Municipal Tuparachi I Teléf. 051207070
Puno: Jirón Tacna 700 | Teléf. 051 351533
Website: www.toyotaconauto.com
Email: conauto@conauto.pe
Representante: Juan Carlos Calderón Bellido - Gerente General

CONSORCIO INDUSTRIAL DE AREQUIPA S.A. CIDASA



Consortio Industrial de Arequipa S.A. presente en el mercado desde 1966, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos de tocador y aseo personal. Nos preocupamos por suministrar productos de alta calidad, acordes con las especificaciones regulatorias y las exigencias de nuestros clientes. La calidad de nuestros productos, sumada a la competitividad de nuestros costos y el alto nivel de servicio, nos permiten tener como clientes a reconocidas empresas nacionales y extranjeras.

Dirección: Calle Juan Barclay H 380 - 382 - Parque Industrial, Arequipa
Teléfono: (51) (54) 232748 - 232457 - 286599
Email: comercial-ogp@cidasa.com.pe Web site: www.cidasa.com.pe
Representantes: Christopher Murdoch Peschiera - Gerente General
Hugo Fernando Manrique Jimenez - Sub Gerente General
Producto: Jabón de tocador, líquido, hoteleros y de lavar, shampoo, acondicionadores, cremas humectantes, gel antiséptico, colonias, aguas de florida, vaselinas, brillantinas Reuter y técnicas capilares.

CORPORACIÓN CISNE S.R.L.



Automotriz Cisne S.R.L.: Concesionario autorizado de las marcas Chevrolet e Izzu, venta de automóviles, camionetas, camiones y demás vehículos comerciales. Reencuchadora Cisne S.R.L.: reencuche de llantas al frío para ómnibus, camiones y camionetas; fabricación de bandas precuradas y otros compuestos de caucho.

Llantas Cisne S.R.L.: dedicada a la venta de llantas, accesorios y servicios como alineamiento, balanceo y suspensión de vehículos. Gasocentro Cisne S.R.L.: comercialización de combustibles: GLP, Gasohol 84 y 90 octanos y petróleo B5. Transportes Cisne: transporte especializado de vehículos en cigüeñas a nivel nacional.

Dirección: Calle Jacinto Ibañez 490 Parque Industrial
Teléfono: (51)(54) 204100 - Fax (51)(54) 243765
Email: j.aguirre@cisne.com.pe
Representantes: Tomás Linares Pouca - Gerente General
Tommy G. Linares Zegarra - Gerente de Ventas
Productos: Conglomerado de empresas que busca satisfacer las necesidades comerciales del sector automotriz.

CRUBHER S.R.L.



Productos: Perforadoras rotativas, retroexcavadoras, cargadores frontales, compresores de aire, plantas de asfalto, chancadoras, pavimentadoras, torres de iluminación y otros equipos para la construcción. Empresa

líder en la comercialización de maquinaria para la minería, industria y construcción de las marcas INGERSOLL RAND, TEREX y DOOSAN. Ofrece los equipos más confiables y eficientes del mercado. CRUBHER brinda servicios de mantenimiento para minería e industria y cuenta con mecánicos entrenados por los fabricantes.

Dirección: Av. Miguel Forga 0-2 Parque Industrial
Teléfono: (51- 54) 22 2244 Fax: (51-54) 22 2277
Email: lucia.diaz@crubher.com Web: www.crubher.com
Representante: Lucía Díaz - Administradora

DISTRIBUIDORA CUMMINS PERU S.A.C.



Líder global en la industria energética y fabricante más importante del mundo de motores que van desde los 50HP hasta los 5,100 HP, presente en 190 países a través de 550 distribuidores y más de 5,000 dealers. En el Perú, Distribuidora Cummins es el distribuidor oficial de Cummins Inc, con más de 10 años en el mercado, Cummins Perú ha logrado generar lazos importantes con clientes en las diferentes industrias. Actualmente atendemos todos los sectores comerciales del país como: minería, construcción, pesquería, industrial, automotriz, oil & gas, entre otros. Apostamos por el desarrollo del mercado en el sur del país, por ello en Noviembre del 2020 inauguramos una moderna y ecoamigable sucursal en Arequipa, ubicada en el Parque Industrial, en ella se atiende la demanda de motores, generadores eléctricos, renta de equipos, soluciones solares, bombas, repuestos, lubricantes, filtros, refrigerantes, baterías y equipos de protección personal y servicios post venta a través de nuestro taller.

Dirección: Urb. Parque Industrial J-3- A. Arequipa, Arequipa
Teléfono: (054) 605170 / 997548050 / 0800-00450
Email: humberto.hernandez@cumminsperu.pe / cummins.repara@cumminsperu.pe
Website: www.cumminsperu.pe
Representante: Erick Ruiz Caro - Gerente General / Humberto Hernández - Gerente Regional Sur.

FÁBRICA DE CHOCOLATES LA IBÉRICA S.A.



La Ibérica es una empresa reconocida por la calidad y autenticidad de sus productos. Desde 1909 fabrica productos con ingredientes naturales, como el cacao Chuno del Cusco, y recetas tradicionales.

Dirección: Av. Juan Vidaurrázaga 131, Parque Industrial
Teléfono: 51-54-215670 Lima: 51-01-4324143
Email: servicioalcliente@laiberica.com.pe Web: www.laiberica.com.pe
Facebook: /laibericaperu Instagram: /chocolates.laibericaperu
Representantes: Bernardo Suárez Vivanco - Gerente General
Claudia Vidaurrázaga - Gerente Comercial
Julio Magrojevo - Gerente de Producción
José Torres - Gerente de Contabilidad y Finanzas
Boris Nuñez - Gerente de Ventas Provincias y Exportaciones
Productos: Chocolates, bombones, toffees, mazapanes y turrones.

FAMAI SEAL JET S.A.C.



Diseño, fabricación y reconstrucción de cilindros hidráulicos y neumáticos para maquinaria pesada, Minería e industria. Soporte técnico permanente.

Dirección: Calle Jacinto Ibañez 510 Parque Industrial
Teléfono: (51)(54)232827 Fax: (51)(54)243999
Email: stejadac@famaissealjet.com
Web: www.famaissealjet.com
Representante: Ing. Jhon Tejada - Gerente General
Productos: Cilindros hidráulicos y neumáticos. Sellos y retenes de todo uso.

FERREYROS S.A.



una empresa Ferreycorp

Con 100 años de operaciones, Ferreyros es la empresa líder en la provisión de maquinaria pesada y servicios especializados en el Perú. Empresa bandera de la corporación Ferreycorp, es distribuidora de Caterpillar desde 1942, así como de otras prestigiosas marcas. Tiene más de 80 años de presencia en Arequipa.

Dirección: Av. Alfonso Ugarte 207 - Arequipa
Teléfono: (51) (54) 380100
Email: victor.munozp@ferreyros.com.pe
Representante: Victor Muñoz Paz
Producto: Provisión de maquinaria pesada y servicios especializados

FRANKY & RICKY S.A.



Franky y Ricky confecciona productos en tejido de punto en algodón, cuenta con un proceso productivo integrado con plantas de tejeduría, tintorería, corte, confección, bordado y estampado. Cuenta con maquinaria de última generación y con un excelente proceso de acabados de tela y confección, que permite ofrecer productos de alta calidad y con alto valor agregado. La calidad de sus prendas confeccionadas en 100% algodón peruano (Pima o Tangüsi) se percibe a la vista por sus colores vivos y confección de altos estándares, así como el tacto por su tersura y suavidad.

Dirección: Calle Cayetano Arenas 133 Parque Industrial
Teléfono: (51)(54) 282020 Fax: (51)(54) 239791
Email: fyrsa@frankyandricky.com Web: www.frankyandricky.com
Representantes: Oliver Nuñez Paz - Gerente General - onunez@frankyandricky.com
Abraham Carrasco Castro - Gerente de Operaciones - acarasco@frankyandricky.com
Productos: Prendas de vestir 100% en algodón.

G&S COMEX SAC



Somos G&S COMEX SAC, empresa importadora y distribuidora de complementos para la construcción, contamos con más de 10 años de experiencia en el sector, atendiendo a diversos proyectos en la macro región sur del Perú. Hemos desarrollado nuestras propias marcas como ALEV®, ALUFORT®, POLIGLASS® y DURATEK®. Nuestro propósito es ser la mejor alternativa y superando sus expectativas de nuestros clientes.

Dirección: Calle Juan Barclay N° 259 - Parque Industrial de Arequipa
Teléfono: +51 959582061 +51 990093077 +51 960066942
Email: ventas@gyscomex.com; marketing.gyscomex@gmail.com
Website: www.gyscomex.com Facebook: /GyS COMEX
Representantes: Alexander Valverde B., Gerente General; David Larota C., Jefe Administrativo
Enrique Zuniga R, Jefe Comercial
Productos: Pisos laminados, perfiles de aluminio (para sistemas de acristalamiento), policarbonato alveolar, cielo raso, y sus diversos accesorios para su correcta instalación.

INCA TOPS S.A.



Desde su fundación en 1965, INCA TOPS ha logrado desarrollar con gran éxito tops e hilados cuya calidad cubre las más exigentes expectativas de los estándares internacionales, mediante la fusión y amalgama de una vieja y noble tradición, con criterios innovadores y un servicio al cliente altamente especializado y oportuno; todo ello dentro de un marco de respeto al medio ambiente, haciendo eco a nuestra filosofía empresarial, expresado en nuestro eslogan corporativo: "Trabajando responsablemente".

Dirección: Avenida Miguel Forga 348, Parque Industrial
Tienda Francisco Velasco 126, Parque Industrial, Arequipa
Lima: Avenida Angamos Oeste 671, Miraflores
Teléfono: (51) (54) 602500 / Fax: (51) (54) 288861
Email: sales@incatops.com / www.incatops.com
Website: Andrés Chaves Luzzi, Gerente General
Representante: Tops e hilados de pelo de alpaca y lana de oveja.

LAIVE S.A.



Más de 100 años Innovando con Alimentos Saludables Empresa Centenaria Fundada en 1910, dedicada a la elaboración de derivados lácteos y cárnicos. En Arequipa se afina en 1980 para fabricar quesos de maduración de alta calidad, destacando el Edam, Parmesano, Danbo, Gouda, Cuartirolo, Gruyere, Mozzarella y Andino, los que se comercializan en su mayoría en el Perú. LAIVE, acopia diariamente 250,000 litros de leche arequipeña combinando así, la gran calidad de esta materia prima, con alta tecnología y más de 100 años de experiencia y tradición quesera.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña 112 - Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 234639 Fax: (51) (54) 215588
Email: mperez@laive.com.pe Web: www.laive.com.pe
Representante: Mauricio Pérez-Wicht San Román - Gerente Regional
Productos: Elaboración de derivados lácteos.

LINDE PERU S.R.L.



Con cien años de experiencia en el mercado, es una de las compañías de gases más importantes a nivel mundial. El contar con tecnología propia, personal altamente capacitado y altos estándares de calidad nos permiten brindar soluciones integrales que le proporcionarán productividad y mejoras en sus procesos. Linde cuenta además, con un eficiente sistema de distribución y sucursales ubicadas estratégicamente a nivel nacional, lo que nos permite asegurar a nuestros clientes una cobertura y atención eficaz.

Dirección: Calle Víctor Lira 151 - Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 232770 - Fax (51) (54) 233258
Email: Serguei.Stakeff@linde.com
Representante: Serguei Stakeff Tijero, Gerente Comercial Norte - Sur
Web site: www.linde.com.pe
Productos: Gases Industriales, medicinales, especiales, equipos para corte y soldadura, cilindros para GNV.

L Y B NEGOCIOS Y REPRESENTACIONES S.A.C.



L y B Negocios y Representaciones SAC fundada en 1992, dedicada al diseño, producción y comercialización de formatos continuos, comprobantes de pago, rollos contómetros para terminales de venta. Envases Flexibles, bolsas y láminas de polietileno, mangas y láminas termocontraíbles, polipasacalles publicitarios a todo color.

Dirección: Variante de Uchumayo Km. 6 Cerro Colorado
Teléfono: (51) (54) 607777 Fax: (51) (54) 607757
Email: ventas@lyb.com.pe / jbecerro@lyb.com.pe
Web: www.lyb.com.pe
Representantes: José Becerra Cremidis - Gerente
Fernando Lira Gonzáles - Gerente
Productos: Impresión de formatos comerciales y envases flexibles. En Ofset y flexografía

MALL PASEO CENTRAL



En diciembre de 2019, Mall Paseo Central abre sus puertas buscando ser la opción cercana para todos los arequipeños. Paseo Central cuenta con marcas reconocidas como Cineplanet, así como también las mejores marcas de emprendedores locales. Hoy Paseo Central está posicionado como el mall del entretenimiento familiar y su proyección es seguir creciendo para convertirse en un referente del retail arequipeño.

Dirección: Calle Arturo Ibañez SN, al costado del Terrapuerto
Contacto: Juan Francisco Gálvez Chirinos - Gerente Comercial
Teléfono: +51 977 898 768
Email: jgalvez@bostis.pe
Representante: Renato Orlando Constantini Gallo - Gerente General

MAQUINARIAS E INGENIERÍA METAL MECÁNICA S.A. MAQUINSA



Productos y servicios: Diseño, fabricación y montaje de estructuras metálicas, fajas transportadoras, tanques, tuberías, máquinas, mecanizado de piezas, corte, plegado y rolado.

Minería e Industria en General Con más de 30 años de experiencia al servicio del desarrollo empresarial de la Región Sur. MAQUINSA una metalmecánica que proyecta, fabrica e instala, para los diversos sectores de la economía: Minería e Industria en general.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña 188 - Parque Industrial
Teléfono: (51)(54) 205188 Fax: (51)(54) 233410
Email: gerencia@maquinsa.com.pe Web: www.maquinsa.com.pe
Representante: g. Víctor A. Tejada Paredes - Gerente

MEGACENTRO - MEGAMADSA INDUSTRIAL S.A.C.



Red Megacentro: Es una empresa con trayectoria internacional con más de 18 años de excelencia, que cuenta con actividades en Estados Unidos, Chile y Perú. Especializada en la actividad de Arrendamiento de oficinas y almacenes, bajo los estándares de calidad más altos y con un nuevo y moderno concepto de alquiler de espacios

Dirección: Calle Jacinto Ibañez 315 - Parque Industrial - A
Teléfono: (054) 221268
Email: contacto@megacentro.pe
Web site: www.megacentro.cl
Representantes: José Miguel Sanz Laguna / José Pedro Tocornal kast
Productos: Alquiler de oficinas y almacenes

METALURGICA QUIMICA S.A.C.



Contamos con más de 30 años de experiencia en la fabricación de productos de fibra de vidrio y metal mecánica. Somos la primera empresa peruana del rubro de fibra de vidrio con la certificación ISO 9001:2008. La calidad de nuestros productos nos ha permitido estar presentes en los proyectos más importantes del país.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña 149 - Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 282853 Fax: (51) (54) 284770 Email: ventas@metaquim.com
Representante: Giscart Cheneaux Vásquez - Gerente General
Productos: Fibra de vidrio: Pánizos para piso (Gating) FRP, escaleras portátiles FRP, tanque, tuberías, fittings en FRP, escaleras con jaulas de protección en fibra de vidrio, estanques de pre-alevinaje, bateas y canastillas para incubación de truchas, celdas de concreto polimérico, coberturas de fibra de vidrio (calaminas, calaminones, perfil TR-4). Metalmecánica: Equipo para minería, chancadoras, zarandas, maquinaria y equipos especiales.

www.metaquim.com

MICHELL & CIA. S.A.



Pasión, innovación, servicio al cliente, calidad, tecnología y cuidado del medio ambiente son los pilares de Michell & Cia, empresa líder en la industrialización de hilado de Alpaca en el mundo. Estamos estratégicamente integrados desde la crianza de Alpaca, clasificación de la fibra, lavado, cardado, hilatura y tejido de hilados clásicos y de fantasía para tejido a mano, máquina y tejido plano.

Dirección: Av. Juan de la Torre 101 - Arequipa
Teléfono: (51) (54) 202525 Fax: (51) (54) 202626
Email: michell@michell.com.pe
Representantes: Mauricio Chirinos - Gerente Administrativo
Juan Pepper - Gerente Comercial
Productos: Tops e Hilados de Alpaca, Lana y Mezclas.

MOLY COP ADESUR S.A.



Molycop es una empresa líder del mercado mundial en la producción y suministro de medios de molienda para la minería. Con alrededor de 40 años en el mercado peruano y presencia global en 14 países ubicados estratégicamente en todo el mundo, Molycop suministra bolas de acero para molienda de 1" a 5.5", y productos químicos que maximizan el rendimiento de los minerales para así proporcionar valor agregado a sus clientes. Todo esto dentro de un marco de responsabilidad social y sostenibilidad.

Dirección: Calle Jacinto Ibañez No. 131 Parque Industrial
Teléfono: (54) 234705 - 241808 | Email: brunno.gambetta@molycop.pe
Representantes: Javier Castro - Gerente General
Alfredo Bustamante - Gerente de Operaciones
Brunno Gambetta Paredes - Jefe de Asuntos Externos
Roberto Campos - Gerente Comercial

OSCAR PÉREZ VIZCARDO S.R.L. OSCAR P. S.R.L.



Nuestra empresa fue gestada por iniciativa del Sr. OSCAR PEREZ VIZCARDO, en el año 1974. En su casa de Av. Paris Nº 100 Hunter, su principal actividad. Era la fabricación y mecanizados de piezas de precisión para la industria y minería sus principales Clientes eran Leche Gloria SA., Plastisur SA. Cosapi SA. Ahora nuestros principales clientes son Corporación Aceros Arequipa. Plastisur SA. Xstrata Tintaya Graña y Montero, y otros.

Dirección: Pedro Muñoz Najar 150 Parque Industrial
Teléfono: (054) 285891 - 981 668 686
Servicios: Mecanizado de piezas de precisión para la industria y minería

SOFTYS



Somos Softys, una compañía global con más de 40 años de experiencia en el mercado, líder en América Latina en el desarrollo de productos y soluciones para el cuidado de las personas, con diferentes marcas de higiene personal y limpieza, desarrollados para entregar el mejor cuidado que las personas necesitan en su día a día, en cada etapa de sus vidas; productos de papel tissue para el consumo masivo, alta calidad, absorción, suavidad y rendimiento, principalmente en tareas de limpieza e higiene; papel higiénico, servilletas, pañuelos faciales, toallas desechables, entre otros.

Dirección: Calle Eduardo López de Romaña R-4 Parque Industrial
Teléfono: (51) (54) 4412000
Website: www.softys.com/es
Productos: Papel higiénico, servilletas, pañuelos faciales, toallas desechables, entre otros.

PARQUE CIENTÍFICO TECNOLÓGICO



La Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa inició oficialmente las actividades del primer Parque Científico Tecnológico en diciembre del año 2020, declarado de necesidad pública e interés nacional por el Congreso de la República, según Ley 31067. Tenemos como objetivo producir y transferir el conocimiento: generado por actividades y proyectos de investigación básica-aplicada y de desarrollo tecnológico, generados por la UNSA y su vinculación con organismos de nivel nacional e internacional, contribuyendo a la solución de los desafíos que plantea el desarrollo y la innovación de la región y del país.

Dirección: Calle Francisco Velasco 125 - Parque Industrial www.unsa.edu.pe
Teléfono: 054 - 211536 - Anexo 2116 Email: wii.pcientificotecnologico@unsa.edu.pe
Representante: Dr. Hugo Rojas Flores, Rector
Director: Dr. Alejandro Silva Vela, Director PCTA
Producto: Gestión, desarrollo y transferencia tecnológica para la innovación.

PERU QUIMICOS S.A.C.



Perú Químicos S.A.C. es una empresa dedicada a la comercialización de productos químicos industriales con más de 30 años de experiencia en diversos segmentos de la industria como son, textiles, papeles, productos de limpieza, construcción y minería.

Contamos con una infraestructura adecuada a los requerimientos del mercado, además de apoyo técnico de nuestro propio personal y de las empresas a las cuales representamos.

Dirección: Calle Manuel Vinelli No. 140
Teléfonos: (51)(54) 222442 - 959920441
Representante: Víctor Hugo Wong Calderón
Email: vwong@peruquimicos.com.pe
Website: www.peruquimicos.com.pe

PETROPERÚ S.A.



Somos una empresa de propiedad del Estado peruano y de derecho privado dedicada al transporte, la refinación, la distribución y la comercialización de combustibles y otros productos derivados del petróleo.

Actualmente administramos el servicio público de gas natural en las regiones de Arequipa, Moquegua y Tacna.

Dirección: Av. Ejército 306 – Yanahuara
Representante: Alejandro Bustamante Romero (Responsable de Grandes Clientes)
email: abustamante@petroperu.com.pe
Website: gnsur.petroperu.com.pe

SCHARFF



¡Hola! Somos Sharf, creemos en acercar empresas, personas y mercados a través de la logística, tenemos más de 40 años de experiencia en servicios nacionales como distribución, almacén y transporte doméstico; y en servicios internacionales, como carga internacional, aduanas y courier internacional. Somos representantes de FedEx Express en Perú y Bolivia desde hace más de 35 años. Hemos aperturado nuestra área de proyectos, en donde diseñamos proyectos logísticos de gran alcance.

Dirección: Calle Jacinto Ibañez 111 - Parque Industrial
Representante: Carlos Alberto Prado Mazzini
Email: carlos.prado@holascharff.com
Web: www.holascharff.com

SENATI AREQUIPA

SERVICIO NACIONAL DE ADIESTRAMIENTO AL TRABAJO INDUSTRIAL



SENATI

El Senati es una institución de formación y capacitación profesional, dinámica e innovadora, reconocida nacional e internacionalmente. Se distingue por la modernidad de su organización y por la sostenibilidad técnica, metodológica y económica de sus servicios. El Senati esta considerado entre las veinte mejores instituciones de formación profesional a nivel mundial. Única a nivel americano certificada con el sistema integrado de la calidad y gestión ambiental.

Dirección: Dirección: Av. Miguel Forgo 246 Parque Industrial - Arequipa
Teléfonos: (51) (54) 605999 Fax: (51)(54) 232428
Email: arequipa@senati.edu.pe
Representante: Ing. José Luis Cerón Argandoña - Director Zonal
Web site: www.senati.edu.pe
Productos: Servicio de enseñanza

SGS DEL PERÚ S.A.C.



Líder mundial en servicios de inspección, verificación, análisis y certificación, con más de 1,750 oficinas y laboratorios en más de 140 países. En Arequipa lideramos con los servicios medioambientales; contamos con laboratorios acreditados por el Instituto Nacional de Calidad INACA, para el análisis de agua. Nuestras operaciones están certificadas con las tres normas ISO9001, ISO14001 y OHSAS18001. Brindamos el servicio y preparación de muestras inorgánicas para las empresas mineras del sur y dictamos cursos de interpretación y formación de auditores internos en sistemas de gestión integrados en las normas ISO.

Dirección: Ernesto Gunther Nº 275 Parque Industrial, Arequipa
Teléfono: (054) 213506
Email: pe.servicio@sgs.com Web site: www.sgs.pe
Representante: Patricia Espinoza Saldarriaga
Productos: Servicio de Análisis de laboratorio, supervisiones de construcción y seguridad, outsourcing de laboratorios onsite, certificaciones, cursos de formación, entre otros.

SOCIEDAD ELECTRICA DEL SUR OESTE S.A. SEAL



Empresa fundada en 1905, con capitales arequipeños que dieron inicio al servicio de energía eléctrica en Arequipa. La actividad principal de la empresa es la distribución y comercialización de energía eléctrica en la zona de concesión del departamento de Arequipa, manteniendo adicionalmente la generación de energía eléctrica en sistemas aislados. SEAL mantiene el carácter de empresa estatal de economía mixta.

Dirección: Calle Consuelo 310 - Arequipa (Oficina Principal)
Av. Miguel Forgo 131 Parque Industrial
Teléfono: (51)(54) 381377 Fax: (51)(54) 381199
Email: seal@seal.com.pe Web site: www.seal.com.pe
Representante: Ing. Markpool De Taboada Quenaya
Producto: Distribución y Comercialización de Energía Eléctrica

SOLAR REPRESENTACIONES S.A.C.



Solar Representaciones es una empresa 100% Arequipeña, fundada en el año 2005 y fue creada con el objetivo de especializarse en eficientes sistemas de distribución, principalmente en productos de consumo masivo, y desde esa fecha viene manejando la representación exclusiva para el Sur del país en la venta, comercialización y servicios de la empresa SHELL LUBRICANTES DEL PERU.

Dirección: Av. Fray Martín de Porres 806 CP Semirural Pachacutec Cerro Colorado (Paralela a Via de Evitamiento Rico Pollo)
Teléfono: (51) (54) 445102 - 445237
Email: administracion@solarperu.com.pe
aaranzaens@solarperu.com.pe
Representante: Aldo Aranzaens Yukimura - Gerente General
Productos: Representante de productos Shell en la zona sur peruana.

SUR MOTORS S.A.



Sur Motors S.A. fundado el año 1945 con 78 años de experiencia, especializada en comercialización y servicios automotrices, cuenta con el complejo automotriz más grande y moderno del sur del país, con salones de exhibición, talleres de mecánica (mesa de traccionamiento), talleres de planchado y pintura (horno y laboratorio de pinturas). Representante de las marcas: Volkswagen, Honda, Hyundai, Ssangyong, Geely, Jetour, Kariy, Karry, Zx Auto, Volkswagen Camiones, Kyc.

Dirección: Avenida Venezuela 2515, Parque Industrial
Teléfono: +51 54 232660
Email: cneyra@surmotors.com.pe Website: www.surmotors.com.pe
Avenida Dolores 141, José Luis Bustamante y Rivero / +51 54 420777
Avenida Aviación Km. 6.5, Cerro Colorado / +51 54 607466
Representantes: Percy Olazabal Carnero - Gerente General
Jean Carlos Neyra Tapia - Gerente Comerci

TRANSALISA S.A.

Somos parte de Corporación Cervecer, uno de los más importantes holdings del Perú, con más de 120 años contribuyendo con el desarrollo del país en diferentes sectores económicos (Alimentos, agroindustria, transporte, textil, inmobiliario, servicios, inversiones, entre otros). En 1986, se crea Transalisa con la visión de convertirnos en la empresa líder del país con un enfoque en la seguridad e innovación. En 1997, iniciamos nuestros servicios de transporte al sector de hidrocarburos y minería, prestamos un servicio diferenciado, acorde a las necesidades de nuestros clientes, cumpliendo con las exigentes certificaciones internacionales ISO 45001, ISO 9001, ISO 14001 y Código de Cianuro. Y en este 2021, cumpliremos 35 años siendo líderes en transporte.



Dirección: Calle Eduardo López de Romaña s/n - Parque Industrial
Teléfono: +51 054 606868
Email: contact_us@transalisa.com.pe
Website: www.transalisa.com.pe
Representante: Gerente General - Alfonso Carzo de la Colina
Actividad: Servicio de transporte terrestre de materiales peligrosos

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA



La Universidad Católica de Santa María, fue creada mediante D.S. N° 024-61 rubricada por el presidente Dr. Manuel Prado Ugarteche el 6 de diciembre de 1961, constituyéndose como la tercera universidad particular o privada a nivel nacional y la primera fuera de la ciudad capital, siendo Santa María Virgen, patrona de la catedral Marianista, se acogió como fecha de celebración, el 8 de setiembre por tratarse de la fiesta de la Natividad de María.

Ap. Postal: 1350
Teléfono: (51) (54) 382038
Email: ucsm@ucsm.edu.pe
Representantes: Dr. Manuel Alberto Briceno Ortega - Rector Universidad Católica de Santa María
Dr. César Cáceres Zárate - Vice Rector Académico
Dr. Gonzalo Dávila del Carpio - Vice Rector de Investigación
Dr. Jorge Luis Cáceres Arce - Vice rector Administrativo

Fax: (51) (54) 251213
Web site: www.ucsm.edu.pe

UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN PABLO



La UCSP, a través del Centro de Servicios Empresariales - CENDES, y comprometida con el desarrollo del sector empresarial de la región, pone a su disposición todo el conocimiento y experiencia acumulada de sus departamentos académicos y centros de investigación, aterrizado en una gama de servicios empresariales de alto impacto, que estamos seguros favorecerá el logro de objetivos en su organización.

Dirección: Urbanización Campiña Paisajista s/n Quinta Vivanco, Arequipa
Teléfono: (51)(54) 605630 - 959 035 279 - web.cendes.ucsp.edu.pe
Email: cendes@ucsp.edu.pe - kamenabar@ucsp.edu.pe
Representante: Kathy Amenábar Almonte - Directora de CENDES
Servicios: Servicios empresariales de Alto Impacto

YURA S.A.



Construcción.
Material de Construcción.
Somos una empresa especializada en la producción y comercialización de cemento de alta calidad. Tenemos participación en el mercado interno y en el extranjero en países como Chile, Bolivia, Ecuador y Brasil.

Dirección: Avenida General Diez Canseco N° 527 Arequipa
Teléfono: (51)(54) 495060 - 225000
Email: jcaceres@yura.com.pe / www.yura.com.pe
Representantes: Juan Carlos Burga Valles - Gerente General
Julio Cáceres Arce - Director Comercial
Productos: Producción y comercialización de cemento, concreto, agregados, cal, nitrato.

DIRECTORIO DE ASOCIADOS **adepia**

Lee la revista digital en: adepia.com.pe





TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA



📍 Visita nuestra sucursal en Parque Industrial
J-3- A.Cercado - Arequipa

Centro Médico Ocupacional

Parque Industrial Adepia

La salud de nuestros trabajadores es la prioridad

estamos listos para atenderle.



Rapidez, eficacia y comodidad; estacionamiento y la mejor ubicación: Jacinto Ibáñez esquina Juan Vidaurrázaga.