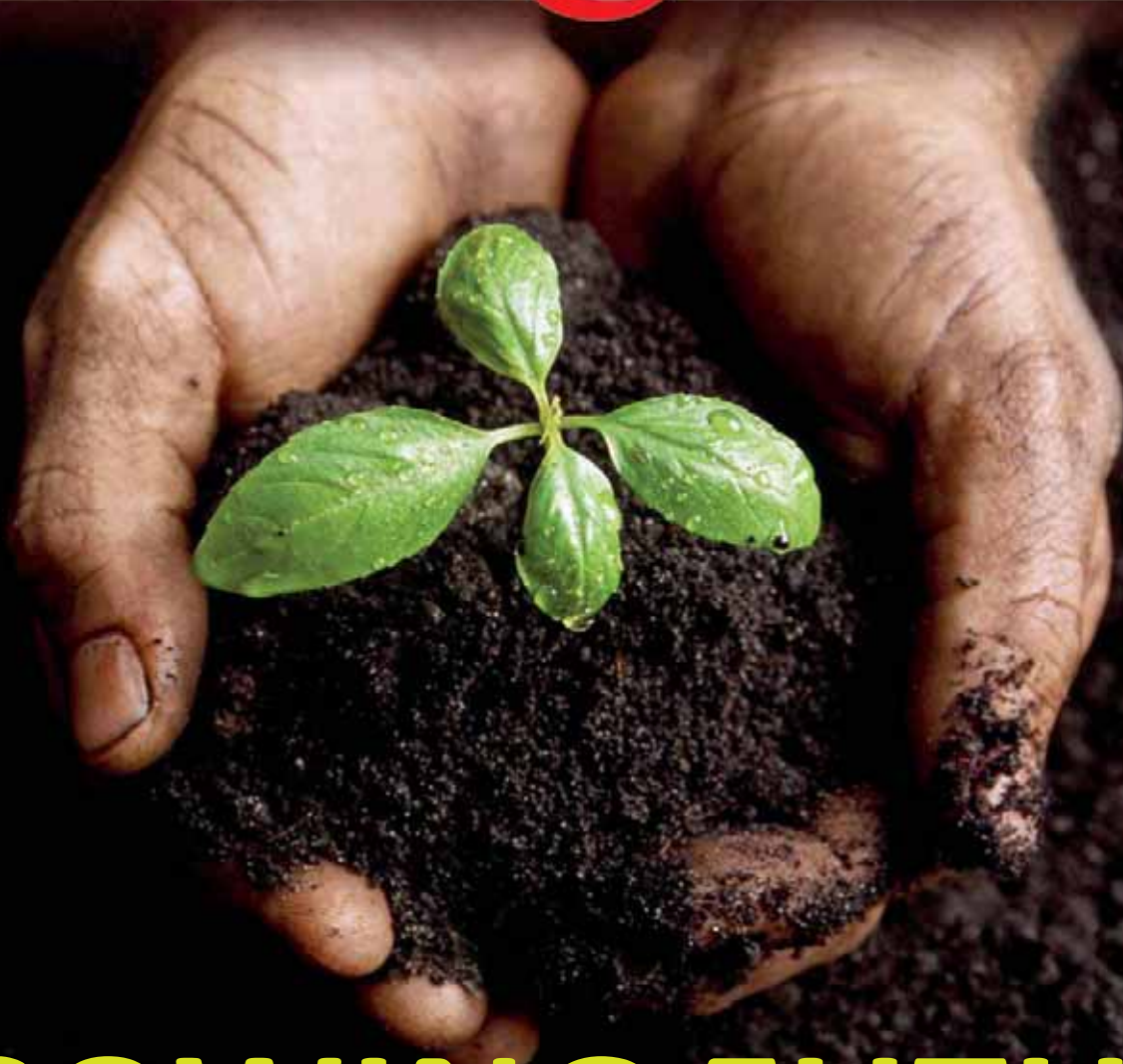


Dialogue

N° 49

Canada-Peru
Chamber of Commerce

Cámara de Comercio
Canadá-Perú



SOWING FUTURE **THROUGH OUR AGRICULTURAL ADVANTAGE** **SEMBRANDO FUTURO** **A TRAVES DE NUESTRA VENTAJA AGRICOLA**

■ **Business Opportunities with Canada:**
SIAL Fair Toronto 2011
Oportunidades de Negocio con Canadá:
Feria SIAL Toronto 2011

■ **The Revival of the Peruvian
Agriculture**
En Torno al Resurgimiento
del Agro Peruano

■ **Taking Advantage of the FTA
in the Agricultural Sector**
Tomando Ventaja del TLC en
el Sector Agrícola

SUSTAINING SPONSORS 2011

Patrocinadores 2011

RODRIGO,
ELIAS
& Medrano
ABOGADOS


BARRICK
Minería Responsable


ANTAMINA


Scotiabank


AIR CANADA


EDC


BISA
BUENAVENTURA INGENIEROS S.A.
CERTIFICACIÓN ISO 9001



SULLIDEN

RIMAC

Seguros



SOUTHERN COPPER
SOUTHERN PERU

HAZCO
A CCS Company

VICEVERSA
Consulting


BEAR CREEK
MINING CORPORATION



SNC • LAVALIN

Ferreyros 

BELLIDO,
SACO-VERTIZ &
BELLIDO
ABOGADOS


tgestionaria



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ


CENTRUM
CENTRO DE NEGOCIOS


PROCETRAJI
Transmitimos Tecnología.


SSK


sodexo

RUBIO
LEGUIA
NORMAND


HATCH™

Teck


xstrata
copper


HTSC S.A.C.


DIÁLOGO
CONSULTORES

FROM OUR GENERAL MANAGER

New Challenges, more Work and Successes
Nuevos retos, más trabajo y éxitos

2



BILATERAL TRADE

Business Opportunities with Canada: SIAL fair Toronto 2011
Oportunidades de negocio con Canadá: Feria SIAL Toronto 2011

4



The Revival of Peruvian Agriculture
En torno al resurgimiento del agro peruano

7



Taking Advantage of the FTA in the Agricultural Sector
Tomando ventaja del TLC en el sector agrícola

9



It is Important to Know the Canadian Consumer
Es importante conocer al consumidor canadiense

16



SOCIAL RESPONSIBILITY

Mantaro Peru: Committed to the Development of Junin
Mantaro Perú: Comprometida con el desarrollo de Junín

19



LEGAL

Income Tax the "Indirect Transfer" of Shares Issued by
Peruvian Companies
*El impuesto a la renta en la "enajenación indirecta" de
acciones emitidas por sociedades peruanas*

23



OUR EVENTS 25

NEW MEMBERS 27

ECONOMIC DATA 29

Cover photo



CAMARA DE COMERCIO
CANADA-PERU

HONORARY PRESIDENT

Richard Lecoq
Canadian Ambassador in Perú

PRESIDENT

Luis Carlos Rodrigo P.
Rodrigo, Elías & Medrano Abogados S.C.R.L.

VICE - PRESIDENT

José Tudela
Rimac Internacional
Compañía de Seguros & Reaseguros

TREASURER

David Splett
Compañía Minera Antamina S.A.

SECRETARY

Hubert de la Feld
Scotiabank Perú S.A.

DIRECTORS

Luis Rodríguez-Mariátegui P.
Peruvian Aquiculture S.A.C.

Miguel Cardozo
CP Group

Augusto Baertl
Gestora de Negocios e Inversiones S.A.

Francisco Silva
Consultor

Darrell Wagner
Minera Barrick Misquichilca S.A

Dialogue

GENERAL MANAGER

Lorena Borgo
DIALOGUE COMMITTEE
Francisco Silva Checa
Jaime Bellido
Enrique Méndez

DESIGN

Israel Acleto Zuñiga

PRINTER

PUNTO & GRAFIA S.A.C.

TRANSLATIONS

Doreen Fisher
El Sol - Escuela de Español

CÁMARA DE COMERCIO CANADÁ PERÚ

Calle Santander 186, Of. 201
Lima 18 - Perú

Teléfono: (51.1) 440 6699

Telefax: (51.1) 442 1162

E-mail: cccp@canadaperu.org

Web: www.canadaperu.org
www.pdacperu.com

Publication of the Canada - Peru
Chamber of Commerce

The articles published in the magazine are
independent and they don't necessarily
reflect the opinion or posture of the Canada
Peru Chamber of Commerce.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca
Nacional del Perú Nº 2008-04975
Nº 49. Lima, julio de 2011

NEW CHALLENGES, MORE WORK AND SUCCESSES

Nuevos retos, más trabajo y éxitos



Estimados Miembros,

En abril he asumido la Gerencia General de la Cámara de Comercio Canadá Perú aceptando con mucha ilusión, compromiso y energía este gran reto profesional.

En primer lugar, le agradezco la confianza al Consejo Directivo y a todos ustedes. Espero firmemente cumplir las expectativas y, por supuesto que con vuestra ayuda, superarlas. Considero muy positivo poder desarrollar una institución que cuenta con el apoyo incondicional de sus socios. Esta situación permite el inicio de una nueva etapa para acometer los retos y objetivos futuros.

Uno de los objetivos que ha definido el actual Consejo Directivo es desarrollar adicionalmente nuevas áreas, tales como el comercio bilateral no tradicional, el turismo, la educación y la cultura. Tengan por seguro queridos Miembros, que continuaremos apoyando con absoluto compromiso las iniciativas y actividades propuestas por los comités de trabajo de la Cámara de Comercio Canadá Perú: (i) Comité de Comercio Bilateral, (ii) Comité de Eventos, (iii) Comité Editorial de la Revista Dialogue, (iv) Comité Minero y, (v) Comité Organizador PDAC. Asimismo, organizaremos los clásicos torneos deportivos y seguiremos con los motivadores y enriquecedores desayunos y almuerzos informativos, siempre co-organizados conjuntamente con algunos

Dear Members,

I took on the role of General Manager of the Canada Peru Chamber of Commerce in April, a professional challenge I accepted with great enthusiasm, commitment and energy.

First of all, I should like to thank the Board of Directors and all you members for the confidence placed in me. I really hope to meet your expectations and even exceed them, with your help of course. In my opinion, developing an institution with the unconditional support of its members is very positive. It allows us to start a new stage, striving to meet future challenges and achieve objectives.

One of the objectives established by the current Board of Directors is to further develop new areas, such as non-traditional bilateral trade, tourism, education and culture. Be assured, dear Members, that we are fully committed to continue supporting the initiatives and activities proposed by the Canada Peru Chamber of Commerce 's working committees: i) Bilateral Trade Committee; ii) Events Committee, iii) Dialogue Magazine Editorial Committee, iv) Mining Committee and v) the PDAC Organizing Committee. We will also organize classic sports tournaments and will continue the inspiring and heartening breakfasts and informative lunches that are

always organized jointly with some of our members. We will also focus on the search for new activities, in order to achieve even more integration and sharing among members of the Canada Peru Chamber of Commerce.

Some of the projects we are currently working on include the initial arrangements for the participation of the Peruvian delegation at the annual PDAC convention in Toronto in March 2012, the beginning of stage three of the project to help promote the Canada-Peru FTA by organizing a talk at the III Expo Food Fair with the sponsorship of Scotiabank, and the improvement of the Canada Peru Chamber of Commerce web page.

I am starting this new professional project with great enthusiasm, relying on you, your knowledge, experience and expectations and placing my own experience at your disposal, in order to achieve the objectives of the Canada Peru Chamber of Commerce.

I should like to invite you to continue participating actively in the CPCC and please let us know if you have any concerns, ideas or suggestions. As far as we are concerned, we shall carry on trying to provide the best possible service.

Happy Independence Day for Canada and Peru!

de nuestros socios. Nos enfocaremos, también, en la búsqueda de nuevas actividades, con el objeto de lograr una aún mayor integración e intercambio entre los miembros de la Cámara de Comercio Canadá Perú.

Les adelantamos algunos de los proyectos en los que nos encontramos actualmente trabajando: primeras coordinaciones para la participación de la delegación peruana en convención anual del PDAC en Toronto en marzo 2012; inicio de la tercera etapa de apoyo a la promoción del TLC Canadá-Perú a través de la organización de una charla en la III Feria Expoalimentaria, gracias al auspicio de Scotiabank y mejora de la página web de la Cámara de Comercio Canadá Perú.

Inicio este nuevo proyecto profesional con mucho entusiasmo, me apoyaré en ustedes, en su conocimiento, experiencia y expectativas, y pongo a su vez a vuestra disposición mi propia experiencia, para lograr los objetivos de la Cámara de Comercio Canadá Perú.

Quisiera invitarlos a seguir participando activamente en la Cámara de Comercio Canadá Perú, a comunicarse con nosotros transmitiendo sus inquietudes, sus ideas y sus propuestas. Por nuestra parte, continuaremos buscando brindarles el mejor servicio.

¡Felices Fiestas Patrias para Canadá y Perú!

BY/POR
LORENA BORGIO
General Manager of the Canada Peru Chamber of Commerce
Gerente General de la Cámara de Comercio Canadá Perú



— 60 AÑOS —

Klohn Crippen Berger (KCB) celebra 60 años del servicio de consultoría en Ingeniería y estamos orgullosos de nuestro legado; formado en 1951, KCB tiene una historia larga en la participación en muchos de los proyectos de Ingeniería más grandes y más desafiantes en el mundo.

www.klohn.com



Klohn Crippen Berger
60 AÑOS

BUSINESS OPPORTUNITIES WITH CANADA: SIAL FAIR TORONTO 2011

Oportunidades de negocio con Canadá:
Feria SIAL Toronto 2011



Luego que se firmara el TLC con Canadá en mayo 2008 y entrara en vigencia el 1º de agosto de 2009, dio como resultado de la negociación, que la oferta exportable peruana ingresara sin pagar aranceles al mercado canadiense, lo que brinda a los peruanos oportunidades de negocios como incrementar volúmenes y montos de exportación de frutas y hortalizas, frescas y procesadas, es decir el arancel para estos productos peruanos es cero. Adicionalmente, los resultados del acuerdo permiten competir en igualdad de condiciones frente a países que ya tienen acuerdos vigentes como, NAFTA, Costa Rica, Chile, Israel.

De acuerdo a los datos estadísticos, la Cámara de Comercio de Lima - CCL precisó que durante el año 2010 las exportaciones peruanas hacia Canadá sumaron 3,320 millones de dólares, mientras que las importaciones de productos canadienses sumaron 651 millones. Los productos peruanos representan el 0.8 por ciento del total de importaciones de Canadá.

Actualmente Canadá representa el 13.4 por ciento del total de exportaciones textiles peruanas, que el

As a result of the negotiations to enter into a FTA with Canada, which was signed in May 2008 and became effective on 1st August 2009, Peruvian exports access the Canadian market tariff-free, thus providing business opportunities for Peruvians. Consequently, exports of fresh and processed fruits and vegetables have increased in volume and in addition, the products compete under equal conditions with those of other countries that already had agreements in force, such as NAFTA, Costa Rica, Chile and Israel.

According to statistics provided by the Lima Chamber of Commerce – LCC, Peruvian exports to Canada amounted to 3,320 million U.S. Dollars in 2010, whereas imports of Canadian products reached 651 million. Peruvian products represented 0.8 percent of Canada's total imports.

Canada currently represents 13.4 percent of Peru's total textile exports, which last year amounted to 1,553 million U.S. Dollars, mainly due to the characteristics of



Peruvian textiles, such as good quality cotton and the production of first-rate alpaca and vicuña fibres. Peru's textile exports to Canada totalled \$ 15.9 million in 2010.

Regarding food products, Peruvian businessmen successfully meet the phytosanitary requirements established by the Canadian Government and are aware of the great business opportunities available in this market. They are also evaluating the large quantity of purchases made in Toronto and Montreal, so that they can supply the volumes of products required by the market.

Food regulations are easier to work with, as most of the responsibility falls on Canadian importers rather than on the exporters. As regards the distribution network, working with small volumes and through different means of access poses no problems. Furthermore, compared to other competitors, ours are counter-season products. These are some of the advantages provided by the Canadian market.

Peruvian entrepreneurs participated in the SIAL fair for the second year in succession. It is a globally acknowledged fair in which Canadian buyers look for new suppliers of food, beverages and fishery products. The visiting companies included supermarkets, wholesalers, specialised stores and distributors like Loblaws, Sobeys, Metro, Costco and Wal-Mart, among others.

In 2010, the Foreign Trade Committee of the Lima Chamber of Commerce organized the participation of Peruvian companies in the SIAL Fair in Montreal, which was held in the Montreal Conference Palace from 21st to 23rd April. Six Peruvian companies attended the event: Andina de Desarrollo – Andesa S.A.C., Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo Ltda., Proexi S.A.C., Machu

año pasado ascendieron a 1,553 millones de dólares, situación explicada principalmente por las cualidades que tiene el sector textil peruano, como la calidad del algodón, producción de fibras finas de alpaca y vicuña. Además, las exportaciones textiles del Perú hacia Canadá sumaron 15.9 millones de dólares en el 2010.

En relación a los productos alimenticios, los empresarios peruanos cumplen satisfactoriamente con los requisitos fitosanitarios exigidos por el gobierno de Canadá y ven grandes oportunidades de negocio con este mercado, además, evalúan la mayor cantidad de compras que se realizan, en Toronto y Montreal, para poder ofertar volúmenes de productos de acuerdo al mercado.

Las regulaciones de alimentos son más fáciles de trabajar, debido a que la mayor parte de la responsabilidad recae en el importador canadiense y no en el exportador. Sobre la red de distribución, no existe inconveniente en trabajar con pequeños volúmenes y por diferentes vías de acceso. Además el ingreso de los productos es contrastación en comparación con otros competidores. Estas son algunas de las ventajas que nos brinda el mercado Canadiense.

Por segundo año consecutivo, empresarios peruanos han participado en SIAL, una feria de bebidas, alimentos y productos pesqueros, reconocida a nivel mundial, donde los compradores canadienses buscan a nuevos proveedores. Entre las empresas visitantes encontramos a supermercados, mayoristas, tiendas especializadas, distribuidores como Loblaws, Sobey's, Metro, Costco, Wal-Mart, entre otras.

En el 2010, el Comité de Comercio Exterior de la CCL organizó la participación de empresas peruanas en la Feria SIAL Montreal, que se llevó a cabo en El Palacio de Congresos de Montreal del 21 al 23 de Abril, donde participaron 6 empresas peruanas: Andina de Desarrollo



- Andesa S.A.C., Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo LTDA., Proexi S.A.C., Machu Picchu Foods S.A.C., Liofilizadora del Pacífico S.R. LTDA. y Sociedad Agropecuaria San Gabriel S.A.C. Este año se organizó el PABELLÓN PERÚ en la Feria Sial Toronto 2011, del 11 al 13 de Mayo, en el Metro Toronto Convention Centre, donde participaron cinco empresas peruanas: Agrojugos S.A.C., Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo LTDA., Industrias Alimenticias Cusco S.A., Machu Picchu Foods S.A.C., Negocios de Distribución y Exportación S.A., las que exhibieron sus productos en el mercado canadiense y americano, logrando generar negocios por US\$ 6.2 millones en un lapso de un año, de los cuales US\$ 1.3 millones se concretarán en los primeros tres meses.

Los productos que tuvieron más aceptación de las empresas asistentes fueron: las frutas congeladas (IQF), café, chocolate, quinua, kiwigen, quinua pop, quinua orgánica y amaranto páprika, centros orgánicos grajeados con chocolate orgánico.

Después de los logros alcanzados en las participaciones peruanas, el Comité de Comercio Exterior de la CCL (X.com), espera participar con un grupo de 10 empresas en SIAL 2012, a llevarse a cabo en la ciudad de Montreal, en el mes de abril.

Picchu Foods S.A.C., Liofilizadora del Pacífico S.R. Ltda. and Sociedad Agropecuaria San Gabriel S.A.C.

This year, a PERUVIAN PAVILLION was set up at the SIAL Fair – Toronto 2011, held on 11th to 13th May at the Metro Toronto Convention Centre. Agrojugos S.A.C., Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo Ltda., Industrias Alimenticias Cusco S.A., Machu Picchu Foods S.A.C and Negocios de Distribución y Exportación S.A. were the five Peruvian companies that exhibited their products in the Canadian and American markets, generating US\$6.2 million worth of business within one year, of which US\$1.3 million will materialize within the first three months.

The most well-accepted products of the companies present at the event were frozen fruits (IQF), coffee, chocolate, quinoa, kiwigen, pop quinoa, organic quinoa and amaranth, and paprika..

In view of the success achieved by the Peruvian participants, the Foreign Trade Committee of the LCC (X.com) is hoping to participate with a group of 10 companies in SIAL 2012, to be held in Montreal next April.

BY/POR
ROCIO BOZA RIVERA

Foreign Trade Committee Executive Director - Lima Chamber of Commerce
Directora Ejecutiva del Comité de Comercio Exterior - Cámara de Comercio de Lima

THE REVIVAL OF PERUVIAN AGRICULTURE

En torno al resurgimiento del agro peruano

A silent revolution. That is how the current modernization and development of the Peruvian agricultural sector should be qualified, as farming has become one of the most dynamic activities of the Peruvian economy. As a result, exports of fruits and vegetables last year exceeded US\$1,600 million, registering growth rates of between 20 and 25% a year during the past five years. It appears that this dynamism will continue in the coming years.

Increasingly more regions in the country are becoming involved in agro-export activities. Areas of new plantations are growing year by year. The agro food basket is more diversified with the introduction of new products. Target markets are also multiplying with the passage of time.

Asparagus and mangoes are no longer the only representatives of the new Peruvian agriculture in the world, but are now accompanied by a number of other products like table grapes, avocados, paprika peppers, artichokes, tangelos, tangerines, organic bananas, etc..

There are about 50 valleys spread from border to border along the Peruvian coast, from Tumbes in the north to Tacna in the south. Brilliant valleys irrigated by rivers that carry water from the high Andean mountains and lakes and flow into the Pacific Ocean.

Hundreds of immaculate orchards, set up with the best genetic material and carefully cultivated from the start, uphold the high productivity rate and good quality of Peruvian fruits and vegetables.

Europe, North America and Asia have been the main destinations for Peruvian fruit and vegetable exports and their acceptance could not have been better. Due to their size, texture, colour and flavour, Peruvian fruits and vegetables have achieved an excellent response from the most demanding palates in the world market. Hence the genuine interest of the leading marketers of fresh food in the world, and the great demand from the largest supermarket chains.

Revolución silenciosa. Así habría que calificar al proceso de modernización y desarrollo que está ocurriendo en el agro peruano, sector que constituye hoy en día, una de las actividades más dinámicas de la economía peruana. Como consecuencia de ello, las exportaciones de frutas y hortalizas sobrepasaron el año pasado los US\$ 1,600 millones, después de registrar tasas de crecimiento entre 20 y 25% anual durante los últimos 5 años; y todo parece indicar que este dinamismo se mantendrá en los próximos años.

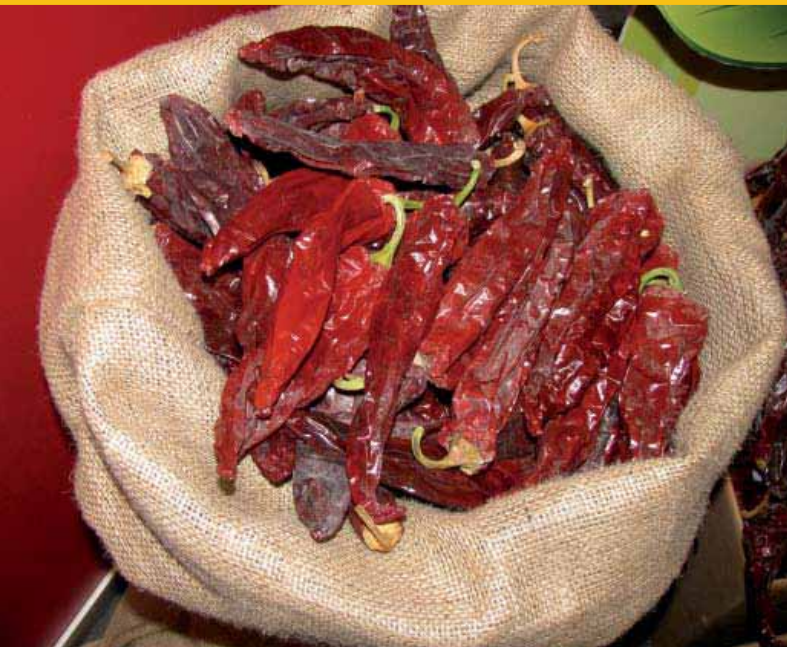
Cada vez son más las regiones del país que se involucran en la actividad agro exportadora. Las áreas de nuevas plantaciones crecen año a año. La canasta agro alimentaria se diversifica con la incorporación de nuevos productos. Y los mercados de destino también multiplican con el correr del tiempo.

Ya el espárrago y el mango dejaron de ser los solitarios representantes de la nueva agricultura peruana en el mundo. Y ahora los acompañan una serie de otros productos entre los que destacan la uva de mesa, la palta, el ají páprika, la alcachofa, el tangelo, la mandarina, el banano orgánico, etc.

Son alrededor de 50 los valles que tiene la costa peruana de frontera a frontera; desde Tumbes por el norte, hasta Tacna por el sur. Valles de excelente luminosidad, regados por ríos que traen el agua de los nevados y lagos alto andinos, y que desembocan en el Océano Pacífico.

Centenares de huertos impecables, instalados con el mejor material genético, y cultivados desde sus inicios por gente cuidadosa, sustentan la alta productividad y calidad de las frutas y hortalizas del Perú.

Europa, Norte América y Asia han sido los principales destinos de las exportaciones hortofrutícolas peruanas. Y la acogida no ha podido ser mejor. En tamaño, textura, color y sabor, las frutas y hortalizas peruanas han logrado una excelente acogida en los más exigentes paladares del mercado mundial. Por ello, el genuino interés de los principales comercializadores de alimentos frescos del mundo, y la gran demanda de las mayores cadenas de supermercados.



La agricultura exportadora peruana constituye un negocio relativamente nuevo en el país. Tan nuevo que a principios de la década pasada, ésta brillaba por su ausencia en los mercados internacionales. No obstante, a la fecha se tienen alrededor 120,000 hectáreas de plantaciones jóvenes altamente tecnificadas, pero se vienen muchas más en casi toda la costa peruana.

Ahora bien ¿qué hay detrás de este despertar agrícola peruano? Evidentemente, el clima de la costa y la estacionalidad de la agricultura exportadora peruana, han jugado un papel importante en el resurgimiento del sector. Como también, la política económica y comercial que son valorados por el sector empresarial nacional e internacional. Sin embargo, habría que agregar que este despertar explosivo jamás se hubiera dado en la magnitud y velocidad que ha sucedido, sin lo que yo llamaría “la mano amiga del extranjero”.

Es decir, una mano amiga que ayudó – y sigue ayudando – mucho en materia de tecnología agroalimentaria. En efecto, la mayoría de las empresas que actualmente lideran el proceso agro exportador del Perú, están siendo asesoradas por técnicos de diversos países amigos; incluido por supuesto de Canadá.

En ese sentido, aprovecho la ocasión para expresar mi más sincero agradecimiento a todos los extranjeros que están participando con nosotros en esta noble tarea de modernizar la agricultura exportadora peruana, para convertirnos en actores importantes del apasionante negocio agroalimentario a nivel mundial.

The agro export business is relatively new in this country. In fact, it is so new that early in the last decade it was conspicuous for its absence in international markets. Nevertheless, there are now about 120,000 hectares of highly technical young plantations and many more to come throughout most of the Peruvian coast.

So what is behind this arousal of the Peruvian agricultural sector? Clearly, the coastal climate and the seasonality of Peruvian agricultural exports have played an important role in the revival of the sector, as have the economic and trade policies that are valued by both the national and international business sectors. However, it is worth mentioning that the magnitude and speed of this explosive awakening would never have occurred without what I refer to as “the helping hand from abroad.”

In other words, a friendly hand has been – and still is – a great help as far as the food processing technology is concerned. In fact, most of the companies currently leading the agro-export process in Peru are being advised by experts from various friendly countries, including Canada, of course.

In that respect, I take this opportunity to express my sincere thanks to all foreigners who are participating with us in this noble task of modernizing Peruvian agricultural exports, so that we can become major players in the exciting worldwide agri-food industry.

BY/POR
FERNANDO CILLONIZ
President of Inform@cción
Presidente de Inform@cción

TAKING ADVANTAGE OF THE FTA IN THE AGRICULTURAL SECTOR

Tomando ventaja del TLC en el sector agrícola



Interview with Isaac Zúñiga, General Manager of Naranjillo Industrial Agricultural Cooperative.

A year after the implementation of the Canada-Peru FTA, can we now talk about benefits?

A Free Trade Agreement is always important, bearing in mind it is a general framework. Definitely the greatest benefit of this FTA is that we have a general reference framework to outline not only current but medium and long term policies, which is important between complementary nations like Canada and Peru.

Certainly we can already talk about benefits, because in terms of documentation, some issues which were not clear before have been clarified and we now have certain procedures that we must abide by. For example, clear rules have now been set and it is important to continue working on this, as it is not a process that will end today. During the conference on the "Benefits of the Canada-Peru Free Trade Agreement" organized by the Chamber, I spoke about the idea of co-creating the FTA; that is to say, we will continue developing the FTA, improving the conditions as we make progress with the bilateral negotiations between Canadian and Peruvian companies.

Entrevista con Isaac Zúñiga, Gerente General de Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo.

¿A un año de la implementación del TLC Canadá-Perú, se puede hablar ya de beneficios?

Bueno, siempre es importante un TLC, teniendo en cuenta que es un marco general. Definitivamente el beneficio más grande que puede tener este TLC es que ya tenemos un marco referencial general que va a delinear la política, no solamente actual, sino la de mediano y largo plazo, lo cual es muy importante entre naciones complementarias como lo son Canadá y Perú.

Sí podemos hablar ya de beneficios, definitivamente, porque tanto en el tema documentario hay ciertos temas que antes por ejemplo no estaban claros y hoy ya tenemos ciertos procedimientos a los cuales tenemos que regirnos, por ejemplo, ya tenemos las reglas claras sobre la mesa y es muy importante que esto se siga trabajando, esto no es un proceso que termina hoy. Durante la conferencia "Beneficios del Tratado de Libre Comercio Canadá Perú", que organizó la Cámara, hablé del concepto de co-creación del TLC, es decir vamos a seguir forjando este TLC, vamos a seguir manejando, vamos a seguir perfeccionando las condiciones del TLC en la medida que vayamos avanzando las relaciones de negociación bilateral entre empresas canadienses y empresas peruanas.



¿Considera usted que el TLC ha impulsado la inversión en el sector agroindustrial?

Tremendamente, estamos viendo que las exportaciones no tradicionales han crecido el doble es justamente lo que genera mano de obra. En la zona, por ejemplo, donde nosotros trabajamos, acopiamos el grano, luego este grano lo procesamos en la planta industrial y si nos fijamos, lo que más acarrea mano de obra no es tanto la planta industrial, en donde trabajan cerca de 50 personas en ella, lo que más acarrea mano de obra es el campo.

¿Qué ventajas comparativas tiene el Perú respecto a la oferta de otros países?

Tremenda, el Perú como mencioné también en la conferencia, es un país de nichos de mercado, es un país que debe apuntar a perfeccionar el nivel de calidad y buscar países como Canadá que realmente valoran el tema orgánico, valoran el tema de calidad del insumo y que tienen muy claro que la calidad de vida representa realmente el llevarse a la boca un producto de primerísima calidad. Esto se resume en un match entre un país como nosotros que tiene insumos muy buenos, realmente una ventaja tremendamente comparativa entre otros países y tener al otro lado un país como Canadá, que valora muchísimo este tipo de característica.

¿Qué oportunidades considera que brinda el TLC a su sector?

El TLC brinda las características básicas de desarrollo y promoción. Por ejemplo nuestra experiencia es la exportación de café a Canadá. Definitivamente si estamos hablando del sector agroindustrial, las posibilidades son infinitas, la frontera se ha abierto totalmente para Perú, lo cual es una gran oportunidad, tenemos que ponernos a trabajar en perfeccionar calidades. Yo sinceramente no me pongo en contra ni a favor del tema por ejemplo de los transgénicos, pero sí creo que tengo una clara posición respecto al tema de calidad, se debe estandarizar los procesos desde el campo hacia el proceso industrial y hacia la exportación;

Do you believe that the FTA has spurred investment in the agro-industrial sector?

Tremendously; non-traditional exports have doubled and this has created a demand for manpower. In the area we work in, for example, we gather grain which is then processed in the industrial plant, which employs about 50 people; however, the greatest labour demand is in the field.

What are the comparative advantages between Peru and other countries?

The advantages are huge. As I mentioned at the conference, Peru is a country of market niches; a country that should strive to improve its quality standards and look for countries like Canada which really value organic products and good quality inputs and are very clear about how eating top quality products improves the quality of life. This can be summarized as a match between a country like ours which has very good inputs – a huge comparative advantage over other countries – and a country like Canada which places great value on such characteristics.

What opportunities do you think the FTA offers your sector?

Basically, the FTA provides development and promotion opportunities. Take our experience with coffee exports to Canada, for example. Indeed, the possibilities for the agro-industrial sector are unlimited. The Peruvian borders are wide open, which is a great opportunity and we have to work on improving quality. Quite honestly, I am neither for nor against transgenic products (GMOs), for instance, but I do think I have a clear position regarding quality; the entire procedure from the field to the industrial process to the export stage must be standardised and quality standards must be verified.



Peru has top quality inputs and the fact that the quality was not maintained was a problem during the 80s. However, we have now achieved a good standard of quality and, thanks to the leading exporters who not only ensured quality but maintained and improved it, Peru has achieved a good position in the market. I think the next step is to continue improving in order to keep moving forward.

What do you think should be improved from the production stage until the products reach the final consumer?

Standardisation and constant improvement. According to my experience, two issues are very important for clients at the final destination: quality and prompt delivery. A first-class document management process is very important to expedite the paperwork. Document-related problems are often created within the companies themselves, preventing the products from arriving promptly. This is an issue that both Canada and Peru must deal with to ensure that the paperwork becomes much simpler. Obviously this will be based on trust, because as long as we are transparent, we will become more flexible and simplify the process. Timing is definitely one of the crucial factors that we have still not made much progress with, but it can be achieved.

What is your opinion of the Canadian market for the food sector?

It is a great opportunity, as Canada is a real paradise for any "Fair Trade" exporter of organic products. That is not the case in either South, Central or North America, except for some U.S. sectors that are beginning to place more importance on organic issues. Canada is an important market for us, as it is actually one of the top consumers of organic products, as well as Europe, of course. From the market niche point of view, any efforts

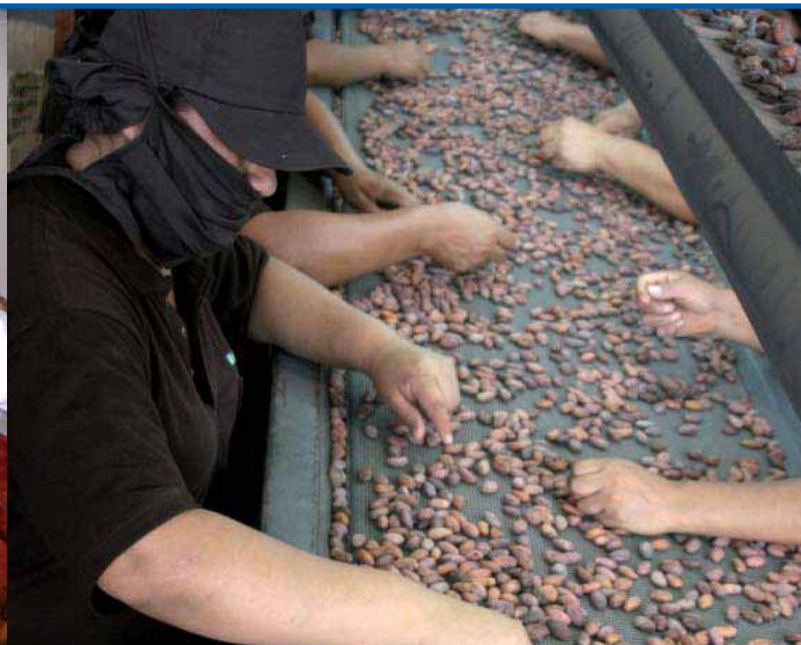
y que se pueda comprobar esta estandarización. El Perú cuenta con insumos de primerísima calidad, el tema es que no se mantenía esta calidad, era un problema de los años 80. Sin embargo, ahora hemos logrado una buena calidad, el Perú se ha posicionado gracias a los primeros exportadores que ese preocuparon no sólo por lograr calidad, sino también por mantenerla y mejorarla. Pienso que ese es el paso siguiente, mejora continua para poder seguir avanzando.

¿Qué considera que debe mejorar desde la producción hasta el arribo de los productos a la mesa del consumidor final?

El tema de la estandarización, el tema de la mejora continua. Hay dos temas que son muy importantes para el cliente final en destino, digo esto por experiencia: el tema de la calidad y el tema de la oportunidad de la entrega. Es muy importante contar con una gestión documentaria de primer nivel contar con procesos que agilicen los trámites. Muchas veces los problemas documentarios se generan en las propias empresas, lo cual a su vez impide que los productos lleguen oportunamente. En este tema debemos incidir ambas partes, tanto la parte de Canadá como la parte de Perú, debemos trabajar rigurosamente para que estos trámites sean cada vez mucho más simples. Esto lógicamente se va a basar en la confianza, porque en la medida que nosotros seamos transparentes, vamos a ser capaces de hacer este trámite mucho más fácil, mucho más flexible, y definitivamente, la oportunidad, es una de las características fundamentales en las que aún no logramos avances considerables y sí se pueden lograr.

¿Qué opinión le merece el mercado canadiense en el sector alimentación?

Se trata de una gran oportunidad, Canadá representa un paraíso realmente para cualquier exportador orgánico, "Fair Trade" como nosotros, porque esto no pasa en toda América del Sur, ni América del Centro ni en América del Norte, un poco Estados Unidos, en algunos sectores de EE.UU. se están empezando a fortalecer



en el tema orgánico. Realmente una de las sociedades que mejor consume es Canadá y, ciertamente Europa. Para nosotros este mercado es bastante importante, si estamos hablando de la perspectiva del nicho del mercado, entonces sí eleva o valora el esfuerzo que significa hacer toda una cadena de procesos orgánica y de comercio justo.

Si ya estableció vínculos comerciales con empresas canadienses y ha logrado exportar a Canadá ¿Qué les recomendaría a los productores que aún no lo han hecho?

Lo que yo recomendaría a las empresas peruanas es que apunten a ser totalmente éticas, totalmente transparentes, totalmente serias con su responsabilidad y esto es lo que precisamente nos va a distinguir. Naranjillo por ejemplo, ha sido felicitada innumerables veces en las ferias a las que hemos asistido, este año 2011, por dos razones: por el nivel de calidad y por la entrega oportuna. Nosotros encuestamos a nuestros clientes al final del año, para conocer su nivel de satisfacción. Los resultados demuestran que ellos están sumamente contentos con la calidad y con la entrega, pese a que el 2010 fue un año complicado respecto de la estimación de entrega de café y granos de cacao. Pudimos cumplir puntualmente nuestros contratos, respetar la oportunidad de entrega. Me gustaría que muchas empresas peruanas se sumaran a esta campaña de ética, de buen nombre que debe perseguir toda empresa.

¿Qué cree usted que debe mejorar a fin de lograr la sostenibilidad de exportaciones a Norteamérica?

Realmente acá hay un tema bastante amplio. Podemos hablar de la documentación, podemos hablar del tema sanitario, Para lograr el tema de sostenibilidad a Norteamérica, ahora que se avecina en 20 años una escasez de alimentos, debemos ser capaces de clasificar nuestras calidades. Creo yo ahí está el secreto: Norteamérica está orientándose a un nivel de vida cada vez mayor, percibo esto, pienso que el norteamericano está ya considerando niveles rigurosos de calidad. Me sorprendió muchísimo cuando estuve en Chicago, hay

to form a whole chain of organic processes and fair trade are much appreciated.

If you have already established business links with Canadian companies and exported to Canada, what would you recommend to producers who have still not done so?

My recommendation to Peruvian companies is that they must be totally ethical, totally transparent and totally responsible, which is precisely what we will be distinguished for. For example, Naranjillo has been congratulated numerous times at the fairs we have attended in 2011, for two reasons: our standard of quality and prompt delivery. We survey our clients at the end of each year to find out their level of satisfaction. The results last year showed that they are extremely happy with our quality and delivery terms, even though 2010 was a challenging year for estimating the delivery of coffee and cocoa beans. We were able to fulfill our contracts on time and respect delivery dates. I would like many more companies to join this ethics campaign and obtain the good reputation that all companies should pursue.

What do you think should be improved in order to ensure the sustainability of our exports to North America?

Actually, that is a very broad subject. We could mention documentation as well as sanitary issues. In order to ensure the sustainability of our exports to North America, with food shortages looming in 20 years' time, we must be capable of classifying our standards of quality. I think that is the secret: I have noticed that North America is constantly improving its standard of living and considering very strict quality standards. When I was in Chicago I was very surprised to see that some companies are already serving coffee based on its origin, teaching



Americans to consume top quality coffee without sugar and to value coffee that has not been blended or mixed, but pure coffee from the same batch. They take the trouble to roast the beans individually, even if the cost is higher than the selling price. This proves that there is still a lot of work to do, but that there are companies that are already aiming to improve the level of U.S. consumption. We must be prepared to provide really classified quality – quality standards that will enable us to enter these markets in the long term.

What issue do you think is still weak as far as trade with Canada is concerned?

Well, I think there are still problems with documentation and we need to work on that area. I would recommend that windows of information be opened to obtain experiences. We will learn from those experiences and enhance the FTA system. I believe that the FTA is an ongoing process; it is a joint creation that will be improved over time.

Finally, would you like to add any comment in particular?

I would like to call upon Peruvian companies to work together, as the decision to export to Canada is a challenge, because it is a selective market. We must be capable of standardizing our quality, regulating sanitary issues and gaining a foothold in demanding markets like Canada. An entrepreneurial spirit must be one of the characteristics of this development, making the impossible seem possible. Peruvian creativity, technology, the development of lots of products and a never fading entrepreneurship, have together helped us rise from the bottom to the path of constant development we are on today.

empresas que ya sirven el café basándose en el origen, están enseñándole al norteamericano a consumir café de primerísima calidad, a tomarlo sin azúcar, a valorar que no sea un café blend, un café mixto, sino un café que realmente viene del lote, que se toman el trabajo de tostarlo individualmente, aun así los costos sean mayores al venderlo. Esto está demostrando que todavía hay un trabajo por hacer, pero que ya hay empresas que están apuntando por mejorar el nivel de consumo del norteamericano. Nosotros debemos ser capaces de estar preparados para ofrecer calidades realmente clasificadas, calidades estándares que nos permitan entrar en un largo plazo en estos mercados.

¿Qué tema considera que aún es débil en el comercio con Canadá?

Bueno reo que hay problemas en el tema documentario, tenemos que trabajar en esa área. Recomendaría que se abran ventanas de información, donde recojan experiencias, de esas experiencias vamos a aprender y vamos a poder enriquecer en un sistema consuetudinario este sistema de TLC. Yo creo que el proceso del TLC aún sigue, es de co-creación, y va a perfeccionarse en el tiempo.

Finalmente, ¿Quisiera agregar algún comentario en particular?

Me gustaría hacer una llamado a las empresas peruanas para que trabajemos juntos ya que decidirnos a exportar a Canadá es un reto porque es un mercado selectivo. Debemos ser capaces de estandarizar nuestras calidades, de estandarizar el tema de salubridad; y vamos a ser capaces de llegar a mercados tan exigentes como Canadá. El espíritu empresarial debe ser una de las características que marca este desarrollo. Las cosas imposibles se pueden hacer posibles. Hay que sumar a la creatividad de los peruanos, la tecnología y al desarrollo de muchos productos, el espíritu empresarial, ese que nunca decae y que ha hecho posible que nos levantemos desde muy abajo que hoy estemos en una senda de constante desarrollo.

La calidez y amabilidad de nuestra gente, n
la pluriculturalidad de nuestros pueblos, nues
nuestro espíritu solidario y generoso, son a
Canadá y Perú, sean dos países unidos bajo la
de prosperidad y éxitos para

¡FELICES FIESTAS CA



uestro esfuerzo por salir adelante,
stro creciente y constante desarrollo,
lgunas de las cosas que hacen que
consigna de forjarse un futuro lleno
nuestras naciones.

ANADA Y PERU!

DE COMERCIO

DA-PERU

Scotiabank



BISA

BUENAVENTURA INGENIEROS S.A.

ISO 9001 CERTIFIED



SOUTHERN COPPER
SOUTHERN PERU



ingeniería
construcción
montaje

Tinto

**SILVER
STANDARD**



DESSAU

IT IS IMPORTANT TO KNOW THE CANADIAN CONSUMER

Es importante conocer al consumidor canadiense



Entrevista con Fabio Matarazzo, CEO de Camposol.

¿A un año de la implementación del TLC Canadá-Perú, ¿se puede hablar ya de beneficios?

En nuestro caso, hemos tenido un incremento importante de las ventas a Canadá y vemos muy buenas perspectivas de desarrollo futuro. Los productos que más se han visto beneficiados han sido el mango y la palta, ya sea en fresco como en congelado.

¿Considera que el TLC ha impulsado la inversión en el sector agroindustrial?

No creo que el TLC con Canadá por sí solo sea un elemento suficiente para generar una inversión significativa en la agro-industria Peruana, pero si la política que sigue nuestro país al agregar distintos acuerdos con socios comerciales importantes como Canadá.

¿Qué ventajas comparativas tiene el Perú, respecto a la oferta de otros países?

En lo que se refiere a la agro-industria, la situación climática en el Perú nos permite abarcar una “ventana” de disponibilidad de productos más amplia y diferente

Interview with Fabio Matarazzo, CEO of Camposol.

A year after the implementation of the Canada-Peru FTA, can we now talk about benefits?

In our case, we have had a significant increase in sales to Canada and we see very good prospects for future development. The products that have benefited most are mangoes and avocados, either fresh or frozen.

Do you believe that the FTA has spurred investment in the agro-industrial sector?

I do not think that the FTA with Canada alone is sufficient to generate significant investments in the Peruvian agro-industrial sector, but also the fact that our country's policy is to include various agreements with important trading partners like Canada.

What are the comparative advantages between Peru and other countries?

Weather conditions in Peru provide a window of opportunities for the agro-industrial sector, as we have a wider range of different products available compared to



other southern hemisphere countries. Clearly, attention to quality has also been increasing in our country and that helps us to be considered a reliable supplier.

What opportunities do you think the FTA offers your sector?

Canada is a very interesting market. Although locally available crops are restricted because of the weather, globalization is increasing consumer appetites for unfamiliar products. The FTA with Canada has given Peru the opportunity to meet this growing demand.

What do you think should be improved from the production stage until the products reach the final consumer?

I think we should improve our knowledge of Canadian consumers, particularly their preferences, regional differences and customs. Canada is a country with a large proportion of immigrants of different origins, many of whom have maintained their various traditions, including their cuisine. The support of trade offices and trade unions is very important for a better understanding of our final consumers.

What is your opinion of the Canadian market for the food sector?

In culinary terms, the Canadian market has a great variety. Although the Hispanic-American culture is not as widespread as in the United States, the significant number of immigrants from different parts of the world has definitely contributed to this cultural and culinary diversity.

If you have already established business links with Canadian companies and exported to Canada, what

en comparación a la de otros países del hemisferio sur. Claramente, la atención a la calidad también ha ido en aumento en nuestro país y eso contribuye a que seamos considerados un proveedor fiable.

¿Qué oportunidades considera que brinda el TLC a su sector?

El mercado canadiense es un mercado muy interesante. Las condiciones climáticas en Canadá limitan los cultivos disponibles localmente, pero la globalización está aumentando el apetito del consumidor por productos poco conocidos hasta ahora. El TLC con Canadá abre la posibilidad para el Perú de satisfacer en mayor medida esta demanda creciente.

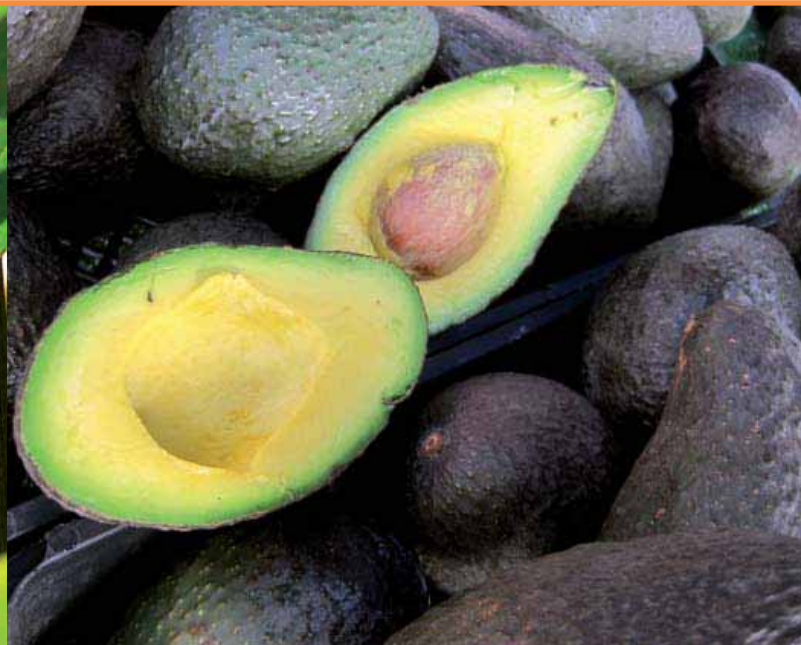
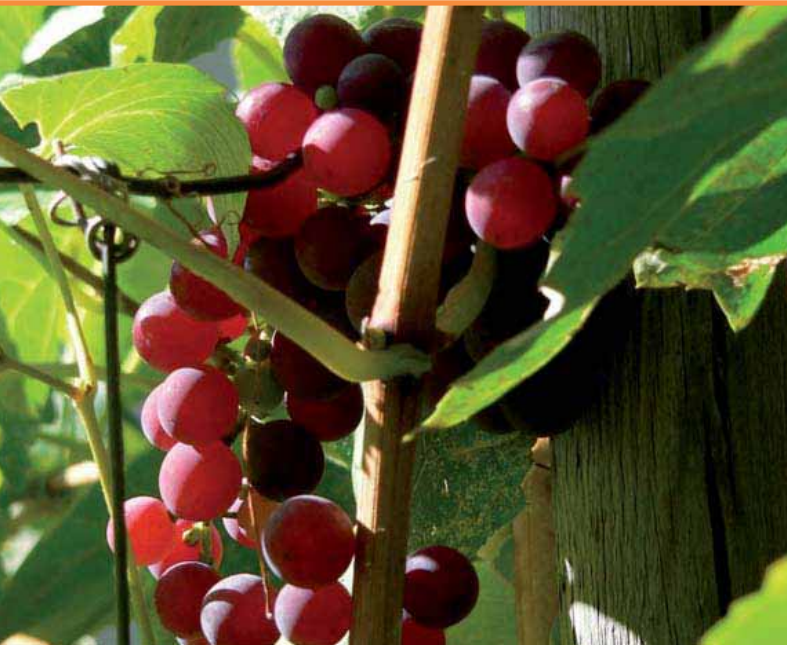
¿Qué considera que debe mejorar desde la producción hasta el arribo de los productos a la mesa del consumidor final?

Creo que debemos mejorar nuestro conocimiento del consumidor canadiense, en particular acerca de sus preferencias, sus diferencias regionales y sus costumbres. Canadá es un país que tiene una gran proporción de inmigrantes de distintos orígenes y en muchos casos estos han mantenido una serie de tradiciones, incluyendo las culinarias. El apoyo de las oficinas comerciales y de los gremios es muy importante para entender mejor a nuestros consumidores finales.

¿Qué opinión le merece el mercado canadiense en sector alimentación?

En términos culinarios, el mercado canadiense tiene una gran variedad. A pesar de que la cultura hispano-americana no tiene una prevalencia tan importante como en los Estados Unidos, históricamente sí ha habido una inmigración importante desde distintos lugares del mundo, la cual definitivamente ha aportado a esta diversidad cultural y culinaria.

¿Si ya estableció vínculos comerciales con empresas canadienses y ha logrado exportar a Canadá, qué le



recomendaría a los productores que aún no lo han hecho?

Yo les recomendaría que primero se enfocaran en entender exactamente qué necesidades puede satisfacer su producto en el mercado canadiense y también en entender cómo funciona el negocio de importación y distribución en su rubro específico en Canadá (ya que cada sector es diferente). El apoyo de las cámaras de comercio, los gremios sectoriales, las oficinas de promoción comercial de Canadá pueden ser de gran ayuda. Valoraría también la posibilidad de realizar un viaje de exploración/prospección con objetivos, visitas y encuentros definidos.

¿Qué cree usted que debe mejorar, a fin de lograr la sostenibilidad de las exportaciones a Norteamérica?

Creo que en cuanto aumente el volumen de negocio, es importante que aumente también la eficiencia logística. Ya sea en cuanto a frecuencia de envíos a ambas costas del Canadá, como la distribución interna de los productos frescos.

¿Qué tema considera que aún es débil en el comercio con Canadá?

Como mencionaba antes, creo que tenemos que mejorar nuestro conocimiento del consumidor canadiense. A veces tendemos a mirar a Norteamérica como un bloque único, cuando esto no responde a la realidad, ya que existe una gran diversidad.

Finalmente, ¿quisiera agregar algún comentario en particular?

En nuestra empresa creemos que el esfuerzo de apertura de nuevos mercados debe continuar y los peruanos debemos seguir mejorando nuestros estándares de calidad en todos los aspectos claves del negocio de la exportación, para poder agregar cada vez más valor, empezando por el conocimiento del consumidor final de nuestros productos.

would you recommend to producers who have still not done so?

I would recommend that they should focus first of all on understanding exactly how their product could meet the needs of the Canadian market and also how the Canadian importation and distribution business works for that particular product (as every sector is different). Canadian chambers of commerce, trade unions and business promotion offices can be very helpful. I would also consider it worthwhile to travel to Canada for exploration/prospecting purposes, with clear objectives and scheduled visits and meetings.

What do you think should be improved in order to ensure the sustainability of our exports to North America?

I believe that as the volume of business increases, our logistic efficiency should also improve, both in terms of the frequency of shipments to both coasts of Canada and the internal distribution of fresh produce.

What issue do you think is still weak as far as trade with Canada is concerned?

As mentioned previously, I think we need to improve our knowledge of Canadian consumers. Sometimes we tend to look at North America as a single block, when the fact is that there is a great diversity.

Finally, would you like to add any comment in particular?

Our company believes that efforts to open new markets must continue and that Peruvians must keep on improving the standards of quality in all key aspects of the export business in order to add increasingly more value, starting with a good knowledge of the final consumers of our products.

MANTARO PERU: COMMITTED TO THE DEVELOPMENT OF JUNIN

Mantaro Perú:
Comprometida con el desarrollo de Junín



The true wealth of a nation does not lie in its natural resources. It lies in its people. It is in all those people who day by day struggle to be successful for the benefit of their loved ones. They are the real purpose of any development process.

For Mantaro Peru, a Peruvian company funded by Canadian capital that is developing a non-metallic phosphate project in the Junín Region, this premise guides each and every one of its operations. Recently, the company completed a second stage of exploration on the right bank of the Mantaro Valley, with the purpose of identifying potential phosphate resources that exist in the area and to eventually undertake their production.

From the beginning, the main concern of Mantaro Perú was to establish a direct, sustainable and reliable relationship with the local communities located within its area of influence. A relationship that would lead to the elaboration of sustainable projects, which would last over time, even beyond the conclusion of the company's activities and that would have a significant impact on the quality of life of the inhabitants.

La verdadera riqueza de una nación no está en sus recursos naturales. Está en su gente. Está en todas esas personas que día a día luchan por salir adelante para beneficio de los suyos. Son ellos el verdadero objetivo de todo proceso de desarrollo.

Para Mantaro Perú, empresa peruana de capitales canadienses que está desarrollando un proyecto no metálico de fosfatos en la Región Junín, esta premisa guía cada una de sus operaciones. Recién, la empresa terminó de desarrollar la segunda etapa de exploración en la margen derecha del Valle de Mantaro, con el objetivo de identificar todo el potencial de fosfatos que existe en la zona y eventualmente emprender su producción.

Desde el inicio, la preocupación central de Mantaro Perú fue establecer una relación directa, sostenible y de confianza, con las comunidades campesinas ubicadas en su zona de influencia. Una relación que derive en la elaboración de proyectos sostenibles, que duren en el tiempo, incluso más allá de que la empresa concluya sus actividades, y que tengan un impacto significativo en la calidad de vida de los pobladores.



Ejecución de proyectos de agua potable y mejores semillas

Durante el último año, los dos principales proyectos impulsados por la empresa y que acaban de ponerse en funcionamiento son: Proyecto para la captación de agua potable y Proyecto del mejoramiento de la semilla de la papa. Ambos proyectos repercutirán en la vida de los más de 300 pobladores que conforman la comunidad de Quicha, zona en la que la empresa ha realizado sus últimas actividades de exploración.

Por ejemplo, con la llegada del agua potable los riesgos en la salud se disminuirán, el abastecimiento de este líquido elemento se incrementará a 2 y 3 litros por segundo (l/s), y al mismo tiempo, se emprenderá una campaña de sensibilización y educación para un uso adecuado de este recurso natural. Este proyecto cuenta con el respaldo de la ONG Agua Limpia.

En el caso del proyecto de mejoramiento de la semilla de papa, lo que se busca es el incremento de su producción agrícola para beneficio de todos los agricultores. Este proyecto implica también el fortalecimiento de las actividades agrícolas por parte de la comunidad.

Así mismo, la comunidad se benefició también con la construcción de una losa multideportiva para el esparcimiento y la práctica de deportes por parte de toda la familia, especialmente los jóvenes.

Generación de empleo

Mantaro Perú también impulsa la generación de puestos de trabajo para los habitantes aledaños. La segunda campaña de exploración por parte de dicha empresa logró que 91 comuneros de la Comunidad de Quicha pudieron acceder a puestos de trabajo rotativos

The implementation of drinkable water and improved potato seeds projects

During the last year, two main projects promoted by the company and which were recently commissioned include the potable water project and the improvement of potato seeds project. Both projects will have positive impacts on the lives of the more than 300 inhabitants that comprise the community of Quicha, the area in which the company carried out its latest exploration activities.

For example, the potable water project will increase the supply of this essential fluid by 2 or 3 liters per second (l/s) and at the same time, an awareness and education campaign has been launched and aimed at the proper use of this natural resource which will reduce risks in health. This project is supported by the NGO Agua Limpia.

In the case of the project for improving potato seeds, the purpose is to increase agricultural production for the benefit of all farmers. This project also involves the strengthening of agricultural activities within the community.

Likewise, the community has also benefited from the construction of a multi-sport complex for leisure activities and playing sports which provides benefits to the entire family, especially youngsters.

Generation of employment

Mantaro Peru also promotes the generation of jobs for local inhabitants. Mantaro Peru's second exploration campaign enabled 91 community members from the Community of Quicha to have access to rotational jobs

and in this way brought economic benefits to their families.

Mantaro Peru's commitment to development is not only limited to the communities within its area of influence, it also extends to the entire Junín Region. The company's headquarters are located in Huancayo; as such, all taxes that are paid by Mantaro Peru are used in the Region. The company is an active partner of the Huancayo Chamber of Commerce and always gives priority to local suppliers. The company promotes the transfer of technology and knowledge through the organization of workshops and conferences related to capacity building.

Mantaro Perú also sponsors charitable causes and events within the Region. Amongst these, the donation (of S/. 57,962) to the Casa de Acogida San Juan Diego in Huancayo stands out, a project designed to help children who are HIV-AIDS carriers.

For all of the above reasons, Mantaro Peru has become a key member to the social and economic development of the Junín Region and Peru.

y así beneficiar a sus respectivas familias con ingresos económicos.

El compromiso por el desarrollo de Mantaro Perú no solo se limita a las comunidades de su área de influencia, también se extiende a toda la Región Junín. Tiene su oficina principal ubicada en Huancayo, todos sus impuestos pagados se quedan en la región, es un socio activo de la Cámara de Comercio de Huancayo y siempre da prioridad a los proveedores locales. La empresa promueve la transferencia de tecnología y conocimiento a través de la organización de talleres y conferencias de desarrollo de capacidades.

Mantaro Perú también apoya causas y eventos de caridad en la región. Entre éstos destaca la contribución que donará (de S/. 57,962) a la Casa de Acogida San Juan Diego en Huancayo, para que puedan seguir atendiendo a niños portadores de VIH-Sida.

Por todas estas razones, Mantaro Perú se ha convertido en un actor clave para el desarrollo social y económico de la Región Junín y el Perú.

BY/POR
TREVOR PAUL
Communications Manager of Mantaro Perú S.A.C.
Gerente de Comunicaciones de Mantaro Perú S.A.C.

 GO FAR

Llegue en perfectas condiciones.

Camas completamente planas, excelente gastronomía y servicio de lujo en Clase Executive First.

Nunca ha sido tan fácil y cómodo viajar a Canadá, Estados Unidos, Asia y Europa.

Llame gratis al 0-800-52073, contacte a su agente de viajes o visítenos en aircanada.com

Calle Italia 389, Miraflores, Lima / 0-800-52073 / aircanada.com

AIR CANADA 
A STAR ALLIANCE MEMBER 

INCOME TAX IN THE “INDIRECT TRANSFER” OF SHARES ISSUED BY PERUVIAN COMPANIES

El Impuesto a la Renta en la “enajenación indirecta” de acciones emitidas por sociedades peruanas

De acuerdo a las normas que regulan el Impuesto a la Renta (IR) en el Perú, las personas jurídicas no domiciliadas en el país solamente se encuentran sujetas a dicho tributo por las “rentas de fuente peruana” que generen¹.

Así, por ejemplo, califica como “renta de fuente peruana” sujeta al IR la ganancia de capital que obtengan las personas no domiciliadas en el país en la enajenación de acciones emitidas por Sociedades Peruanas.

No obstante, mediante la Ley No. 29663 (la Ley), promulgada en el mes de febrero, se ha incluido como un nuevo supuesto de “renta de fuente peruana” a la que se obtenga en la “enajenación indirecta” de acciones emitidas por Sociedades Peruanas².

A través de la referida Ley se pretende gravar con el IR, no sólo aquellas rentas que generen las personas no domiciliadas por la enajenación de acciones emitidas por Sociedades Peruanas, sino también, aquellas que pudieran generar en la enajenación de acciones emitidas por Sociedades del Exterior, trascendiendo el IR más allá del ámbito territorial peruano.

Ello, en buena cuenta, implicará que las personas no domiciliadas en el país se encuentren sujetas al IR en el Perú con la tasa del 30%³ por las rentas que obtengan en una transacción (i) realizada íntegramente en el exterior, (ii) entre personas no domiciliadas en el país y (iii) respecto de acciones emitidas por una Sociedad del Exterior.

La Ley identifica dos (2) situaciones que se considerarán como “enajenaciones indirectas” de acciones emitidas por Sociedades Peruanas:

Enajenación indirecta efectiva

Cuando se enajenen acciones representativas del capital social de una Sociedad del Exterior que, a su vez, es propietaria, en forma directa o indirecta⁴, de acciones emitidas por una Sociedad Peruana, siempre que se cumplan cualquiera de las siguientes condiciones:

According to the rules that regulate the Income Tax (IT) in Peru, legal entities not resident in the country are only subject to this tax in the case of “Peruvian-source income” generated by them¹.

Thus, for example, “Peruvian-source income” subject to the IT shall be the capital gain obtained by non-resident persons in the country derived from the transfer of shares issued by Peruvian Companies².

However, through Law N° 29663 (the “Law”), enacted in February, income obtained due to the “indirect transfer” of shares issued by Peruvian Companies has been included as a new type of “Peruvian-source income”.

Through this Law, not only income generated by non-resident persons from the transfer of shares issued by Peruvian Companies is subject to IT, but also the income that might be generated from the transfer of shares issued by Foreign Companies, in which case the IT goes beyond the limits of the Peruvian territory.

In summary, as a result of this, persons not resident in the country will be subject to IT in Peru at a 30%³ rate in the case of income obtained in a transaction (i) fully made abroad, (ii) made among persons not resident in the country, and (iii) made in respect of shares issued by a Foreign Company.

The Act identifies two (2) situations that will be considered “indirect transfers” of shares issued by Peruvian Companies:

Effective indirect transfer

When shares representing the capital stock of a Foreign Company that, in turn, is the holder, whether directly or indirectly⁴, of shares issued by a Peruvian Company, provided that any of the following conditions is met:

a. That in any of the twelve (12) months prior to the transfer, the market value of the shares issued by the Peruvian Company (which are held directly or indirectly by the Foreign Company) is equivalent to fifty percent (50%) or more of the market value⁵ of all shares representing the capital stock of the same Foreign Company⁶.

b. That the Foreign Company is based in a tax heaven country. This condition does not apply if the Foreign Company is not subject to the condition described in paragraph a. above.

Alleged indirect transfer

It is presumed that a Foreign Company indirectly transfers the shares that represent the capital stock of Peruvian Companies whether directly or indirectly held by them, when it issues new shares as a result of a capital increase⁷ and transfers them at a value below the market value. In such a case, it is understood that the Foreign Company is transferring the shares issued by it as a result of the capital increase.

This presumption will only apply to the extent that any of the following conditions is met:

a. That in any of the twelve (12) months prior to the issue of the new shares, the market value of the shares issued by the Peruvian Company (whether directly or indirectly held by it) is equivalent to fifty percent (50%) or more of the market value of all shares representing the capital stock of the Foreign Company before the issue.

b. That the Foreign Company is based in a tax heaven country. This condition does not apply when it is proven that the Foreign Company is not in the case mentioned in paragraph a. above.

It should be mentioned that the Act has serious deficiencies that make its application difficult (for instance, the basis to estimate the IT is not established, that is, the procedure to determine the capital gain up on which the IT rate will be applied is not expressly mentioned and a specific procedure to pay the IT to the Peruvian tax authorities is not established either). For this reason, additional regulations will be required. To date, we are aware that the Executive has filed a bill with Congress to correct these (and other) deficiencies in order to make the application of the Law feasible.

Notwithstanding the foregoing, considering that in most cases, the “indirect transfer” of shares issued by Peruvian Companies is made abroad and among persons not resident in Peru, the Law has established the following measures to protect proper compliance with tax obligations:

a. En cualquiera de los doce (12) meses anteriores a la enajenación, el valor de mercado de las acciones emitidas por la Sociedad Peruana (de las que es propietaria directa o indirectamente la Sociedad del Exterior) equivalga al cincuenta por ciento (50%) ó más del valor de mercado⁵ de todas las acciones representativas del capital social de la misma Sociedad del Exterior⁶.

b. La Sociedad del Exterior resida en un país o territorio de baja o nula imposición. Esta condición no resulta aplicable si se acredita que la Sociedad del Exterior no se encuentra en el supuesto señalado en el literal a. anterior.

Enajenación indirecta presunta

Se presume que una Sociedad del Exterior enajena indirectamente las acciones representativas del capital social de Sociedades Peruanas de la que sea propietaria en forma directa o indirecta, cuando emite nuevas acciones como consecuencia de un aumento de capital⁷ y las coloca por un valor inferior al de mercado. En este caso, se entenderá que la Sociedad del Exterior enajena las acciones que emite como consecuencia del aumento de capital.

Dicha presunción se aplicará en la medida que se cumpla con cualquiera de las siguientes condiciones:

a. En cualquiera de los doce (12) meses anteriores a la emisión de las nuevas acciones, el valor de mercado de las acciones emitidas por la Sociedad Peruana (de las que es propietaria directa o indirectamente la Sociedad del Exterior) equivalga al cincuenta por ciento (50%) ó más del valor de mercado de todas las acciones representativas del capital social de la misma Sociedad del Exterior antes de la emisión.

b. La Sociedad del Exterior sea residente en un país o territorio de baja o nula imposición. Esta condición no resulta aplicable cuando se acredite que la Sociedad del Exterior no se encuentra en el supuesto señalado en el literal a. anterior.

Cabe advertir que la Ley contiene serias deficiencias que dificultan su aplicación (p.e no se establece la base de cálculo del IR, es decir, no se señala de manera expresa el procedimiento para determinar la ganancia de capital sobre la cual se aplicará la tasa del IR, como tampoco establece un procedimiento específico para abonar el IR al fisco peruano) por lo que se requerirán necesariamente de normas complementarias. A la fecha, tenemos conocimiento que el Poder Ejecutivo ha presentado un proyecto al Congreso que pretende corregir estas (y otras) deficiencias con la finalidad de viabilizar la aplicación de la Ley.

Sin perjuicio de lo anterior, teniendo en consideración que en la mayoría de casos la “enajenación indirecta” de acciones emitidas por Sociedades Peruanas se realizará en el exterior y entre personas no domiciliadas en el país, la Ley ha previsto las siguientes medidas para resguardar el adecuado cumplimiento de las obligaciones tributarias:

(i) Responsabilidad solidaria

La Sociedad Peruana emisora de las acciones que

indirectamente se enajenan será responsable solidaria del pago del IR, cuando en cualquiera de los doce (12) meses anteriores a la enajenación, el sujeto no domiciliado enajenante se encuentre vinculado directa o indirectamente a la Sociedad Peruana a través de su participación en el control, la administración o el capital.

(ii) Obligación de informar a la Administración Tributaria

Las Sociedades Peruanas estarán obligadas a comunicar a la Administración Tributaria, en la forma, plazos y condiciones que esta señale, las emisiones, transferencias y cancelaciones de acciones realizadas, incluyendo las “enajenaciones indirectas”.

Ahora bien, en el caso concreto de personas residentes en Canadá, los efectos tributarios que la Ley podría implicar deben resolverse a la luz de lo dispuesto en el Convenio para Evitar la Doble Imposición y para Prevenir la Evasión Fiscal suscrito entre Canadá y Perú (CDI).

El párrafo 4 del artículo 4 del CDI dispone que las ganancias obtenidas por un residente en Canadá, por la enajenación de acciones cuyo valor principalmente provenga de bienes raíces situados en el Perú, pueden ser sometidas a imposición en el Perú⁸. A su vez, el párrafo 6 del mismo artículo prevé que las ganancias obtenidas en la enajenación de cualquier propiedad, distinta a aquella referida en los párrafos 1, 2, 3 y 4, deben someterse a imposición solamente en el Estado Contratante del cual el enajenante es residente.

En ese sentido, en el entendido que el valor de las acciones que sean enajenadas por personas residentes en Canadá no provenga principalmente de bienes raíces situados en el Perú, consideramos que la eventual ganancia que pudieran obtener por la “enajenación indirecta” de acciones de Sociedades Peruanas, no debería encontrarse sujeta al IR en el país, toda vez que de acuerdo a lo establecido en el CDI, dicha ganancia solamente se encontraría sujeta a imposición en Canadá.

No obstante lo anterior, cabe advertir que el CDI no cubrirá a aquellos accionistas de Sociedades Canadienses que no residan en Canadá, en cuyo caso, podrían generar ganancia de capital gravada con el IR en el Perú si es que la transferencia de las acciones emitidas por Sociedades Canadienses implica la “enajenación indirecta” de acciones emitidas por Sociedades Peruanas.

1 Artículo 6 e inciso h) del artículo 9 de la Ley del IR.

2 Para efecto del presente artículo solamente nos referimos a las “acciones”, no obstante, la Ley alude también a las “participaciones” reguladas por la legislación peruana, con independencia de la denominación otorgada en otras legislaciones.

3 Artículo 56 de la Ley del IR.

4 Por intermedio de otras empresas.

5 Mediante decreto supremo se establecerá la forma como se determina el valor de mercado.

6 La Ley establece la metodología aplicable para determinar el porcentaje del cincuenta por ciento (50%).

7 Producto de nuevos aportes, de capitalización de créditos o de una reorganización societaria.

8 Para los propósitos del CDI el término “propiedad inmueble” no comprende los bienes, salvo los destinados al arrendamiento, en los que la sociedad, asociación o fideicomiso ejerce su actividad.

(i) Joint liability

The Peruvian Company issuing the shares that are indirectly transferred will be jointly liable for the payment of the IT, when in any of the twelve (12) months prior to the transfer, the non-domiciled person that transfer the shares is directly or indirectly related to the Peruvian Company through its participation in its control, management or capital.

(ii) Obligation to inform to the Tax Administration

The Peruvian Companies will be obliged to inform the Tax Administration in the form, terms and conditions established by it, about any issues, transfers and cancellations of shares made, including “indirect transfers”.

For the specific case of persons domiciled in Canada, the tax effects of the Law must be determined under the Agreement to Avoid Double Taxation and Prevent Tax Evasion entered into between Canada and Peru (CDI).

Paragraph 4 of Article 4 of the CDI states that income obtained by a person domiciled in Canada from the transfer of shares which value mainly results from real estate property located in Peru can be subject to taxes in Peru⁸. In turn, paragraph 6 of the same article sets forth that income obtained from the transfer of any property other than those referred to in paragraphs 1, 2, 3 and 4 must be subject to taxes only in the Contracting State where the party making the transfer is domiciled.

In this regard, understanding that the value of the shares that are transferred by persons resident in Canada does not basically come from real estate property located in Peru, we consider that the potential income obtained from the “indirect transfer” of the shares of Peruvian Companies would not be subject to the IT in the country, since as set forth in the CDI, said income would only be subject to taxes in Canada.

Notwithstanding the foregoing, it should be noticed that the CDI will not cover those shareholders of Canadian Companies that are not domiciled in Canada, in which case, capital gain subject to the IT might be generated in Peru if the transfer of shares issued by Canadian Companies implies the “indirect transfer” of shares issued by Peruvian Companies.

1 Article 6 and paragraph h) of Article 9 of the IT Law.

2 For purposes of this article, we only refer to “shares”. However, the Law also makes reference to “interests” regulated by the Peruvian legislation, notwithstanding the name given to them under other legislations.

3 Article 56 of the IT Law.

4 Through other companies.

5 The form how the market value is determined will be established through a Supreme Decree.

6 The law establishes the applicable methodology to determine the fifty percent (50%).

7 As a result of new contributions, credit capitalization or corporate reorganization.

8 For purposes of the CDI, the term “real property” does not comprise those goods, except those for rental, where the company, partnership or trust performs its activity.

Avances, Proyecciones y Desarrollo Sostenible de Xstrata Copper

Swissôtel, 24 de Mayo, 12:30 p.m.

Expositor: José Marún - Vice Presidente Ejecutivo de la División Sudamérica de Xstrata Copper



José Marún durante su exposición.

El día 24 de Mayo, la Cámara de Comercio Canadá Perú, organizó el almuerzo informativo "Avances, Proyecciones y Desarrollo Sostenible de Xstrata Copper", que se llevó a cabo en el Salón Paracas I del Swissôtel, Lima.

La conferencia estuvo a cargo de José Marún, Vice Presidente Ejecutivo de la División Sudamérica de Xstrata Copper; quién brindó un amplio panorama de las actividades presentes y futuras de Xstrata Copper en Sudamérica y en el Perú.

El proyecto Tintaya Antapaccay, que iniciará operaciones a fines del 2012, busca prolongar la vida de la mina Tintaya en más de 20 años y ampliar la producción en 60% a través del desarrollo del yacimiento Antapaccay, que se encuentra a 10 km de Tintaya. Esta operación tendrá una inversión de US\$ 1.470 millones.



José Marún junto a José Tudela, Vice Presidente de la Cámara de Comercio Canadá Perú.

El proyecto Las Bambas, cuya puesta en marcha se dará en 2014, se perfila como un complejo minero nuevo de clase mundial, de larga vida y gran escala utilizando las sinergias Tintaya-Antapaccay.

Por medio de la Fundación Tintaya, Xstrata ha venido trabajando en contribuir al desarrollo sostenible de la provincia de Espinar a través de la ejecución de programas y proyectos que perduran mas allá de la fecha de terminación de las operaciones de la mina Tintaya.

En las Bambas, se vienen desarrollando diversos programas de inversión social como: La promoción de la crianza y comercialización de truchas, el proyecto de desarrollo de artesanías, el programa de formación y desarrollo Fuerabamba T'ikariy Wiñaypaq, proyecto de mejora de infraestructura vial y comunicaciones, proyectos productivos: comedores comunales y programa de recursos educativos Las Bambas (PREB).

GRACIAS A NUESTRO PATROCINADOR OFICIAL DE EVENTOS 2011



Scotiabank

Beneficios del Tratado de Libre Comercio Canadá Perú

Swissôtel, 21 de Junio, 12:30 p.m.

Expositores: Eduardo Ferreyros - Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Alvaro Diaz - Mincetur, José Quiñones - Sub Director de Promoción Comercial PROMPERU e Isaac Zuñiga - Gerente General de Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo



José Tudela, Luis Carlos Rodrigo Prado, Eduardo Ferreyros - Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Richard Lecoq - Embajador de Canadá, José Vizquerra y Antonio Esquivel - Scotiabank.



Eduardo Ferreyros - Ministro de Comercio Exterior y Turismo durante su presentación.



Alvaro Diaz - Ministerio de Comercio Exterior, Jaime Bellido - Presidente del Comité de Comercio Bilateral de la Cámara de Comercio Canadá Perú, José Quiñones - Sub Director de Promoción Comercial PROMPERU e Isaac Zuñiga - Gerente General de Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo.

La Cámara de Comercio Canadá Perú, conjuntamente con el Comité de Exportaciones de la Cámara de Comercio de Lima realizó del almuerzo informativo “Beneficios del Tratado de Libre Comercio Canadá Perú”, que se llevó a cabo el día martes 21 de junio a las 12:30 en el Salón Paracas I del Swissôtel, Lima.

Esta iniciativa tiene como finalidad apoyar la promoción del comercio bilateral entre Canadá y Perú en el marco del TLC vigente. El objetivo de este encuentro fue informar a la audiencia sobre las principales características y beneficios del tratado. En esta oportunidad se centro en el sector agroindustrial, para lo cual contamos con la participación de conferencistas expertos en este tema, así como con la presentación de un caso de éxito a manera de testimonio sobre las oportunidades que brinda un acuerdo comercial de esta naturaleza.

El Ministro de Comercio Exterior y Turismo, Sr. Eduardo Ferreyros, participó como expositor principal en el evento. Asimismo, asistió el Excelentísimo Embajador de Canadá en Perú, Sr. Richard Lecoq.

Esta conferencia es sólo el inicio de una serie de actividades programadas durante el año por el Comité de Comercio Bilateral de la Cámara de Comercio Canadá Perú, presidida por el Dr. Jaime Bellido.

New Sponsors & Members 2011

Nuevos Patrocinadores y Miembros 2011

NEW SPONSORS - NUEVOS PATROCINADORES



Diálogo Consultores nace como una empresa consultora especializada en brindar a sus clientes asesoría en materia social y en procesos de comunicación para que tales organizaciones logren desenvolverse con éxito en sus actividades y desarrollar adecuadamente sus políticas de responsabilidad social empresarial.

www.dialogoconsultores.com



Higher Technology es una empresa con más de 5 años de experiencia en soluciones de desgaste, a través de aceros estructurales y antiabrasivos, aplicados a los rubros de Minería, Petróleo, Industria y Construcción entre otros.

De acuerdo a la industria han desarrollado soluciones personalizadas a través de herramientas de gestión en Ingeniería, Desarrollo e Innovación para beneficio de la productividad hacia sus clientes.

Higher Technology, ofrece sus servicios a las diferentes empresas del país, poniendo a su disposición un equipo humano de profesionales especializados y de experiencia en los diferentes rubros empresariales.

www.htsc.us

NEW MEMBERS - NUEVOS MIEMBROS



Cóndor es un generador de proyectos enfocado exclusivamente en la exploración en Sudamérica, particularmente en Perú y Chile. Su objetivo a largo plazo es el descubrimiento de un nuevo depósito de oro y/o de otros metales. Con más de 40 años de experiencia combinada en la región, el equipo de exploración de Cóndor tiene un registro record de descubrimientos, una ventaja clave en la identificación y la evaluación de nuevos proyectos de manera eficiente para maximizar los recursos de la empresa y crear un sólido valor a los accionistas.

www.condorresources.com



Energold Drilling es una empresa de servicio de perforación para la industria minera. A lo largo de sus operaciones en todo el mundo, Energold pone énfasis en el aspecto ecológico y social de sus actividades. El objetivo de Energold es el de construir valor para sus accionistas a través de la innovación en la industria de los servicios de perforación especializada en el mundo. El empleo de tecnología altamente portátil le brinda a Energold una ventaja competitiva permitiendo generar constantes ingresos y fuertes márgenes de ganancia.

www.energold.com



Estrella Gold es una empresa de exploración minera que desarrolla valor para sus accionistas a través de la adquisición a gran escala de proyectos de metales base y preciosos en América Latina, principalmente en el Perú. Estrella Gold está enfocada en la generación de proyectos y oportunidades de Joint Venture en un amplio portafolio de propiedades mineras en Sudamérica.

www.estrellagold.com



La Llave S.A., es una Empresa Multinacional con experiencia en la distribución de equipos y suministros industriales, teniendo como principales socios y proveedores a los fabricantes industriales más importantes a nivel mundial. La Llave S.A. inició operaciones en Ecuador en el año 1960 y a la fecha es considerada en este país como una organización líder, que provee soluciones integrales a la Industria Local. En Perú, iniciamos actividades en el año 2002 como parte del proceso de crecimiento de nuestras operaciones para ofrecer soluciones más eficientes a nuestros clientes.

www.lallave.com.pe



Desde 1983, Merit Consultants International Inc., una empresa privada canadiense, ha estado proporcionando servicios de dirección en construcción y proyectos. Merit ha trabajado con clientes en el sector minero a nivel mundial; participando satisfactoriamente en proyectos en los EE.UU., Canadá, Australia, China, Turquía, Filipinas, Papúa Nueva Guinea, Chile, Guyana, Myanmar, Perú y Portugal.

www.meritconsultants.net



Pacific Stratus Energy es la sucursal peruana de Pacific Rubiales Energy una empresa pública listada en las bolsas de valores de Toronto y Colombia. La Empresa es la más grande empresa exploradora y productora de gas y petróleo en Colombia, la cual está enfocada en identificar oportunidades de crecimiento en Colombia, así como al Este del Perú, y Guatemala. La Empresa tiene una fuerte y creciente base reserva, y está maximizando futuras perspectivas de producción a través de sus actividades de exploración.

www.pacificrubiales.com



Salfa Montajes S.A. es una de las empresas operativas de la unidad de negocio de Ingeniería y Construcción de Salfa Corp; el cual conforma uno de los principales grupos de empresas chilenas con presencia internacional ligado al sector de la Ingeniería, Construcción e Inmobiliario, liderando los mercados de Montajes Industriales y Obras Civiles. En el Perú está presente a través de Salfa Montajes S.A., empresa que atiende contratos de montaje industrial de alta especialización y de gran tamaño en los sectores de minería, energía, forestal entre otros.

www.salfacorp.com

Desafío Minero S.A.C.

Desafío Minero es una empresa de exploración minera que opera como subsidiaria de Consorcio Minero Horizonte.

www.cmh.com

Francisco Silva Checa

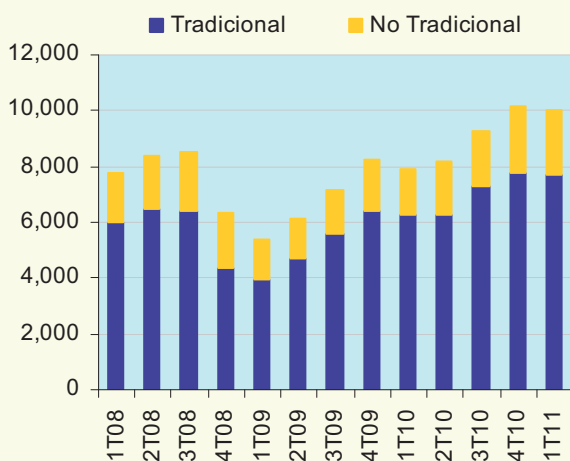
Consultoría e inteligencia comercial a empresas principalmente canadienses, sobre la penetración y posicionamiento en el mercado peruano.

francisco.silva@silvacons.com

EXPORTACIONES CAMINO A NUEVO RÉCORD

Las exportaciones ascendieron a US\$10,017 millones durante el primer trimestre (1T11), según cifras del BCR. Este monto fue mayor en US\$2,093 millones ó 26% respecto al 1T10 y estuvo 8% por encima de nuestro estimado de US\$ 9,300 millones. Además, por segundo trimestre consecutivo, las exportaciones superaron la barrera de los diez mil millones de dólares.

EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES (En millones de dólares)

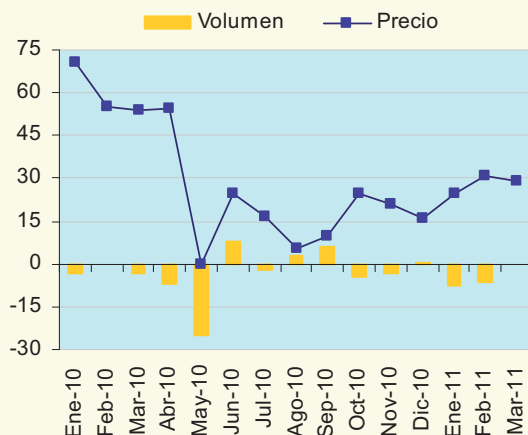


Fuente: BCR Elaboración: Estudios Económicos - Scotiabank

Exportaciones Tradicionales

Cerca de las dos terceras partes del incremento de las exportaciones se debió al aumento de las ventas al exterior de productos tradicionales, las cuales sumaron US\$7,726 millones (+24%). Este comportamiento se debió básicamente a un efecto precio pues el volumen exportado mostró una ligera contracción.

EXPORTACIONES TRADICIONALES (Variación porcentual anual)

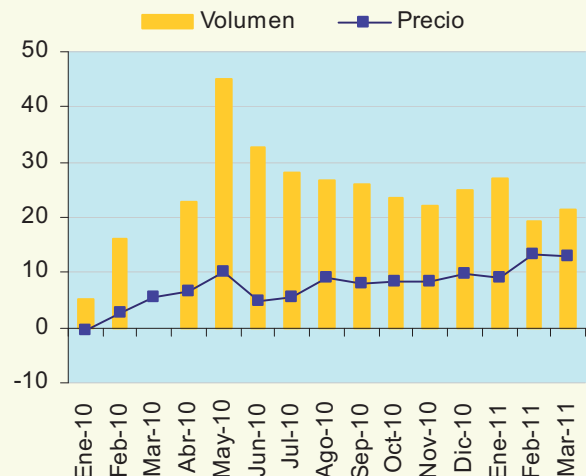


Fuente: BCR Elaboración: Estudios Económicos-Scotiabank

Exportaciones No Tradicionales

Las exportaciones no tradicionales alcanzaron US\$2,211 millones, superiores en 38% respecto al 1T10 y las segundas más altas en términos históricos. A diferencia de los productos tradicionales, esta evolución estuvo sustentada principalmente en el aumento del volumen exportado (+23%), en especial de los sectores agroindustrial y químico ante la expansión de la demanda externa. Por el contrario, las ventas de los sectores siderometalúrgica y joyería estuvieron impulsadas por el alza de precios, debido al mayor costo de los insumos.

EXPORTACIONES NO TRADICIONALES (En millones de dólares)



Fuente: BCR Elaboración: Estudios Económicos-Scotiabank

Perspectivas

Durante el segundo trimestre del 2011 continuaría la evolución positiva de las exportaciones, las cuales bordearían los US\$10,200 millones, monto mayor en cerca de 25% respecto al 2T10, según nuestros estimados.

Para todo el 2011 mantenemos nuestro estimado en torno a que las exportaciones alcanzarían un monto de US\$41,750 millones, lo que representaría un aumento de 17% respecto al 2010. Dicho estimado se sustenta en:

- La permanencia de los precios de los commodities por encima de sus promedios históricos.
- La paulatina recuperación de la economía mundial, lo que beneficiaría a las exportaciones no tradicionales.

ENTREGAMOS NUESTRO

Calor patrio

A QUIENES MÁS LO NECESITAN

*Límite de donación 122,000 Nuevos Soles.

En estas Fiestas Patrias, las comunidades beneficiadas serán las de Parcco y Pararani en Abancay.

Con tu colaboración ayudaremos a las víctimas del friaje por tercer año consecutivo. Por eso, agradecemos a quienes vienen colaborando con sus donaciones. Si deseas participar, puedes acercarte a cualquier agencia de Scotiabank o CrediScotia a nivel nacional o ingresar a www.scotiabank.com.pe

Por cada Nuevo Sol que dones, el Grupo Scotiabank donará otro.*

¡Con tu ayuda podremos abrigar los corazones de más peruanos!

 **Grupo Scotiabank**
Iluminando el mañana

 Scotiabank

FINANCIERA
CrediScotia

 Profuturo