

Universal Textil decide expandirse hacia Brasil y Venezuela

APROVECHARÁ LA CERCANÍA GEOGRÁFICA Y REFORZARÁ SU PARTICIPACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Aunque están conscientes de que no es una plaza estable ni sostenible en el tiempo, en Universal Textil (UT) han decidido aprovechar la oportunidad financiera que representa Venezuela para introducir su línea de pantalones. “Venezuela se ha convertido en un gran consumidor de confecciones y en una buena alternativa de diversificación para las empresas peruanas”, afirmó el gerente general de UT, Javier Seminario.

Y aunque el año pasado venía haciendo algunos contactos para ingresar a España e Italia, la compañía decidió replantear su estrategia de expansión para apuntar a mercados en Latinoamérica. “Los pro-



PESO. LA EMPRESA ASPIRA A QUE SUS EXPORTACIONES REPRESENTEN EL 60% DE SUS INGRESOS.

blemas de logística evitaron que se concretase nuestro ingreso a Europa, así que optamos por aprovechar la cercanía que tenemos con otros mercados y priorizar las plazas donde teníamos mayores oportunidades”, dijo Seminario.

A mediados del año pasado, cerraron algunos contratos que les permitieron ingresar a Brasil. Pero este no ha sido el único proyecto

Estancados

El gerente general de Universal Textil, Javier Seminario, señaló que las ventas a EE.UU. están estancadas. Dijo que la recesión económica ya se deja sentir en las órdenes de compra de las principales firmas norteamericanas, que vendrían disminuyendo ligeramente.

que han trabajado, pues en paralelo la empresa ha buscado desarrollar una línea de pantalones más casual, con el fin de seguir fortaleciendo sus exportaciones.

Respecto a la venta de tejido plano, indicó que esta se mantiene estable pero la producción local está siendo reemplazada por la producción importada. “En ese escenario lo mejor es exportar”, acotó Seminario.

La lúcuma tendrá su propio plan estratégico

LOS CULTIVOS DEL PRODUCTO DE BANDERA CRECERÁN CERCA DE 15% ESTE AÑO

Aún existe mucha timidez entre los agricultores a la hora de apostar por el cultivo de la lúcuma. Para acabar con cualquier recelo, la Comisión Nacional de Producto de Bandera (Ceproba) de este fruto tendrá listo dentro de 15 días un plan estratégico de comercialización, para los merca-

dos interno y externo. De acuerdo con el presidente de la Asociación de Productores de Lúcuma del Perú (Pro Lúcuma), Tulio Silgado, el año pasado se cultivaron 10.000 toneladas del fruto y este año se espera un crecimiento de 15%. “Sin embargo, nuestras opciones son mayores”, agregó.

En paralelo, indicó que se viene estudiando la elaboración de una nueva presentación del producto, como es la pulpa empacada al vacío (sin refrigerar). “Con esto será posible evitar los costos altísimos que significa actualmente la cadena de frío”, refirió.



SABOR PERUANO. HOY EN DÍA SOLO SE EXPORTA EL 1% DE LO CULTIVADO.

LLEVE SU EMPRESA A UN NIVEL MÁS ALTO

torrepinar

centro empresarial inteligente

- Exclusividad: oficinas desde 500m2 a 1000m2 por planta, en sólo 10 pisos.
- Torre automatizada (EBI de Honeywell).
- En el corazón de Chacarilla, nuevo centro comercial de la ciudad.
- Los más altos estándares de calidad en acabados y equipamiento.
- 290 estacionamientos.
- 5 ascensores de última generación.
- Áreas comunes, incluyendo comedor y sala de uso múltiple, climatizadas.
- Sala recepción de correspondencia y pago a proveedores.

Informes 422 7829

Financia Interbank

RODRIGO & ASOCIADOS
DESARROLLO INMOBILIARIO

Construimos tus sueños

Calle Tradiciones 215 San Isidro
Central telefónica
421 2167 - 421 5609
ventas@ryasac.com
www.rodrigoysociados.com.pe