



INFORME ESPECIAL

Regulación no es igual a Prohibición: El Gran Desafío de Regular la Industria de Alimentos en el Perú

Perú, junio 2015

d+i desarrollando ideas
LLORENTE & CUENCA



1. LOS ANTECEDENTES
2. ¿QUÉ DICE LA LEY Y SU REGLAMENTO?
3. LA CONTROVERSI A ENTRE LA INDUSTRIA Y EL RESTO DE ACTORES

AUTOR

I. LOS ANTECEDENTES

Entender la regulación que rige a la industria de alimentos es entender, esencialmente, cómo funciona esta regulación en términos del control de la inocuidad para afectar la salud pública.

En el Perú, el Sistema Nacional de Inocuidad de los Alimentos **tiene como base a la Ley N° 1062, Ley de Inocuidad de los Alimentos**, que mediante **su Reglamento –aprobado por D.S N° 034-2008-AG–** establece la competencia de las tres autoridades oficiales a nivel nacional, quienes tienen la responsabilidad de: i. garantizar que los alimentos sean aptos para el consumo humano; ii. proteger a los consumidores de las enfermedades causadas por los alimentos, teniendo en cuenta la vulnerabilidad de los diferentes grupos dentro de la población (como niños, adolescentes y ancianos); y iii. realizar programas de educación que permitan comunicar eficazmente los aspectos de inocuidad al sector alimentario y consumidores.

La estructura organizativa del **Sistema Nacional de Inocuidad de Alimentos (SINIA) aún no se encuentra integrada en el país**, y está conformada por tres Organismos Oficiales de nivel nacional: el Sector Agricultura a través del **Servicio Nacional de Sanidad Agraria- SENASA tiene a cargo la producción y procesamiento primario de alimentos**; el Sector Salud a través de la **Dirección General de Salud Ambiental-DIGESA es responsable de la vigilancia de los alimentos industrializados** y de algunos servicios de alimentos preparados; y el Sector Producción a través del **Instituto Tecnológico Pesquero-ITP tiene a cargo toda la cadena alimentaria de los productos hidrobiológicos**.

El país, además, cuenta con la **Comisión Permanente de Inocuidad Alimentaria (COMPIAL)**, un organismo de coordinación entre las autoridades del sector público, que está presidida por el Ministerio de Salud, integrada por los Ministerios de Agricultura y Producción y adscrita al Ministerio de Salud. Conforme señala el Reglamento de la Ley de Inocuidad, dicha Comisión es la encargada de coordinar y dar seguimiento a la aplicación de esta Ley en los diferentes niveles de Gobierno, así como con los consumidores y los diferentes agentes económicos involucrados en cualquiera de las etapas de la cadena alimentaria.

La Ley de Inocuidad de los Alimentos y su Reglamento establecen un marco de referencia, no obstante, cada sector tiene sus estrategias y actividades de gestión y de vigilancia particulares. Se postula que en el seno de la COMPIAL se logre aterrizar en un acuerdo a fin de no duplicar esfuerzos y ganar rastreabilidad a lo largo de la cadena.

“En materia de inocuidad de los alimentos, actualmente en Perú no se aplica ni una estrategia nacional integrada, ni un programa nacional basado en los principios de análisis de riesgos”

No existe, sin embargo, una política pública de inocuidad de alimentos. La gestión del control de la inocuidad de los alimentos se realiza a través de acciones de vigilancia a los establecimientos de alimentos y respaldadas en la normatividad respectiva; el alcance es a nivel nacional con apoyo de sus Direcciones Desconcentradas para el caso de Salud, Agricultura y Pesquería, y Direcciones Descentralizadas para el caso de Salud.

Desde el 2009, el proceso de descentralización –con la transferencia efectiva de funciones– ha implicado que los gobiernos regionales y locales se enfrenten a responsabilidades no asumidas anteriormente en la gestión de la inocuidad de los alimentos; sin embargo, necesitan refuerzos y capacitación para asumir las funciones locales en el control de la inocuidad alimentaria.

Las buenas intenciones de los mandos medios e inclusive las institucionales no son correspondidas con medidas de respaldo político al más alto nivel, que las traduciría en mejores presupuestos y priorización de proyectos. En el nivel más alto del Gobierno no se le da importancia a la inocuidad de los alimentos, y en general el presupuesto asignado para las actividades de inocuidad en cada sector (recursos humanos, financieros, etc.) es insuficiente. Cabe mencionar que el gobierno prioriza la política de comercio exterior donde los alimentos son un producto de alto interés comercial y no como política de gobierno para el

mercado nacional; sin embargo, es por las exportaciones donde las autoridades sanitarias oficiales se vinculan para trabajar el tema de la inocuidad.

En materia de inocuidad de los alimentos, actualmente en Perú no se aplica ni una estrategia nacional integrada, ni un programa nacional basado en los principios de análisis de riesgos, por lo que no se pueden sustentar las líneas y prioridades en la gestión de la política pública y, en su lugar, solo se toman lineamientos de organismos internacionales como referencia.

Aún no existen mecanismos de respuesta ante alertas o emergencias sanitarias por Enfermedades Transmitidas por Alimentos que integren de forma articulada a los tres sectores, según competencias. Existe un gran vacío en el país en el aspecto de calidad de los alimentos, pues no existe autoridad alguna que vea este tema.

Respecto a la legislación, existen vacíos también en la regulación sobre la producción y comercialización inocua de los alimentos como criterios fisicoquímicos, de calidad, rastreabilidad, entre otros; así mismo hace falta una legislación sobre productos funcionales o suplementos.

Cabe destacar, sin embargo, el avance del Perú en el tema de regulación para lograr la inocuidad de los alimentos de consumo nacional por medio de la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura

“El componente de información, educación y comunicación no está claramente definido y priorizado dentro del sistema de control de alimentos desde el Estado”

(BPM), el Programa de Higiene y Saneamiento (PHS) e incluso de los sistemas de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) (requisito de cumplimiento para los establecimientos de producción de alimentos procesados); pero todavía falta mucho por hacer en cuanto a la vigilancia sanitaria, ya que solo un 10% de las empresas alimentarias son verificadas en cuanto al cumplimiento de la legislación.

Es importante mencionar, también, que el país cuenta con tres laboratorios oficiales de alimentos (DIGESA, SENASA e ITP), asimismo algunos gobiernos municipales cuentan con laboratorios de control de alimentos, y además hay 32 laboratorios privados acreditados ante INDECOPI, que es el Organismo Oficial Acreditador, en los que se realizan análisis de alimentos, bebidas y agua de consumo humano, que sirven de apoyo a las autoridades oficiales y al sector alimentario en general.

A esto se suma, que el componente de información, educación y comunicación no está claramente definido y priorizado dentro del sistema de control de alimentos desde el Estado, incluso en cada sector se percibe cierta debilidad en relación a este tema.

Esto mismo sucede en el caso del control y regulación de la industria de alimentos procesados. Un ejemplo claro de regulación controversial a la industria en términos de comuni-

cación, publicidad y legislación poco o mal enfocada, es la que ocupa a la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable llamada en el Perú “*Ley de la Comida Chatarra*”.

Al igual que sucedió con la lucha anti tabáquica, la lucha contra la obesidad se está planteando como un enfrentamiento político social entre los siguientes actores:

- Los defensores de la salud pública.
- Las industrias de alimentos procesados y bebidas altamente azucaradas.
- Las grandes empresas de publicidad que viven de las propagandas de esos productos.
- Los medios de comunicación que dependen económicamente de esos avisos de publicidad.
- Los defensores de los derechos individuales que piensan que el estado no debe reglamentar lo que sus ciudadanos puedan o no puedan comer.
- El público que se ha acostumbrado a consumir comidas procesadas y bebidas en latas y botellas porque les ahorra tiempo y es parte de la vida moderna.
- Los políticos que se inclinan por uno u otro lado de acuerdo al vaivén de las olas electorales.

2. ¿QUÉ DICE LA LEY Y SU REGLAMENTO?

El 17 de mayo del 2013 se aprobó en el Congreso con 57 votos a favor y 4 en contra, la Ley 30021 –Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes–.

Esta norma regula la promoción y la protección del derecho a la salud pública de los niños, niñas y adolescentes a través de la

educación, fomento de actividades físicas, implementación de comedores saludables en centros de educación y la supervisión de todo tipo de información dirigida a dicho público con la finalidad de reducir y eliminar las enfermedades vinculadas con el sobrepeso, la obesidad y las enfermedades crónicas conocidas como no transmisibles.

Después de dos años de promulgada esta Ley, finalmente, en abril último, el Ministerio de Salud estableció los límites máximos de azúcar, sal y grasas saturadas que deben tener los alimentos procesados que se venden en los kioscos de los colegios a través de la promulgación del Reglamento.

Los parámetros técnicos son los valores de concentración de azúcar, sal y grasas saturadas en 100 gramos de alimento sólido o 100 mililitros de alimento líquido y bebidas no alcohólicas", explica la norma.

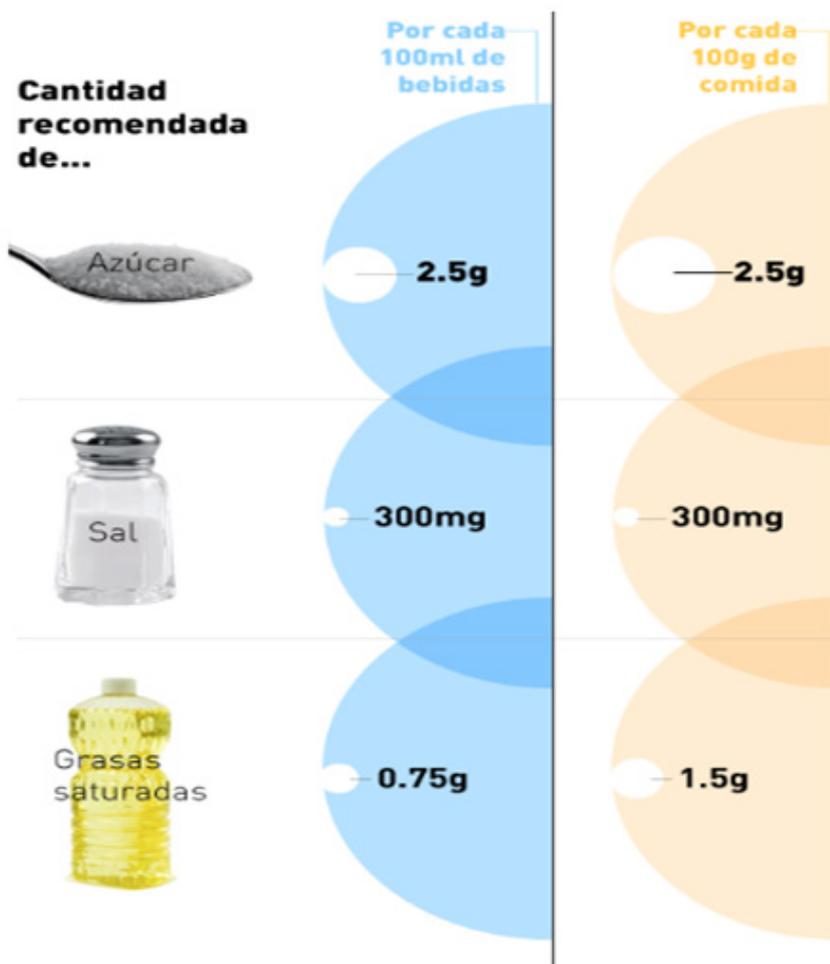
En el caso del azúcar, establece que los alimentos deben tener un máximo de 2.5 gramos por 100 mililitros de bebida. O un máximo de 5 gramos por 100 gramos de alimento sólido.

Para la sal, se fija en un máximo de 300 miligramos por 100 mililitros de bebida o 100 gramos de alimento sólido.

En el caso de las grasas saturadas, un máximo de 0.75 gramos por 100 mililitros de bebida. Y un máximo de 1.5 gramos por 100 gramos de alimento sólido.

Ley de comida chatarra

(Cantidad recomendada por cada 100ml o 100g de alimento)



Fuente: Semana Económica, Abril 2015

“Está estudiado y comprobado que el sedentarismo es uno de los factores que contribuyen a la obesidad y el sobrepeso”

Lo cierto es que más del 80% de los alimentos procesados que se comercializan en el mercado nacional exceden –algunos largamente– los límites que el Reglamento establece.

La promulgación del Reglamento ha despertado, nuevamente, una intensa discusión sobre la conveniencia y correspondencia de regular el consumo de alimentos procesados con altos contenidos de azúcar, sal y grasas.

Recientemente, la Universidad del Pacífico publicó un libro donde se revisa el tema con ejemplos de regulación y casos empíricos. Lo cierto es que en el diagnóstico encontramos indicadores de desnutrición crónica infantil del orden del 18% en el Perú, pero paralelamente tenemos que el 20% de personas menores de 16 años sufren de sobrepeso y riesgo de obesidad. Además, 32% sufre de anemia. En el estudio de la Universidad del Pacífico se cuestiona si existe la posibilidad de revertir esta tendencia y si el Estado no debería enfocarse más en la desnutrición.

Los expertos en legislación y analistas del tema, evalúan las medidas adoptadas por la Ley dividiendo su contenido, esencialmente, en dos grupos: (i) el relacionado a la promoción y educación de alimentación saludable. (ii) el asociado a las restricciones a la publicidad.

PROMOCIÓN Y EDUCACIÓN DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE

El primer grupo de medidas dentro lo conforman los artículos 4, 5,

6 y 7 de la Ley. Los artículos 4 y 7 establecen como política pública la promoción de la educación nutricional y el fomento del deporte y actividad física a través de campañas de información en medios de comunicación y programas de educación en los propios centros de estudios.

Estas medidas son positivas pues son disposiciones que, en lugar de restringir, muestran una actitud proactiva del Estado en lo que es el difundir información acerca de una alimentación saludable y la promoción del ejercicio, pues está estudiado y comprobado que el sedentarismo es uno de los factores que contribuyen a la obesidad y el sobrepeso.

De acuerdo a la norma, estas políticas públicas serán supervisadas por un **Observatorio de Nutrición y de Estudio del Sobrepeso y de Obesidad (ONE-SO)**, el cual además recabará y suministrará información respecto del sobrepeso y obesidad –artículo 5 de la Ley–.

Los analistas y sectores que cuestionan la norma, mencionan que, si bien estas medidas son positivas por su carácter proactivo, en el proyecto no ha sido demostrada su idoneidad para solucionar el problema público de salud identificado. Para muchos, el proyecto de Ley debió incorporar estadística que demostrase que las políticas públicas que se propone implementar puedan combatir efectivamente estos problemas.

Y es que el hecho de que la población consuma comida chatarra

“Que la mala alimentación se encuentra asociada directamente y de manera inversa a menores niveles de ingresos”

no tiene como causa esencial la falta de información sobre nutrición y los beneficios o perjuicios de comer tal o cual alimento. Las personas saben que comer comida chatarra no es saludable.

La explicación probable de que no dejen de consumirla no estaría necesariamente en una presunta falta de información, sino en que no tienen recursos para comprar alimentos ‘más saludables’, pues está demostrado que la mala alimentación se encuentra asociada directamente y de manera inversa a menores niveles de ingresos.

De este modo, la existencia de comida chatarra muchas veces puede ser la mejor alternativa para una persona con pocos recursos.

Por otro lado, de este grupo de medidas, genera especial preocupación la que dispone la creación de kioscos y comedores escolares saludables para las instituciones de educación básica regular pública y privada. Según la Ley, dichos kioscos y comedores escolares brindarán exclusivamente alimentos y bebidas saludables conforme a los estándares que establece el Ministerio de Salud, a través de un listado de alimentos adecuados para cada edad, basado en el Reglamento –artículo 6–.

Si bien esta medida contribuye a que el niño y el joven pasen más tiempo lejos de los alimentos poco saludables, es claro que no sirve de mucho que el menor coma saludable en el colegio si cuando llegue a casa su padre hará pedidos de comidas altas en grasas o bebidas con mucho

contenido de azúcar. El Estado no tiene la capacidad –ni la función– de fiscalizar lo que los niños coman en sus hogares. Este último argumento, apunta, más bien, a una medida de fondo como es una buena campaña de información que eduque a los hogares –a nivel nacional– acerca de los buenos hábitos de alimentación, alternativas de alimentación sana y barata que el Estado pueda brindar a los estratos más pobres de la población.

RESTRICCIONES A LA PUBLICIDAD

La Ley cuenta, además, con una sección en la que se analiza la incidencia de la publicidad en los hábitos alimenticios –apartado IV–. Para los analistas de esta norma, lo que se esperaba era un análisis de idoneidad de las restricciones adoptadas por una presunta conexión o asociación directa entre la publicidad comercial y los hábitos alimenticios de los niños. Sin embargo, esta premisa no se cumple cuando se revisa la Ley.

En la publicidad, incluida la que se consigna en el producto, de los alimentos y bebidas no alcohólicas con grasas trans y alto contenido de azúcar, sodio y grasas saturadas, se debe consignar en forma clara, legible, destacada y comprensible las siguientes frases, según el caso:

- "Alto en (Sodio-azúcar-grasas saturadas): Evitar su consumo excesivo".
- "Contiene grasas trans: Evitar su consumo" Dicha advertencia publicitaria será aplicable

“Frente a las propuestas de regulación las industrias de alimentos intentan plantear como alternativa la autorregulación”

a los alimentos y las bebidas no alcohólicas que superen los parámetros técnicos establecidos en el reglamento.

Los que propusieron y defienden esta Ley, afirman que no se intenta prohibir ningún tipo de alimento, sino de regular el tipo de mensajes que los anunciantes usan para vender sus productos. Dicen que, sin regulación, es injusto luchar contra una industria que gasta millones en propagandas de sus productos. Dicen además que los gastos producidos por las enfermedades derivadas de la obesidad le costarán una enorme cantidad de dinero al Estado y que, por lo tanto, este tiene el derecho de legislar para proteger la salud de los niños y adolescentes y velar por su futura salud económica.

Los oponentes dicen que el Estado no tiene ningún derecho de entrometerse en un asunto que es de única competencia de los padres de familia. Señalan que la elección de los alimentos es de exclusiva competencia de los padres y que, además, es muy peligroso que el Estado quiera regular la libre expresión de los anunciantes, regulación que ellos ven como el primer paso en la erosión de otras libertades individuales y sociales en el futuro.

Comentan que la mala alimentación no es la única causa de la obesidad infantil y que más bien el Estado debería fortalecer sus programas educativos, porque en su interpretación, una persona educada es capaz de saber escoger lo que se pone en la boca.

Dicen, también, que una regulación de la industria de alimentos procesados acarrearía desempleo y pérdidas económicas y que las empresas de publicidad perderían millones. Algunos han ido más allá y postulan que, al disminuir los ingresos publicitarios privados, esta Ley hará que los medios de comunicación se vuelvan "dependientes" de los dineros del Estado y ven en ella un escondido modo de "controlar" los medios de comunicación.

Lo cierto es que, frente a las propuestas de regulación, sobre todo en lo referente a la publicidad, las industrias de alimentos intentan plantear como alternativa la autorregulación. En el 2012, las principales empresas fabricantes de alimentos procesados firmaron un acuerdo de autorregulación en el marco de la Asociación de Nacional de Anunciantes (ANDA), el mismo que está bajo la supervisión de cumplimiento del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR). Este acuerdo se replica en varios países de América Latina y significa, por lo general, el compromiso de las empresas a no dirigir la publicidad de alimentos hacia públicos menores de 12 años y a producir alimentos más saludables.

3. LA CONTROVERSI A ENTRE LA INDUSTRIA Y EL RESTO DE ACTORES

Para el Decano del Colegio de Nutricionistas del Perú, Oscar Miranda Cipriano, una norma por sí sola no va a mejorar la nutrición y salud de los niños y adolescentes, si es que no se complementa con

“Comex afirma que no existen suficientes estudios a nivel nacional que lo califiquen como un asunto crítico de salud pública en nuestro país”

una campaña educativa. El Decano recomienda fomentar el cambio de hábitos, informando sobre cómo debe ser una alimentación adecuada y sus consecuencias. La educación nutritiva debe integrar la currícula escolar. La campaña también debe ayudar a la industria, para que vayan modificando el contenido de sus productos.

Para Comex Perú, el problema que más atención requiere en salud es la desnutrición. Por otro lado, se han señalado que la obesidad –no el sobrepeso– no “constituye un problema latente”, puesto que solo el 0.9% de los hogares a nivel nacional sufren de este mal. Comex afirma que no existen suficientes estudios a nivel nacional que lo califiquen como un asunto crítico de salud pública en nuestro país, por lo que deberíamos preguntarnos si la transgresión a la libertad de elección y la libre empresa materializada en la legislación mencionada son acertadas.

Para este gremio, los problemas de sobrepeso y obesidad no se pueden atribuir de manera exclusiva a la ingesta excesiva de alimentos de distintos tipos, pues hay muchos otros factores que cumplen un rol fundamental en los mismos.

Los parámetros entrarán en vigencia cuando se apruebe el reglamento integral de la Ley, el cual incluirá restricciones a la publicidad de estos alimentos dirigida a personas menores de 16

años, así como regulación específica sobre los ‘quioscos saludables’ en colegios. La comisión encargada de elaborarlo está integrada por la Presidencia del Consejo de Ministros y los Ministerios de Comercio Exterior y Turismo, Producción, Agricultura, Educación y Salud.

Desde el punto de vista del Colegio de Nutricionistas, se necesitan políticas dirigidas a la alimentación y la nutrición desde varios sectores como la agricultura, la industria, la salud, el bienestar social y la educación. Los países donde la dieta está cambiando de una rica en cereales a una alta en grasa, azúcar y alimentos procesados deben tomar medidas a fin de que el suministro de alimentos esté en consonancia con las necesidades de salud de la población».

Desde el lado de la OMS, los 194 Estados miembros de esta organización acordaron el Plan de Acción Mundial para la prevención y el control de las enfermedades no transmisibles en la Asamblea Mundial de la Salud en mayo de 2013.

Uno de los nueve objetivos voluntarios del Plan es «frenar el aumento de la diabetes y la obesidad». Además, propone medidas que los países pueden adoptar para combatir la obesidad, tales como aumentar el consumo de frutas y verdura, o gestionar subsidios e impuestos alimentarios para promover una dieta saludable.

Legislación en América Latina para Regular y Promover la Alimentación Saludable

ORIGEN DE INICIATIVA	PROMOCIÓN DEL EJECICIO FÍSICO	REGULACIÓN DE KIOSCOS EN ESCUELAS	EDUCACIÓN NUTRICIONAL	TRANSPARENCIA EN INFORMACIÓN Y ROTULADO	REGULACIÓN PUBLICIDAD	OBSERVATORIO DE OBESIDAD
Chile	o	o	o	o	o	x
Colombia	o	o	o	o	o	x
Parlatino	o	o	o	o	o	o
Perú	o	o	o	o	o	o
Uruguay	x	Δ	o	x	x	x
Costa Rica	x	o	x	x	x	x

Elaboración: propia. o=se regula o aplica; Δ se regula parcialmente (con referencia a los otros); x=no se regula o aplica

Fuente: Revista Agraria, N°152.

La Posición de la OMS: Necesidad de una regulación Económica más estricta para revertir la Epidemia de Obesidad

Un nuevo estudio de expertos Norteamericanos de la Universidad de California, respalda la posición de la OMS en relación a la necesidad de las medidas que los gobiernos podrían adoptar para revertir la epidemia de obesidad, impidiendo la difusión de los productos alimentarios ultraprocesados.

Según la OMS, dichas medidas incluirían:

- Incentivos económicos para los productores que venden alimentos saludables y alimentos frescos en lugar de alimentos ultraprocesados, así como subsidios para cultivar frutas y hortalizas.
- Desincentivos económicos para las industrias que venden comida rápida, alimentos ultraprocesados y refrescos, como un impuesto a los alimentos ultraprocesados y/o la reducción o eliminación de los subsidios a los productores/empresas que emplean maíz para el crecimiento rápido de tejidos, cantidades excesivas de fertilizantes, pesticidas, productos químicos y antibióticos.
- Políticas de zonificación para controlar el número y tipo de establecimientos de comida.
- Una regulación más estricta de la publicidad de comida rápida y refrescos, especialmente la dirigida a los niños.
- Regulaciones comerciales que disuadan de la importación y el consumo de comida rápida, alimentos ultraprocesados y refrescos.
- Sistemas de etiquetado más eficaces, sobre todo para los alimentos ultraprocesados, que incluiría la comida rápida y los refrescos.

Fuente: Boletín de la OMS, Febrero 2014

Ley para la Promoción de Alimentación Saludable: Condiciones para la Publicidad

“La publicidad que esté dirigida a niños, niñas y adolescentes menores de 16 años y que se difunda por cualquier soporte o medio de comunicación social debe estar acorde a las políticas de promoción de la salud, no debiendo:

- Incentivar el consumo inmoderado de alimentos y bebidas no alcohólicas, con grasas trans, alto contenido de azúcar, sodio y grasas saturadas, conforme a lo establecido en la presente Ley.
- Mostrar porciones no apropiadas a la situación presentada ni a la edad del público al cual está dirigida.
- Usar argumentos o técnicas que exploten la ingenuidad de los niños, niñas y adolescentes, de manera tal que puedan confundirlos o inducirlos a error respecto de los beneficios nutricionales del producto anunciado.
- Generar expectativas referidas a que su ingesta proporcione sensación de superioridad o que su falta de ingesta se perciba como una situación de inferioridad.
- Indicar como beneficios de su ingesta la obtención de fuerza, ganancia o pérdida de peso, adquisición de estatus o popularidad.
- Representar estereotipos sociales o que originen prejuicios o cualquier tipo de discriminación, vinculados con su ingesta.
- Crear una sensación de urgencia o dependencia por adquirir el alimento o la bebida no alcohólica, ni generar un sentimiento de inmediatez o exclusividad.
- Sugerir que un padre o un adulto es más inteligente o más generoso por adquirir el alimento o bebida que el que no lo hace;
- Tampoco hacer referencia a los sentimientos de afecto de los padres hacia sus hijos por la adquisición o no del producto.
- Promover la entrega de regalo, premio o cualquier otro beneficio destinado a fomentar la adquisición o el consumo de alimentos o bebidas no alcohólicas.
- Utilizar testimonios de personajes reales o ficticios conocidos o admirados por los niños y adolescentes para inducir a su consumo.
- Establecer sugerencias referidas a que se puede sustituir el régimen de alimentación o nutrición diaria de comidas principales, como el desayuno, el almuerzo o la cena.
- Alentar ni justificar el comer o beber de forma inmoderada, excesiva o compulsiva.
- Mostrar imágenes de productos naturales si estos no lo son.

Las afirmaciones y terminología referidas a la salud o a la nutrición deben estar sustentadas en evidencia científica y pueden ser requeridas en cualquier momento por la autoridad, de oficio o a pedido de cualquier ciudadano”.

Fuente: LEY DE PROMOCION DE LA ALIMENTACION SALUDABLE, LEY 30021 (05-2013)

Autor



Rosa Ana Balcázar es Directora Senior de Asuntos Públicos de LLORENTE & CUENCA Perú. Economista de profesión, tiene más de 15 años de experiencia profesional en la gestión, dirección y evaluación económica y social de proyectos sociales y de inversión. Se desempeñó como Directora de la Dirección de Inversiones Descentralizadas de ProInversión, diseñando y ejecutando programas de promoción de APP y el mecanismo de Obras por Impuestos. Por más de 11 años, fue Directora de Proyectos en la empresa APOYO Consultoría SAC e Instituto APOYO. Durante seis años, tuvo a su cargo la Dirección y Coordinación del Programa de Desarrollo de Capacidades para la Región Andina del USAID-Perú. Asimismo, entre el año 2009 y 2011, fue Directora General de la Micro y Pequeña Empresa del Ministerio de la Producción.

rabalcazar@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente
jalloriente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Socio y CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Jorge Cachinero
Director Corporativo de Innovación
jcachinero@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo
Socio y Director General
apinedo@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y Director General
acorujo@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero
Socio y CEO América Latina
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García
Socia y CEO Región Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN RR.HH.

Antonio Lois
Director de RR.HH.
para América Latina
alois@llorenteycuenca.com

Daniel Moreno
Gerente de RR.HH.
para España y Portugal
dmoreno@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Barcelona

María Cura
Socia y Directora General
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona (España)
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Juan Navarro
Socio y Vicepresidente
Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y Director Senior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid (España)
Tel. +34 91 563 77 22

Lisboa

Madalena Martins
Socia
mmartins@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal
Director General
tvidal@llorenteycuenca.com

Carlos Ruiz
Director
cruiz@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel: + 351 21 923 97 00

MÉXICO, CENTROAMÉRICA Y CARIBE

México

Juan Rivera
Socio y Director General
jriviera@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412, Piso 14,
Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc
CP 06600, México, D.F.
(México)
Tel: +52 55 5257 1084

Panamá

Javier Rosado
Socio y Director General
jrosado@llorenteycuenca.com

Av. Samuel Lewis.
Edificio Omega - piso 6
Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Alejandra Pellerano
Directora General
apellerano@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Santo Domingo
(República Dominicana)
Tel. +1 809 6161975

REGIÓN ANDINA

Bogotá

María Esteve
Directora General
mesteve@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B – of. 501
Bogotá (Colombia)
Tel: +57 1 7438000

Lima

Cayetana Aljovín
Gerente General
caljovin@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro. Lima (Perú)
Tel: +51 1 2229491

Quito

María Isabel Cevallos
Directora
micevallos@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero – Edificio World Trade
Center – Torre B - piso 11
Quito (Ecuador)
Tel. +593 2 2565820

AMÉRICA DEL SUR

Buenos Aires

Pablo Abiad
Socio y Director General
pabiad@llorenteycuenca.com

Enrique Morad
Presidente Consejero
para el Cono Sur
emorad@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Ciudad de Buenos Aires
(Argentina)
Tel: +54 11 5556 0700

Rio de Janeiro

Yeray Carretero
Director
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 - Sala 1801
Rio de Janeiro - RJ - 20011-000
(Brasil)
Tel. +55 21 3797 6400

São Paulo

Juan Carlos Gozzer
Director General
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111,
Cerqueira César
São Paulo - SP - 01426-001
(Brasil)
Tel. +55 11 3060 3390

Santiago de Chile

Claudio Ramírez
Socio y Gerente General
cramirez@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801.
Las Condes.
Santiago de Chile (Chile)
Tel. +56 2 24315441



d+i desarrollando
ideas
LLORENTE & CUENCA

Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

Desarrollando Ideas es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe **Desarrollando Ideas**.

www.desarrollando-ideas.com

www.revista-uno.com