

EXPORTAR

ECONOMÍA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XXI - N° 120 - Edición Internacional

XXI - 120 - International Edition

www.exportar.com.pe

En el salón de la fama

Cacaoteros y chocolateros presentes

The Hall of Fame

Cocoa and Chocolate Producers present



● Potencia en súper alimentos

● Strength in super foods

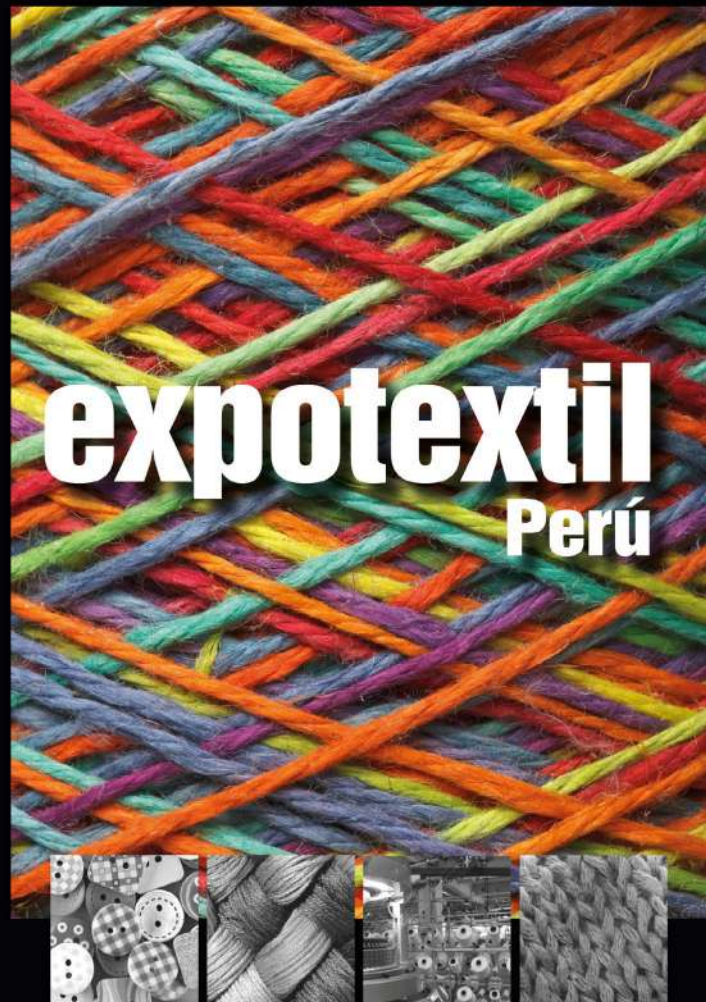
● Mascotas amazónicas

● Amazon pets

● Buenos aires de amistad

● Friendly buenos aires

La plataforma de promoción comercial más completa del país ahora en su duodécima edición...



Del 08 al 11, Noviembre 2018
Centro de Exposiciones Jockey

www.expotextilperu.com



La Colonial

FABRICA DE HILOS S.A.

Hilamos Calidad desde 1975



FIBRA DE ALGODÓN



FIBRA DE ALPACA



HILO MERCERIZADO



FIBRA DE SEDA



FIBRA DE LANA



FIBRA BAMBÚ

FABRICAMOS HILADOS

- **Mezclas:**
Algodón con Baby Alpaca, Tencel, Viscosa, Lino Modal, Acrílico, Bamboo, Polyester, Coolplus, Polyester con iones de cobre y plata, Lana, Seda, entre otros.
- **Hilados:**
Cardados, Peinados, Retorcidos, Gaseados, Mercerizados, Teñidos.
- **Hilos de Costura 100% Algodón**
- **Polipropileno**
- **HEATHER • MELANGE**
- **TRIBLEND • FANTASÍAS**

Buscanos en:



Av. Argentina 4151 - Callao - Perú
Teléfono: (51-1) 613-0200
ventas@colonial.com.pe
www.colonial.com.pe

9na EDICIÓN

UN NUEVO DESTINO

TRUJILLO-PERÚ

Perú

TECNOAGRO

FERIA INTERNACIONAL DE TECNOLOGÍAS PARA LA AGRICULTURA, AGROINDUSTRIA Y AGROEXPORTACIÓN

DEL 25 AL 27 OCTUBRE 2018 - SEDE: CAMPUS TECSUP NORTE

INFORMES Y RESERVAS DE STAND

+511 566 4502 / 955 400 628 / 924 258 577

informes@tecnoagroperu.com.pe

SIGUENOS EN:



WWW.TECNOAGROPERU.COM.PE

ORGANIZA: 

PATROCINA:  

ALIADO ESTRATÉGICO: 

SEDE: 

AUSPICIAN







Director / Director
Julio César Llaque Moreno

Editor Periodístico / Journalistic Editor
César Ochoa Chávez

Redactores / Editorial Staff
Pedro Criollo
Harold Obando
Allison Valladolid
José Miguel Yap

Diseño de Carátula / Title Page Design
Piero Pacheco

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Piero Pacheco

Fotografía / Photography
Luis Cadillo
Florenia Moreno
Segundo Santa Cruz
PromPerú

Corrección / Editing
Estefanía Ayala

Traducción / Translation
Patricia Vallejos

**Gerente de Comunicaciones /
Communications Manager**
Genoveva Llaque Moreno

Gerente Comercial / Comercial Manager
Romina Villanueva Llaque

Ejecutivos de Publicidad / Publicity Executives
Ana González

**Gerente de Ventas y Suscripciones /
Sales and Subscriptions Manager**
María Teresa Llaque Moreno

Colaboradores / Collaborators
Beatriz De la Vega
Pedro Gamio Aita

**Corresponsales en el Exterior /
Foreign Correspondents**
Europa/Europe: Julio Cabrera Moreno

Oficina Editorial / Editorial Office
Av. Pío XII 243, Of. 201
Urb. Maranga, San Miguel
Telefax: (51-1) 452 7529
E-mail: ventas@exportar.com.pe
prensa@exportar.com.pe
administracion@exportar.com.pe
Web-site: www.exportar.com.pe
Lima 32 - Perú

SUMARIO / SUMMARY



6

Potencia en súper alimentos Strength in super foods

Una empresa peruana conquista el mercado mundial con productos sostenibles.

A Peruvian company conquered the world market with sustainable products.



10



Puertos al ataque

Ports in action

Terminales portuarios de las regiones se preparan para la consolidación.

Regional port terminals are preparing for consolidation.



14

Comprar con un clic

Buy with one click

El despegue del e-commerce está la vuelta de la esquina.

The take-off of e-commerce is around the corner.



16

Mascotas amazónicas

Amazon pets

La exportación de peces exóticos busca aumentar sus envíos y beneficiar a comunidades nativas.

The export of exotic fishes seeks to increase their shipments and benefit native communities.



18

El salón de la fama

The hall of fame

El IX Salón del Cacao y Chocolate busca promover el consumo interno de estos productos.

The IX Cocoa and Chocolate Hall is searching to promote the local consumption of these products.



24

Atractivas inversiones

Attractive investments

La importancia de la recién publicada Guía de Inversión en Hidrocarburos – Perú 2018/2019.

The importance of the Investment Guide in the Hydrocarbon sector – Perú 2018/2019 recently published.



26

Energías limpias y renovables

Clean and renewable energies

La conversión energética, la clave para el desarrollo del futuro.

Power conversion, the key for future development.



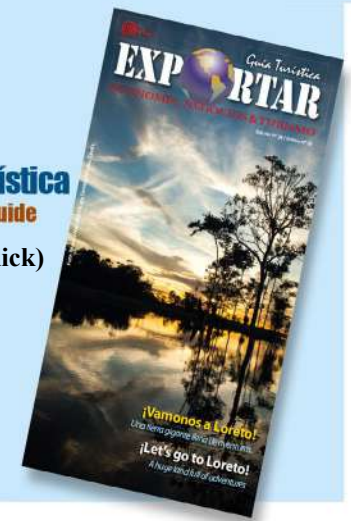
30

Buenos aires de amistad

Friendly buenos aires

Perú y Argentina: acuerdos, compromisos de mucha cooperación.

Peru and Argentina: agreements and commitments of good cooperation.



Guía turística
Touristic guide
(Hacer click)



Buenos ingresos por el Rally Dakar 2019



PromPerú destacó que la realización del Rally Dakar 2019 en Perú generará un importante impacto económico interno ascendente a US\$ 60 millones. De esa cifra, unos US\$ 40 millones (67 %) corresponderán directamente al sector turístico. “El Dakar, además de promocionar a nuestro país a nivel internacional, contribuirá a dinamizar las economías de las regiones que acogerán las etapas del rally más importante del mundo”, sostuvo la directora de Promoción de Turismo de PromPerú, Marisol Acosta. Como se recuerda, y con base a los resultados obtenidos este año, se estima que el Rally Dakar 2019 superará en US\$ 20 millones el impacto económico alcanzado a inicios de año (US\$ 40 millones). Es decir, un incremento de 50 %. Esto se debe a que la próxima competencia se llevará a cabo en el Perú durante 12 días. De otro lado, el impacto mediático que alcanzará el Perú a nivel internacional ascenderá a US\$ 200 millones. Esta cifra es superior en 30 % a lo alcanzado a inicios de año (US\$ 154 millones). El Rally Dakar 2019 contribuirá con fortalecer el posicionamiento de la oferta turística del desierto peruano.

EEUU quiere más prendas peruanas



La demanda de Estados Unidos por prendas de vestir peruanas creció en 6% en el primer cuatrimestre del año en comparación con el mismo periodo del 2017, por encima China, Bangladesh, Vietnam y México, proveedores del país norteamericano ubicados en el top ten, informó PromPerú. Las importaciones al mundo de prendas de vestir de Estados Unidos aumentaron en 2.4% en el periodo señalado. Las exportaciones peruanas de prendas de vestir al país del norte se incrementaron en 87.2% entre enero y abril de este año, en relación al mismo periodo del 2017, seguido de Brasil con 49.4%, Alemania con 39.1%, Argentina con 17.9% y Canadá con 56%. Es importante mencionar que en este periodo, Perú ocupó el quinto lugar como proveedor de suéteres de algodón a Estados Unidos, con un crecimiento de 9.2%; el octavo en pijamas de algodón (4% más) y el décimo en blusas y camisas de algodón para mujeres (4.4%).

Sector acuícola se recuperará



El ministro de la Producción, Raúl

Pérez-Reyes estimó que este año la producción acuícola revertirá la caída registrada el 2017 y crecerá alrededor de 12% en términos de volumen de cosecha, al superar las 106 mil toneladas. Explicó que este resultado será impulsado por un incremento en la producción de langostinos (10%) y trucha (9%); y una recuperación en la cosecha de conchas de abanico en la Bahía de Sechura, Piura, que el año pasado fue afectada por El Niño Costero. Preciso que a diferencia de lo que ocurrió en 2017, en el primer trimestre del presente año no se presentaron anomalías climáticas en el norte del país; y las condiciones oceanográficas son normales, por lo que se espera una ligera recuperación (de alrededor de 5%) de la cosecha de conchas de abanico en el 2018.

Lúcuma para todo el mundo



La lúcuma, fruta originaria de los Andes, de exquisito sabor y poseedora de cualidades que contribuyen a la buena salud, va ganando más consumidores en el mundo, principalmente en el mercado estadounidense, destacó recientemente la prestigiosa agencia internacional de noticias Bloomberg. La agencia subrayó la habilidad que tiene el Perú para introducir al mercado internacional superalimentos como la quinua y ahora la lúcuma, la cual se encuentra cada vez más disponible en las tiendas de alimentos saludables de Estados Unidos en las presentaciones de polvo y congeladas.

“La lúcuma tiene un alto contenido de betacaroteno, hierro, zinc, calcio, proteínas y fibra. También contiene antioxidantes y potasio, que son buenos para el corazón, el sistema inmunitario y la piel”, se lee en el reportaje. La empresa estadounidense menciona que el excepcional sabor y particular textura hacen que el fruto andino ya se consuma en los reconocidos Pure Green de Nueva York y LA Press en Los Ángeles y que, además, se esté convirtiendo en un pedido popular en las tiendas de dulces, incluyendo Mitchell's Ice Cream en San Francisco.

Salaverry se despunta



El Puerto de Salaverry es uno de los enclaves marítimos más importantes del norte. En pasado mayo, el Consorcio Transportadora Salaverry (miembros del Grupo Romero) se adjudicó la concesión del terminal por un periodo de 30 años, con una inversión base de US\$ 229 millones de dólares. Diego Cassinelli, gerente general del Consorcio, sabe que el reto es complicado, pero no por eso imposible de cumplir. “Dicen que el puerto está destinado a ser minero, y no multipropósito. Se los garantizamos, será un puerto multipropósito, tanto para contenedores como para minerales y carga a granel”, aseguró. Además de mejorar las infraestructuras y equipamientos del puerto, el Consorcio Transportadora Salaverry se ha planteado cuatro grandes objetivos: reducir los días que el puerto esté cerrado, dragarlo a 12.5 metros, captar mayor carga de contenedores y convertirse en un punto de salida para la minería (lo que ocurre, actualmente, con Gold Fields).

Peruanos compran por internet



El Interactive Advertising Bureau Perú (IAB) informó, a través del primer estudio de e-commerce a gran escala en el país, que 5.1 millones de peruanos compran en el canal online en nuestro país. Dicho informe fue realizado con el soporte de Kantar Millward Brown y también señala que el 31% de los peruanos han comprado por internet en los últimos 12 meses y existen más de 16 millones de potenciales compradores e-commerce. Para conocer la verdadera penetración del comercio electrónico en el Perú, se dividió el tipo de compra en 4 categorías. En primer lugar, el journey “online exclusivo” (18%), es el nativo digital, ya que observa, compra y paga por internet. En segundo lugar, el journey “online precavido” (4%), ya que observa y compra online pero decide pagar en el establecimiento. Le sigue el journey “migrante offline” (21%), que visualiza lo que quiere comprar a través de un establecimiento físico pero decide realizar la compra y el pago online. Por último, el journey “online conveniente” (11%), es aquel que observa el producto/servicio en físico, realiza la búsqueda y la compra online pero el pago lo realiza en el establecimiento.

A volar a Santiago, Quito y Bogotá



Peruvian Airlines, la segunda empresa

con mayor participación de mercado en el tráfico aéreo nacional (15.2%), se alista para volar a nuevos destinos internacionales. A La Paz (Bolivia), a la que arriba desde hace cuatro años, se sumará a partir de setiembre tres nuevas rutas Lima - Santiago (Chile) en dicho mes, y para octubre y noviembre, Lima - Quito (Ecuador) y Lima - Bogotá (Colombia). Para el 2019, en cambio, planea iniciar la ruta Lima - Buenos Aires (Argentina). “Nos hemos retrasado un poquito, pero esperamos anunciar nuestro vuelo inaugural a la ciudad de Santiago (Chile) a más tardar en setiembre próximo. Lo que es Quito y Bogotá estamos hablando para el inicio de los vuelos, en los meses de octubre y noviembre. La ruta de Buenos Aires empezaría, en cambio, el próximo año”, afirmó su gerente general, Alberto López Bustillo.

Energías limpias para el 2021



El Ministerio de Energía y Minas (MEM) prepara un marco regulatorio que sea atractivo para que más empresas se animen a invertir en la generación de energías renovables, informó el viceministro de Electricidad, Raúl García. “El marco regulatorio favorecerá una mayor participación de las energías renovables en el sistema eléctrico nacional, contribuyendo al objetivo de desarrollo sostenible y a lograr el 100% de electrificación a favor de los pobladores de zonas rurales al 2021”. García afirmó que las normas que están siendo afinadas permitirán que las empresas que inviertan en energías renovables, como la solar o la eólica, puedan competir en mejores condiciones con el resto de tecnologías convencionales. “Hay que ver todos los mecanismos por los cuales las energías renovables pueden generar valor y no necesariamente seguir con el mecanismo de contratación por subastas”, manifestó el viceministro.

Potencia en súper alimentos

Strength in Super Foods

Una empresa peruana conquista el mercado mundial con productos sostenibles. | A Peruvian company conquered the world market with sustainable products

Iván Salas Mansilla, gerente general de Nutry Body. Es un empresario peruano que ha alcanzado mercados como Corea, Francia, Finlandia, Estados Unidos, Suiza y Chile con una oferta variada: cacao, quinua, kiwicha, cañihua, maca, entre otros productos, para el consumo directo. Pero sobre todo es un emprendedor preocupado por el medio ambiente. No está de acuerdo con la depredación del bosque a costa de cosechas industriales. Prefiere hacerlo respetando la masa biológica del monte.

Nutry Body produce y comercializa productos orgánicos peruanos y una amplia variedad de superalimentos, ¿cuál es su oferta?

La empresa se fundó en julio del 2004 y se dedica a la manufactura, producción y comercialización de productos orgánicos peruanos como el cacao, quinua, kiwicha, cañihua, maca, frutas deshidratadas y una amplia variedad de superalimentos para el consumo directo. Entre nuestros mercados figuran países de América del Norte, Europa y Latinoamérica, gracias a la calidad y certificaciones de nuestros productos.

¿Cuál es el secreto de éxito de Nutry Body?

El secreto está en la formalización. La idea es contar con todos los documentos al día, certificaciones y buen capital humano. Todo ello respalda el trabajo conjunto. Un reflejo de todo esto son las certificaciones que hemos alcanzado y que nos respaldan. Tenemos certificaciones para control de drogas, para el control del uso de pesticidas, para asegurar la calidad del producto. Incluso contamos con la certificación Kosher, que legitima alimentos que se preparan de acuerdo a normas dietéticas

del mercado judío, con tendencias religiosas. Tenemos también el sello de free gluten para consumidores celíacos.

¿En qué consiste su alianza con pequeños productores?

Precisamente, Nutry Body trabaja, por tercer año consecutivo, con la certificación SPP de comercio justo, con la que trabajamos con asociaciones de pequeños productores. Allí creamos, a la entrega de una mercadería, un capital de fondo para que sean usados en las épocas donde no hay cosecha. También tenemos pasantías en la empresa para hijos de los agricultores trabajen en la empresa. Buscamos, asimismo, que se capaciten en centros técnicos. Es lo más apropiado para la gente del campo porque en las zonas productoras no se van a necesitar de momento ingenieros o abogados. Primero se necesitará gente de mando medio para que haya un desarrollo 'mano a mano' con el agricultor.

Usted muestra una clara preocupación por la conservación del medio ambiente. Cuéntenos cuál es su postura.

Tengo una idea muy clara: debemos tener un centro de estudios moderno o un organismo que capacite de acuerdo a los controles ecológicos que hoy mandan en el mundo. No es posible que se quemen muchas hectáreas de bosques para sembrar mucho menos de cacao o café. No es necesario quemar bosques, la siembra debe ir de la mano con el mismo bosque. En el monte se debe cortar los árboles pequeños y hacer almácigos compatibles con los árboles altos. Al quemar perdemos esa materia orgánica acumulada por muchísimos años. Esa idea no la imparten en los centros especializados. Se centran en los surcos, fungicidas, pesticidas. Ese

concepto de agricultura no es sostenible. Muchos dejarían de consumir chocolate al saber cómo se está produciendo en algunas zonas.

¿Qué propone en ese aspecto?

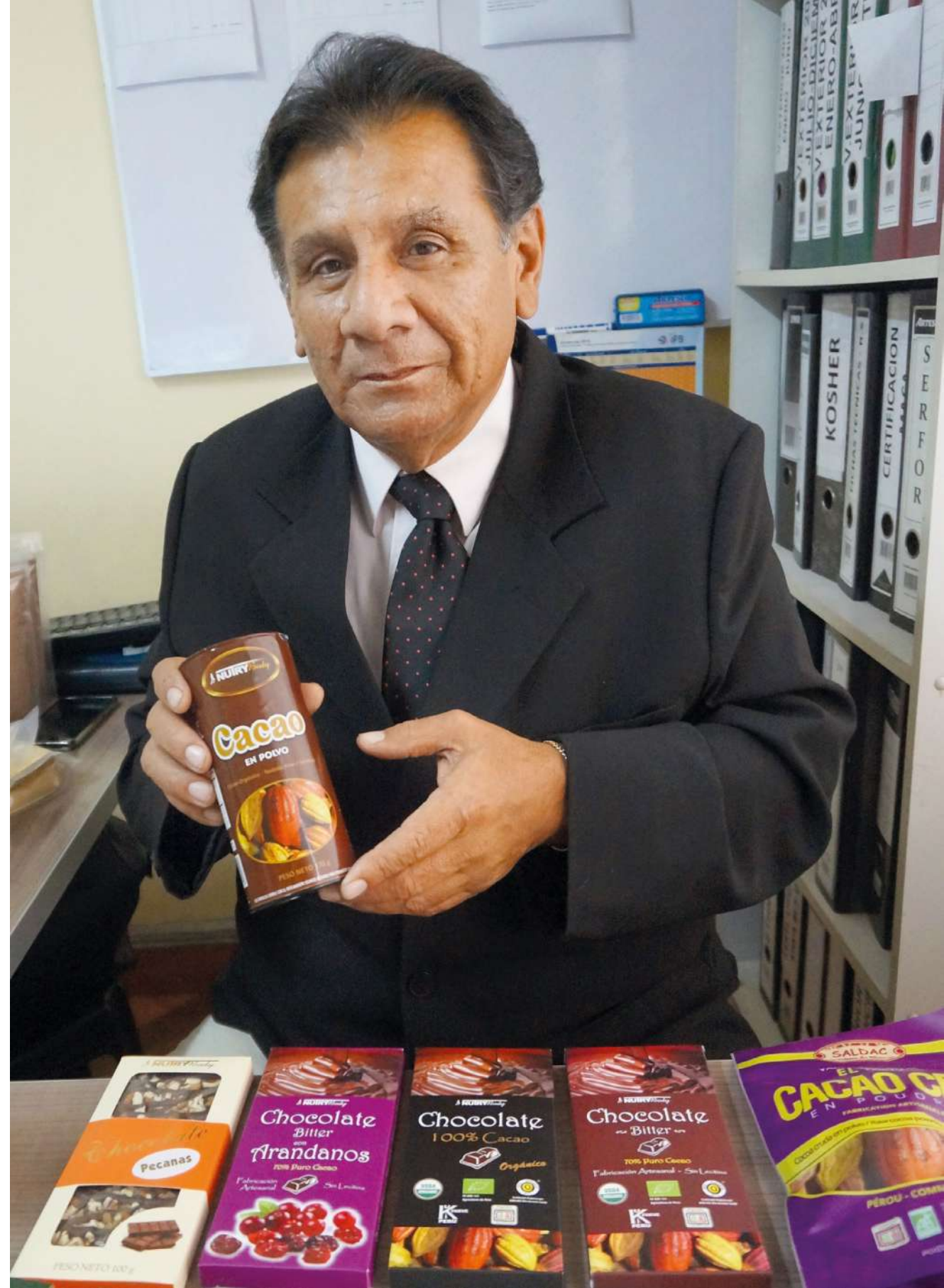
Debería haber una pasantía, capacitación o grado técnico de manejo de agricultura ecológica. Debe haber apoyo de las municipalidades, de organismos no gubernamentales y empresarios, quienes deben tener la iniciativa de cambiar. Hay una cultura de depredación en la selva que en la ciudad no la sentimos.

Exportan el 70% de su producción, ¿cuáles son los productos comercializados al exterior y a qué países?

¿Exporta con su marca Nutry Body? No exportamos con la marca Nutry Body. Les pedimos a nuestros clientes que usen su propia marca. El problema es la clonación de la marca. Entonces surgen los problemas. En Piura nos clonaron la maca, ahora creen que nuestro producto es malo, porque el clonador empacaba cualquier cosa menos maca. Por ejemplo, a Ecuador empezaron a llegar los clonados, donde nos 'quemaron' como marca. Ellos perdieron y nosotros también. Nosotros vendíamos en 9 soles, ellos en 3. Aunque reingresemos con maca certificada la marca ya está descartada para el consumidor. Así no funciona, por lo que optamos por una mejor opción.

¿A qué países llegan con el cacao?

Llegamos a Corea, Francia, Finlandia, Estados Unidos, (California), Suiza y Chile. Tenemos reuniones con un posible comprador de Bélgica. Pero todos son procesos. Para que ingrese un producto ellos tienen que estar completamente seguros que vamos a cubrir su demanda.



Ustedes trabajan también con un ADN de innovación...

Vamos a entregar una prensa de cacao que se elaboró con apoyo del Fondo para la Innovación, Ciencia y Tecnología (FINCYT), del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (Concytec), quienes convocan un concurso de proyectos para aumentar el conocimiento científico y el desarrollo tecnológico en el país. El proyecto incluye producción, patente, proceso en crudo. Ahora hemos presentado un segundo proyecto. Proponemos hacer una máquina para hacer los botones de manteca. Por ejemplo, un ama de casa puede derretir el chocolate para preparar chocotejas. Esta máquina puede dar trabajo a muchas personas.

En cuánto a la marca Superfoods Perú, ¿cómo piensan participar con sus productos?

Con Superfoods Perú tenemos dos caminos, ser proveedor de materia prima o ser proveedor de productos acabados. Ahí queremos presentar productos acabados. Queremos tener la línea de empaquetado, envasado y proceso, para que los clientes vengan y nos compren. Por ejemplo, un cacao en polvo envasado y listo, pero en el propio idioma del país consumidor.

¿Qué le parece la labor de PromPerú?

PromPerú me ha sorprendido, auspicia a los exportadores. Atienden bien a los compradores, crean eventos, como ExpoAmazónica. Toda esa organización y despliegue de profesionales que ven el negocio me sorprende.

¿Qué piensa de Alianza Cacao Perú que patrocina la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)?

Está bien, han repartido plantas, visitado a cooperativas, están pendientes del trabajo. Ellos también podrían ser los primeros en lanzar la alerta de la depredación y del cultivo industrial, para evitar que la gente siembre coca. Repito: debemos ser compatibles con el bosque. Por llevarse un chocolate no se puede depredar la biodiversidad. Antes uno tiraba al río y pescaba un buen ejemplar, iba al monte traía un anima-



lito. En La Merced ya se prohíbe hacer comida con csos animales. En Puerto Maldonado ya nadie consume de río, todo es de criadero. ¿Así a dónde vamos a llegar?

Iván Salas Mansilla, General Manager of Nutry Body. He is a Peruvian businessman that has attained markets like Korea, France, Finland, the United States, Suisse and Chile with a rich supply: cacao, quinoa, kiwicha, cañihua, maca, among other products, for direct consumption. But most of all, he is an entrepreneur concerned about the environment. He don't agree with forest depredation at the expense of industrial harvest. He prefers to do it respecting the biomass of the hill.

Nutry Body produces and commercializes Peruvian organic products in a wide variety of Super Foods, which is your supply?

The company was founded in July 2004, and is dedicated to the manufacturing, production and commercialization of Peruvian organic products like cacao, quinoa, kiwicha, cañihua, maca, dehydrated fruits and a wide variety of super foods for direct consumption. Among our markets are North America, Europe and Latin American, thanks to its quality and certifications.

Which is the secret of the success of Nutry Body?

The secret is in the formalization. The idea is to have all the documents updated, certifications and good human capital. All this support the joint work. A reflect of all of these are the certifications we have attained and which support us. We have certifications for drug control, pesticide use control, to ensure the product quality. We also have the Kosher certification, which certifies foods prepared according to dietary standards of Jewish market, with religious trend. We also have free gluten seal for celiac consumers.

What is the alliance with small producers about?

Nutry Body works, for third consecutive year, with the certification SPP of fair trade, with whom we work with associations of small producers. There we create, at the delivery of a merchandise, a fund capital to be used at times when there is no harvest. We also have internships in the company for children of farmers working in the company. We also seek training in technical centers. It is most appropriate for rural people because engineers or lawyers will not be needed at the moment in the producing areas. First, people of average command will be needed for there to be a 'hand to hand' development with the farmer.

You show a clear concern for the conservation of the environment. Tell us what your position is.

I have a very clear idea: we must have a modern study center or an organization that trains according to the ecological controls that are in place in the world today. It is not possible to burn many hectares of forest to sow much less cocoa or coffee. It is not necessary to burn forests; the sowing must go hand in hand with the same forest. In the hill you should cut small trees and make compatible beds with tall trees. When we burn, we lose that accumulated organic matter for many years. That idea is not taught in specialized centers. They focus on furrows, fungicides, pesticides. That

concept of agriculture is not sustainable. Many would stop consuming chocolate to know how it is occurring in some areas.

Which is your offer in this aspect?

There should be an internship, training or technical degree of organic farming management. There must be support from the municipalities, from non-governmental organizations and businessmen, who must have the initiative to change. There is a culture of depredation in the jungle that we do not feel in the city.

You export 70% of your production, what are the products marketed abroad and to which countries? Do you export with your Nutry Body brand?

We do not export with the Nutry Body brand. We ask our customers to use their own brand. The problem is the cloning of the brand. Then the problems arise. In Piura they cloned us the maca, now they believe that our product is bad, because the cloner packed anything but maca. For example, the clones began to arrive in Ecuador, where they 'burned' us as a brand. They lost and we too. We sold in 9 soles, they in 3. Although we re-register with certified maca, the brand is already discarded for the consumer. This does not work, so we opted for a better option.



To which countries do you arrive with cocoa?

We arrive in Korea, France, Finland, the United States, (California), Switzerland and Chile. We have meetings with a possible buyer from Belgium. But they are all processes. To enter a product they have to be completely sure that we will cover their demand.

You also work with an innovation DNA ...

We are going to deliver a cocoa press that was prepared with the support of the Fund for Innovation, Science and Technology (FINCYT), of the National Council of Science, Technology and Technological Innovation (Concytec), who are calling for a project contest to increase scientific knowledge and technological development in the country. The project includes production, patent, raw process. Now we have introduced a second project. We propose to make a machine to make butter buttons. For example, a housewife can melt the chocolate to prepare chocotejas. This machine can give work to many people.

As for the Superfoods Peru brand, how do you plan to participate with your products?

With Superfoods Peru we have two ways, to be a supplier of raw material or to be a supplier of finished products.



There we want to introduce finished products. We want to have the line of packaging, packaging and process, so that customers come and buy our products. For example, a cocoa powder packaged and ready, but in the language of the consumer country.

What do you think of PromPerú's work?

PromPerú has surprised me, sponsors exporters. They cater well to buyers, they create events, like ExpoAmazónica. All that organization and deployment of professionals who see the business surprises me.

What do you think of Alianza Cacao Peru sponsored by the United States Agency for International Development (USAID)?

It is okay, they have distributed plants, visited cooperatives, are pending of the work. They could also be the first to launch the warning of predation and industrial cultivation, to prevent people from sowing coca. I repeat: we must be compatible with the forest. By taking a chocolate you cannot prey on biodiversity. Before one threw the river and caught a good specimen, went to the mountain brought an animal. In La Merced it is already forbidden to make food with these animals. In Puerto Maldonado, no one consumes any river, everything is a hatchery. So where are we going to go?



Puertos al ataque

Ports in action

Terminales portuarias de las regiones se preparan para la consolidación.

Regional Port Terminals are preparing for consolidation

Por tráfico y capacidad de almacenaje el Callao es el principal puerto peruano y uno de los más importantes de Latinoamérica. Ahora bien, la productividad y competitividad de los puertos peruanos va más allá. Existen otros que, al ser concesionados, van camino a alcanzar estándares internacionales.

A lo largo del litoral se ubican puertos estratégicos para el desarrollo del comercio y la economía nacional. Paita y Salaverry en el norte. Matarani e Ilo concentran gran parte de la actividad marítima en el sur. Pero existen otros con gran potencial, según el XVII Foro de Puertos, organizado por la Cámara de Comercio de Lima.

La estrella del norte

Paita se erige como el segundo puerto más importante de la costa. De acuerdo con la Autoridad Portuaria Nacional, este terminal registró un movimiento de 228 367 TEUs -una TEU es la capacidad de carga de un contenedor normalizado de 20 pies- solo en el 2017, por debajo de los muelles norte y sur del Callao. Eso significó un incremento de 4.2%, en comparación al 2016.

Bruno Vale, gerente general de Terminales Portuarias Euroandinas (TPE), quienes tienen a cargo la concesión de Paita por un periodo de 30 años, apunta al crecimiento. “Tenemos un incremento del 61% solo en nuestra fase inicial. Estamos

creciendo, y eso significa que la producción en Piura está creciendo”, aseguró.

Allí se realizó una inversión inicial de casi US\$ 130 millones, cuando TPE comenzó sus operaciones a fines de 2009. Y la meta, a corto plazo, es alcanzar los 300 mil TEUs el 2021. De esa forma, se verán beneficiadas zonas como San Martín, Yurimaguas y Tumbes. “Por contrato tenemos una Etapa 4, es decir, US\$ 100 millones para servicios adicionales”, agrega Vale.

TPE participa activamente en programas para el desarrollo de la comunidad de Paita, como la lucha contra la desnutrición y anemia infantil, y el impulso a los artesanos de la zona.

Oportunidades para Ica

Cuando se entregó la concesión del Terminal Portuario General San Martín, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones estimó una inversión mínima de US\$ 182 millones. Finalmente, el Terminal Portuario Paracas S.A. (TPP) cerró la cifra en US\$ 260 millones, aproximadamente.

San Martín busca convertirse en un lugar especializado en la carga de contene-

dores. “Recibimos de la administración anterior un puerto sin equipamiento. Nuestra prioridad, en la primera etapa, fue ejecutar el plan de inversiones en equipamiento portuario. A la fecha, hemos invertido US\$ 6 millones”, indica Félix Silva, gerente de Administración de Terminal Portuario Paracas S.A.

La zona de influencia del puerto San Martín abarca Ica, Lima, Ayacucho, Huancayo, entre otras regiones que movilizan sus productos, sobre todo agroalimentos. Por este motivo, incrementar su capacidad es una prioridad. Silva se muestra optimista: “el terminal ha movilizado, en promedio, cerca de 8 mil TEUs en contenedores. Proyectamos en el mediano plazo, hacia el 2020, un promedio de 60 mil TEUs y, a mediados de la concesión, 300 mil TEUs”.

Además de destinar 2% de su facturación para labores sociales, TPP contempla el financiamiento de un almacén de minerales. En un área que supera los 30 mil m², se procederá a atender la demanda en concentrado de cobre y zinc para el 2020. “Esperamos obtenerla la licencia para operar al cierre del 2018”, aseveró Félix Silva.

Una perla en el Huallaga

Finalizar la construcción del Puerto de Yurimaguas, en 2016, fue el primer gran paso para fortalecer el comercio marítimo y fluvial en el norte. Así, el terminal forma parte fundamental del Eje Multimodal Amazonas Norte, que también componen el Puerto de Paita, la carretera IIRSA Norte y el Puerto de Iquitos.

Carmen Benítez, gerente general de Concesionaria Puerto Amazonas S.A. dice que es momento de expandir el tonelaje. “En esta segunda etapa, vamos a invertir más de US\$ 13 millones para aumentar la capacidad en 400 mil toneladas más”, sostuvo.

Benítez apoya la idea de impulsar las hidroviás, puestas en concesión, para contrarrestar las condiciones climáticas. “Lo que garantiza es la navegación en los ríos Huallaga, Marañón, Ucayali y Amazonas. También garantiza el acceso al Puerto de Iquitos”, menciona.

El transporte de pasajeros también se benefició por la construcción del Puerto de Yurimaguas. Sin embargo, para mejorar el servicio es importante separarlo de la carga. En el diseño previo a la concesión, Concesionaria Puerto Amazonas S.A. planificó un área especializada, con todos los servicios necesarios para atender a los turistas. Alrededor de 300 por viaje. Pese a operar con el 25% de su capacidad, este punto se va convirtiendo en centro clave de la actividad en esta parte del país.

Callao is the main Peruvian port for its traffic and storing capacity and one of the most important in Latin America. Nevertheless, productivity and competitiveness of Peruvian ports go beyond. There are others that, being outsourced, are on their way to reach international standards.

Along the coastline, strategic ports are located for the development of the commerce and domestic economy. Paita and Salaverry on the north. Matarani and Ilo concentrate a large portion of maritime activity on the south. But as

per the XVII Port Forum organized by the Chamber of Commerce in Lima, there are others with great potential.

The North Star

Paita is emerged as the second most important port in the coast. According to the National Port Authority, this terminal registered a shipping movement of 228 367 TEUs -one TEU is the cargo capacity of a standardized container of 20 feet- only in 2017, below the north and south decks of Callao port. This meant an increase of 4.2% in comparison to 2016.

Bruno Vale, General Manager of the Euro-Andean Consortium of Port Terminals (TPE), that has the concession of Paita port for a period of 30 years, aims to growth. “We have an increase of 61% only in the first phase. We are growing, and this means that Piura production is growing”, said.

An initial investment of almost USD 130 million was made when TPE started its operations at the end of 2009. And the short term goal is to reach the 300 thousand TEUs in 2021. In



that way, zones like San Martín, Yurimaguas and Tumbes will be benefited. “According to contract, we have Phase 4, that is USD 100 million for additional services”, said Vale.

TPE participated actively in programs for the development of Paita community, as the fight against malnutrition and infant anemia, and the support to the artisans of the zone.

Opportunities for Ica

When the concession of the General Port Terminal of San Martín was granted, the Ministry of Transport and Communication estimated a minimum investment of USD 182 million. Finally the Port Terminal of Paracas S.A. (TPP) closed the figure in USD 260 million approximately.

San Martín aims to become a specialized place for the loading of containers. “We received from the last administration a port without equipment. Our priority, in the first phase, was to execute the investment plan of port equipment. To date, we have invested USD 6 million”, says Félix Silva, Administration Manager of Terminal Portuario Paracas S.A.

The area of influence of San Martín port covers Ica, Lima, Ayacucho, Huancayo, among other regions that transport their products mostly agro-food. For this reason, it is a priority to increase its capacity. Silva is optimistic: “the terminal has moved an average of nearly 8 thousand TEUs in containers. We forecast in the mid-term towards the 2020, an average of 60 thousand TEUs and mid of the concession, 300 thousand TEUs”.

Besides allocating 2% of the invoicing for social work, TPP considers the financing of a mineral warehouse. In an area that exceeds the 30 thousand square meters, it will proceed to assist the copper and zinc concentrated demand for 2020. “We hope to obtain the license to operate at the end of 2018”, said Félix Silva.

A Pearl in Huallaga River

The first great step to strengthen maritime and flood commerce in the north was to finish the construction of Yurimaguas port in 2016. In effect, the terminal is an integral part of the Multi-modal Axis of Northern Amazon, which also forms the Port of Pai-

ta, highway IRRSA North and the Port of Iquitos.

Carmen Benítez, Manager Director of Concesionaria Puerto Amazonas S.A. says that it is the time to expand the tonnage. “In this second phase, we are going to invest more than USD 13 million to increase the capacity in 400 thousand tons more”, said.

Benítez supports the idea to drive the waterways, brought under concession, to counteract weather conditions. “The navigation in the rivers Huallaga, Marañón, Ucayali and Amazonas is guaranteed, as the access to the Port of Iquitos”, says.

Passenger transport has also been benefit for the construction of Yurimaguas Port. However, to improve the service it is important to separate it from the cargo. In the design previous the concession, Puerto Amazonas S.A. planned a specialized zone, with all the necessary services to assist the tourists. Around 300 per trip. Despite operating with the 25% of its capacity, this place has become in a key center for the activity in this part of the country.



GREEN FISH
aquarium

Exportamos peces ornamentales de la Amazonía peruana

Calle 19 de Julio 500, Iquitos, Perú / Cel: 965 891 776
ltenazoa@greenfish-aquarium.com
GREEN FISH Aquarium

NUTRYBody

Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas transformados y empaçados para consumo directo. Tenemos: licor de cacao, nibs de cacao, manteca de cacao, cocoa, frutas deshidratadas y cereales andinos, utilizamos como materia prima granos de cacao seleccionados de semillas florales: chuncho, criollo y porcelana.

- Cereales Andinos
- Maca
- Cacao
- Chocolates
- Frutas Deshidratadas

Av. Los Angeles 104, Ate - Perú
Telf.: (51-1) 352-0565
Ventas@nutrybody.com / www.nutrybody.com

Comprar con un clic

Buy with one click

El despegue del e-commerce está la vuelta de la esquina. | The take-off of e-commerce is around the corner

Aunque el Perú es un país donde el e-commerce no es masivo, se prevé un rápido crecimiento por el empuje de las empresas y la búsqueda de comodidad de los compradores. Para muchas innovadoras compañías, las ventas online les permite llevar sus productos a otros países sin grandes esfuerzos. "Se ha cambiado el modelo original de mandar un producto, que operaba desde una fábrica a un distribuidor. El e-commerce es visto ahora como una innovadora forma de exportar", explica Nicolás Mouze, director de MKT y ventas de DHL Express Iberia.

Al analizar al comprador online peruano, Mouze ha comprobado que este es netamente digital. "Estos compradores provienen de una generación joven, y nacieron en una época donde las cosas se encuentran a solo un clic de distancia. Este público se caracteriza por preferir la inmediatez, pero a su vez busca la comodidad", agrega. Esto se traduce en la siguiente fórmula: elijo algo que me gusta en la pantalla y espero recibirlo en mi casa al día siguiente.

No son solo los jóvenes los que están empezando a realizar compras online. Mouze ha observado que este boom ha logrado captar la atención de diferentes capas de la población: desde jóvenes acostumbrados a los medios digitales hasta la generación de sus padres, los cuales solían recibir catálogos impresos en casa. "Este grupo no presenta dificultad para adaptarse a los nuevos medios porque se sienten familiarizados con el formato del catálogo. La única diferencia es que se ha pasado del papel a la pantalla", explica.

Entre los beneficios que el e-commerce ofrece a las empresas está el respaldo de una estructura estable, la cual les permite



Nicolás Mouze

acceder a nuevos mercados. El formato online les permite actualizar fácilmente su abanico de productos a las demandas del mercado. La digitalización y la venta de productos es también un tema de supervivencia. Es un mercado que se encuentra en constante crecimiento y, para

una empresa, podría ser perjudicial no adaptarse a los nuevos medios.

DHL Perú contribuye a que se incremente el porcentaje de ventas online en nuestro país, ya que funciona como un facilitador del comercio internacional.

Su rol es ayudar a todas las empresas que están ingresando en este campo en busca del mercado nacional e internacional. Dentro de sus servicios está la asesoría a las empresas. Les sugieren qué productos dentro de su cartera podrían comercializarse bajo este formato y los orientan en la documentación necesaria para realizar sus procesos de comercialización.

Adicionalmente, buscan que el envío que se haga a los consumidores llegue en perfecto estado. "En el e-commerce lo fundamental es la recomendación.

Todo funciona en base a la opinión del consumidor", comenta Mouze. Esto ayuda a que las empresas incluyan los pasos necesarios para lograr que los consumidores tengan una experiencia de compra satisfactoria y que se cree una relación de confianza entre las empresas y sus consumidores.

Even though Peru is a country where the e-commerce is not large-scale, a rapid growth is foreseen for the boost of the companies and the search of comfort of the buyers. For many innovative companies, the online sales allow them to carry their products to other countries without a great effort. "The original model of sending a product that operates from a factory to a distributor has been changed. The e-commerce is actually seen as an innovative way of exporting", explains Nicolas Mouze, MKT and Sales director of DHL Express Iberia.

When analyzing the online Peruvian buyer, Mouze has noted that it is purely digital. "These buyers come from a young generation, and are born in a time where things could be found with one click of distance. This public is distinguished by preferring the promptness, but at the same time they look for comfort", adds up. This is translated in the following formula: I choose something that likes me in the screen and I expect to receive it in my house the next day.

Not only the young people are starting to do shopping online. Mouze has



observed that this boom has captured the attention of different sections of the population: since young people accustomed to the digital media until their parents' generation, which used to receive printed catalogues at home. "This group has no difficulty in adapting to new means because they are familiar with the catalogue format. The only difference is that it has passed from the paper to the screen", explains.

Among the benefits that the e-commerce offers to companies is the support from a stable structure, which enable to access to new markets. The online format permits to easily update their product range to market demands. Digitalization and the sale of products is also a survival topic. It is a market that is in constant growth and for a company, it could be damaging to not adapt to new means.

DHL Peru contributes to the increase of the percentage of online sales in our country, working as a inter-

national trade facilitator. Its role is to help all the companies that are entering to this activity looking for national and international market.

The companies' advisory is among its services, suggesting which products within their portfolio could be traded under this format and guiding in the necessary documentation required to carry out their commercialization processes.

In addition, DHL Peru seek that the shipment performed to the consumers arrive in perfect conditions. "In e-commerce the recommendation is critical. Everything works based on consumer's opinion", says Mouze.

This helps that the companies include the necessary steps in order that the consumers have a satisfactory buying experience, creating a relationship of confidence between the companies and their consumers.

Mascotas amazónicas

Amazon pets

La exportación de peces exóticos busca aumentar sus envíos y beneficiar a comunidades nativas. | The export of exotic fishes seeks to increase their shipments and benefit native communities.

Además de productos pesqueros para el consumo humano, desde hace varios años un grupo de empresarios se dedica a la exportación de especies exóticas de los ríos de la región Loreto como arawanas y tetras. El destino son las tiendas de mascotas y acuaristas de países como China, Japón, Estados Unidos o Alemania.

Según PromPerú esta actividad representa por ahora menos del 1% de la canasta exportadora de productos pesqueros, la cual está encabezada por la harina y el aceite de pescado. “El volumen de envíos de peces exóticos se ha reducido porque hoy piden mayor variedad. Los consumidores se han vuelto más selectivos”, cuenta Luis Tenazoa, gerente de Green Fish Aquarium E.I.R.L, empresa con cuatro años de experiencia en la selección, cuidado y envío de estas especies al extranjero.



Francisco Pin



La tendencia comenzó a disminuir en el 2013 debido a una serie de factores externos e internos. Los envíos a las ciudades chinas de Taiwán y Hong Kong, dos de los principales mercados del rubro, disminuyeron ante la aparición de criaderos locales. Por otro lado, la principal dificultad interna es la escasa promoción que tiene la actividad, así como los complejos procesos de documentación para el envío de especies extranjeras fuera del territorio nacional.

“Nosotros invertimos alrededor de 160 dólares en complicados procesos y documentos, mientras que en otros países se gasta menos de la mitad. A esto se suman los elevados precios del flete aéreo en Perú para los importadores”, cuenta Francisco Pin, gerente general de Stingray Aquarium, proveedor de peces ornamentales para el mercado internacional con varios años de experiencia.

Las 28 empresas que actualmente se dedican a agrupar, cuidar y exportar peces ornamentales cuentan con pocos proveedores locales que les faciliten tecnologías y herramientas para su labor. Además, son pocas las entidades involucradas en el estudio y mejora del rubro.

Una de ellas es el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP), la cual centra sus estudios en especies para el consumo humano, como el paiche, la gamitana y el sábalo. Todos estos factores contribuyen a que la producción nacional sea menos competitiva que la de otros países de la región, como Colombia, Brasil, Ecuador y Venezuela.

Uno de los principales aspectos a tomar en cuenta para la promoción de esta actividad es el beneficio que produce a comunidades nativas de Loreto,

cuyos pescadores forman parte de la cadena productiva. “Estos pueblos se dedican a la pesca de subsistencia, a la extracción de madera ilegal y a la agricultura, pero de manera limitada por las inundaciones de la región”, explica Pin. Por ello asegura que la pesca de estas especies les da la oportunidad de dejar esas actividades y captar recursos de manera legal y sencilla. “Unas siete mil familias se ven beneficiadas, pero podrían ser mucho más”, finaliza.



Luis Tenazoa

In addition to fishing products for human consumption, a group of businessmen have dedicated many years to the exportation of exotic species as arawanas and tetras from Loreto region's rivers. These are destined to pet stores and aquarists of countries such as China, Japan, United States or Germany.

According to Promperu (Tourism Promotion Board of Peru) for now this activity represents less than the 1% of the export basket of fishing products, headed by the fishmeal and fish oil. “The volume of exotic fishes shipments have been reduced because today they ask for a greater variety of them. Consumers have become more selective”, says Luis Tenazoa, Green Fish Aquarium E.I.R.L manager, a company with four years of experience in the selection, care and shipment of these species abroad.

Trend started to decrease in 2013 due to a series of external and internal fac-

tors. The shipments to Chinese cities of Taiwan and Hong Kong, two of the main markets in this category were reduced due to the appearance of local fish hatchery. By the way, the main internal difficulty is the limited promotion of this activity, as well as the complex documentation processes for the shipment of foreign species outside the national territory.

“We invested around 160 dollars in complex processes and documentation, while in other countries less than half the amount is spent. Adding up are also the high airfreight prices in Peru for the importers”, according to Francisco Pin, general manager of Stingray Aquarium, supplier of ornamental fishes for foreign trade with various years of experience.

The 28 companies that are actually dedicated to group, care and export ornamental fishes have very few local suppliers that provide them technologies and tools for their work. Also, there are few entities involved in the study and improvement of this activity.

One of these entities is the Peruvian Amazon Research Institute (IIAP), which focus their studies on species for human consumption, such as “paiche”, “samitana” and “sábalo”. All these aspects contribute that the national production is less competitive than other countries of the region, such as Colombia, Brazil, Ecuador and Venezuela.

One of the main aspects to take into consideration for the promotion of this activity is the benefit produced to native communities in Loreto, which fishermen are part of the productive chain. “These towns are dedicated to the fishing for living, to the illegal extraction of wood and to the agriculture, but in limited way due to floods in the region, said Pin. For all this, the fishing of these species gives them the opportunity to leave aside those activities and to obtain resources on a legal and simple way. “Nearly seven thousand families are benefited, but it could be more” concludes.



Los chocolates y las variedades de cacao fino de aroma de Perú gozan de buena reputación en el extranjero, gracias a la participación de delegaciones locales en ferias y eventos internacionales. Según la Asociación de Exportadores (ADEX) los envíos del primer producto aumentaron en un 20% entre enero y noviembre del 2017, con respecto al mismo periodo del año anterior.

Hoy los chocolates peruanos llegan a tiendas gourmet de 26 países, pero el 70% de las exportaciones terminan en Estados Unidos. Pese a su buena promoción en el extranjero, este producto no alcanza mayores índices de consumo a nivel nacional. “Cada peruano consume menos de medio kilo de chocolate al año. En Estados Unidos se consume entre ocho y diez kilos por persona al año. En Europa está entre los doce y quince kilos, mientras que en Brasil se consume de dos a tres kilos”, asegura José Chuquipul, director de Promoción y Monitoreo de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (Devida).

Para cambiar esta situación, y al mismo tiempo reunir a toda la industria local del chocolate y el cacao, se realiza el Salón de Cacao y el Chocolate, en el que se exhiben y catan productos. Allí también se desarrollan certámenes, ponencias magistrales y ruedas de negocios. En esta novena edición, el evento cuenta con la participación de Bélgica como país invitado.

“Me parece buena idea que hayan invitado a Bélgica y espero que en los próximos años contemos con un pabellón internacional. Eso le daría buena imagen al evento y al país”, sostiene Sandro Aquino, gerente general de Bakau, chocolatería nacional con 18 medallas de oro, plata y bronce en certámenes internacionales, que vende sus productos a tiendas gourmet de Inglaterra, Estados Unidos y, recientemente, a Chile.

Algunos productores de cacao ofrecen gran parte de su producción a fabricantes nacionales, como la Cooperativa Agraria Cafetalera Alto Urubamba, de la región Cusco. “Hace tres años decidimos comprar y juntar el cacao chuncho fermenta-



El salón de la fama

The hall of fame

El IX Salón del Cacao y Chocolate busca promover el consumo interno de estos productos.

The IX Cocoa and Chocolate Hall is searching to promote the local consumption of these products.

do de nuestros asociados y este fue aceptado en Europa. Los fabricantes de Lima compraron la mayoría de nuestra producción y eso hizo que enviemos poco a Europa”, cuenta José Flores, gerente general de esta agrupación, compuesta por 150 productores dedicados a la siembra de este producto y del café.

La siembra del cacao también ha servido como una estrategia para erradicar los cultivos ilícitos de la hoja de coca. Devida, entidad encargada del tema, realiza capacitaciones constantes, visitas técnicas personalizadas y pasantías, entre otros, para promover el desarrollo integral de los productores de las regiones de Huánuco, Junín, Loreto, Pasco, Puno, San Martín y Ucayali. Más de 33 000 familias se han visto beneficiadas.

A finales del 2017, esta entidad lanzó el distintivo Qamuq (o esperanza) con el que pretende agregar valor y formalidad a los productos de los pequeños agricultores y asociaciones de las zonas de influencia cocalera, que necesitan apoyo durante su primera etapa comercial.

El Estado peruano, los gobiernos regionales y organismos de apoyo internacional promueven la participación de los productores locales de cacao y chocolate en diferentes ferias de alimentos, como Mistura y Expoalimentaria. Asimismo, buscan posicionar al chocolate como un producto sano y diferenciarlo de las golosinas con poco porcentaje de cacao, con las que suelen confundirse.

Algunas empresas chocolateras han comenzado a incursionar en el mercado

local. Aquino considera que existe mucho por explorar en ese campo. “Hace medio año creíamos que estaba saturado. En nuestro caso, nos aliamos con un agente de ventas muy efectivo, que está colocando nuestros productos en espacios donde nosotros no creíamos que existía demanda, como los conos y el Cercado de Lima, así como en provincias. Eso nos demuestra que hay lugar para nuestros chocolates en el mercado peruano”, sostiene.

Chocolates and the variety of fine cocoa of Peruvian flavor have a good reputation abroad, thanks to the participation of local delegations in fairs and international events. As per Exporters’ Association (ADEX), the deliveries of the first product increased in a 20% between January and November of 2017, in comparison with the same period of last year.

Today, Peruvian chocolates reach gourmet stores in 26 countries, but the 70% of the exports ends up in the United States. Despite its good promotion abroad, this product does not reach greater consumption indices at domestic level. “Each Peruvian citizen consumes less than half a kilo of chocolate per year. In the United States the consumption per person is between eight and ten kilos per year. In Europe it is between twelve and fifteen kilos, while in Brazil the consumption is from two to three kilos”, assures José Chuquipul, Promotion and Monitoring Director of the National Commission for the Development and Life without Drugs (Devida).

To change this situation, and at the same time to join all the local industry of chocolate and cocoa, the Hall of Cocoa and Chocolate takes place, in which products can be exhibited and tasted. Also there, competitions, keynote speeches, and business roundtables take place. In this ninth edition, Belgium will participate in the event as guest country.

“I think that it is a good idea inviting Belgium and I hope that in the coming years we could have an international hall. This would give a good image to the event and to the country”, mentio-

ned Sandro Aquino, General Manager of Bakau, national chocolate shop with 18 golden, silver and bronze medals in international competitions, that sells its products to gourmet stores in England, the United States and recently in Chile.

Some cocoa producers offer great part of their production to local manufacturers, such as the Cooperativa Agraria Cafetalera Alto Urubamba, of Cuzco region. “Three years ago we decided to buy and put together the fermented chuncho cocoa from our associates and this was accepted in Europe. The manufacturers of Lima bought great part of our production, because of this we send less amount to Europe”, says José Flores, General Manager of this grouping, composed by 150 producers dedicated to the crop of this product and coffee.

Cocoa crop has also served as a strategy to eliminate the illicit crops of coca leaf. Devida, the entity in charge of this subject, is making constant trainings, customized technical visits and internships, among others, to promote the whole development of the producers from regions of Huánuco, Junín, Loreto, Pasco, Puno, San Martín and Ucayali. More than 33 000 families have been benefited by this activity.



At the end of 2017, this entity launched the Brand Qamuq (or hope) to add value and formality to the products of small farmers and associations of the influence coca zones, that need support during its first commercial stage.

Peruvian Government, regional governments and international supporting organisms are promoting the participation of the local cocoa and chocolate producers in different food fairs, such as Mistura and Expoalimentaria. Also, they want to position chocolate as a healthy product and to differentiate it from candies with less percentage of cocoa, that they are used to be confused with.

Some chocolate companies have started to introduce themselves in the local market. Aquino considers that there is much to explore in this field. “Half year ago, we believed that the market was saturated. In our case, we aligned with a very effective sales agent that is allocating our products in spaces where we didn’t believe that there was a demand, for example in the surroundings and downtown of Lima, as well as in provinces. This shows us that there is a place for our chocolates in the Peruvian market” says.

Una mesa amazónica

Una emprendedora busca llevar la gastronomía amazónica a una escala mayor.



Pilar Agnini es gerente del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado "Emilio Romero Padilla" y del restaurante La Mishquina, ambas ubicadas en la ciudad de Iquitos, en la región Loreto. Por sus conocimientos de las bondades de la zona, busca que la gastronomía local se desarrolle profesionalmente y se posicione más entre los paladares del Perú y el mundo.

Su iniciativa consiste en promover el consumo de productos amazónicos, como el paiche. "Muchos emprendedores de la región están optando por este recurso", cuenta Agnini. El paiche es considerado un recurso sostenible

pues no solo se emplea en la gastronomía, sino también en el diseño de modas. En este campo se utilizan las escamas para fabricar accesorios, mientras que la piel se emplea en la elaboración de zapatos y carteras.

Este recurso no genera problemas en la temporada de veda debido a la colaboración de los paichecultores, los cuales almacenan grandes cantidades en sus despensas y criaderos. Se trata de un recurso que cuenta con una alta demanda en el mercado nacional e internacional.

En su instituto, Agnini ha creado la carrera profesional de Gastronomía

y Arte Culinario. Allí apuesta por el desarrollo de propuestas innovadoras, siendo una de estas la 'hamburguesa ecológica', preparada a base de cáscara de plátano, ají dulce y unos toques de 'sacha orégano' y 'sacha culantro'. "Apostamos por el desarrollo de una escuela representativa de la región, que emplee todos estos conocimientos y que también promueva el empleo de recursos amazónicos de una manera original", afirma.

En La Mishquina la estrella de la mesa es el paiche. Se prepara en varias presentaciones. Por ejemplo, el "Enrollado de paiche", que se acompaña de una crema hecha a base de palmito. "Se debe impulsar la gastronomía amazónica debido a sus altos beneficios curativos" dice Agnini. Por ello emplea recetas con 'camu camu', que cuenta con un alto componente de ácido fólico. Además, convertido en almíbar, es bueno para contrarrestar el frío.

Otro alimento con propiedades es el 'huasai', una baya que crece en los árboles de palma, el cual cuenta con una gran cantidad de antioxidantes, Omega 3, 6 y 9, y trae beneficios para la piel y la circulación sanguínea. "La comida amazónica es nutritiva, muchos de estos insumos deberían ser incluidos en nuestra dieta diaria, aprovechando que provienen de nuestro país y tenemos fácil acceso a ellos".

En uno de sus viajes a Europa, Agnini llevó productos como cecina, paiche seco y preparó los tradicionales juanes. Admite que el trío fue exitoso dentro de las ciudades de Barcelona, Madrid, Toledo y Milán, logrando mostrar el gran potencial que poseen estos alimentos.

Agnini cree que verá su proyecto concretado si se masifica el consumo de productos amazónicos en la dieta cotidiana de los peruanos. "Todos debemos poner un granito de arena, no solo con el consumo de productos amazónicos, también debemos cuidar el recurso sostenible y especialmente, el medio ambiente, de donde proviene todo", finaliza.



Edson Ramirez, gerente general de Warmitech en Agronova 2018.

Mujeres del cacao

Warmitech, un exquisito proyecto chocolatero de la región San Martín.

Warmitech es una cooperativa que nació el 27 de julio del 2010 para fomentar el consumo a nivel local, regional y nacional de los chocolates artesanales. La conforman veintiocho mujeres productoras del distrito de Saposoa, en la provincia de Hualлага, región San Martín. Hoy comercializan tres variedades de chocolates: taza, chocolate con maní y chocotejas, las cuales se preparan en base al cacao que se cultiva en la zona.

El proyecto se caracteriza por mantener costumbres artesanales en la

producción de chocolates. Para ello recurren a un control estricto de calidad y se mantienen en armonía con el medio ambiente. Desde sus inicios esta cooperativa ha promovido la capacitación constante de sus socias. Les brinda, a su vez, asistencia técnica para fortalecer sus capacidades. Mediante la investigación, tecnificación, transformación y comercialización de productos derivados del cacao, estas mujeres productoras han logrado posicionarse y satisfacer las necesidades de sus consumidores.

Warmitech
Saposoa - Perú

Chocolates

Coctel de cacao

Polvo de cacao

Bombones

Av. Loreto 385, Saposoa, Hualлага, San Martín
Cel. 959 991 594 / 951 583 827 | Warmitech
E-mail: warmitech@hotmail.com
www.warmitech.com



La Amazonía peruana a otro nivel

The peruvian Amazon to another level

Vive la gran aventura de tu vida. | Live the greatest adventure of your lifetime.

Pacaya Samiria Amazon Lodge está ubicado en la margen izquierda del río Marañón, 120 kilómetros (74.5 millas) al suroeste de la ciudad de Iquitos, en la zona de amortiguamiento de la Reserva Nacional Pacaya Samiria considerado “el segundo mejor lugar para la vida silvestre del planeta” y que consta de ecosistemas de bosques tropicales húmedos que albergan la gran biodiversidad de la Amazonía, reconocida como una de las 7 Maravillas Naturales del Mundo.

Pacaya Samiria Amazon Lodge es el único ecolodge que cuenta con una Reserva Privada de 130 hectáreas de bosque inalterado que pone a disposición de todos sus huéspedes y enriquece significativamente su experiencia.

Las instalaciones constan de 9 cabañas (con terraza privada y baño propio), restaurante, bar, sala de hamacas y club house, diseñados en perfecta armonía con su entorno.

La experiencia que ofrecemos

Pacaya Samiria Amazon Lodge ofrece programas all-inclusive con experiencias inolvidables tanto en la Reserva Nacional como en nuestra Reserva Privada:

- Eco Aventura: trekkings diurnos y nocturnos, escalamiento de palmeras de aguaje, avistamiento de delfines rosados y grises (Garantizado), navegación, pesca artesanal de pirañas, visita al nacimiento del río Amazonas, paseos entre puentes colgantes, etc.
- Actividades sostenibles como la conservación de taricayas (tortugas de río),

gastronomía vivencial, sostenibilidad activa y visitas a comunidades aledañas de la etnia Kukama Kukamiria.

- Actividades especializadas como el birdwatching con programas para entusiastas y profesionales del avistamiento de aves.
- Excursiones temáticas por rutas implementadas en nuestra Reserva Privada.

Cómo llegar

Existen vuelos diarios desde Lima a la ciudad de Iquitos con una duración aproximada de una hora y 30 minutos. Vuelos de Cusco a Iquitos con una duración aproximada de una hora y 20 minutos.

Todos nuestros programas incluyen los traslados desde y hacia el aeropuerto de Iquitos, el traslado terrestre Iquitos / Nauta / Iquitos y, en botes privados, desde Nauta hacia nuestro lodge.

Tiempos de los traslados:

- Iquitos – Puerto de Nauta: una hora y 45 minutos.
- Puerto de Nauta – Pacaya Samiria Amazon Lodge: 30 a 40 minutos.
- Pacaya Samiria Amazon Lodge – Reserva Nacional de Pacaya Samiria: 5 a 10 minutos.

Pacaya Samiria Amazon Lodge is located on the left bank of the Marañón River, 120 kilometers (74.5 miles) southwest of the city of Iquitos, in the buffer zone of the Pacaya Samiria National Reserve considered “the second best place for wildlife in the planet” with tropical forest ecosystems that shelter the great biodiversity of the Amazon, recognized as one of the 7 natural wonders of the World.

Pacaya Samiria Amazon Lodge is the only ecolodge that has a Private Reserve of 130 hectares (320 acres) of unaltered forest, that significantly enriches all of its guests’ experiences.

Our facilities include 9 “cabañas” (with private terrace and own bathroom), restaurant, bar, hammock room and club house, designed in perfect harmony with its surroundings.

The experience we offer

Pacaya Samiria Amazon Lodge offers all-inclusive programs with unforgettable experiences both in the National Reserve and in our Private Reserve:

- Eco Aventura: day and night trekking, scaling of aguaje palms (Guaranteed) watching of pink and gray dolphins, navigation, artisan fishing of piranhas, visit to the Amazon river main stem, Canopy walkways, etc.
- Sustainable activities such as the conservation of taricayas (river turtles), vivencial gastronomy, active sustainability and visits to surrounding communities of the Kukama Kukamiria ethnic group.
- Specialized activities such as birdwatching with programs for enthusiasts and professionals of bird watching.
- Themed routes implemented in our Private Reserve.

How to get

There are daily flights from Lima to



the city of Iquitos with an approximate duration of 1 hour and 30 minutes. Flights from Cusco to Iquitos with an estimate duration of 1 hour and 20 minutes.

All our programs include transfers to and from the Iquitos airport, the Iqui-

tos / Nauta / Iquitos land transfer and, in private boats, from Nauta to our lodge.

Transfer times:

- Iquitos - Puerto de Nauta: 1 hour 45 min.
- Nauta Port - Pacaya Samiria Amazon Lodge: 30-40min.
- Pacaya Samiria Amazon Lodge - Pacaya Samiria National Reserve: 5-10 min.



Atractivas inversiones

Attractive investments

La importancia de la recién publicada Guía de Inversión en Hidrocarburos – Perú 2018/2019. | *The importance of the Investment Guide in the Hydrocarbon sector – Peru 2018/2019 recently published.*



Por/By: Beatriz De la Vega (*)

e instrumentos de gestión ambiental que deberán tomarse en cuenta para los proyectos hidrocarburíferos. Asimismo, se hace referencia a los instrumentos anticorrupción promulgados en los últimos años en el Perú.

En la medida que desde la entrada en operación del Gas de Camisea el Perú ha experimentado un cambio significativo en su matriz energética, se hace referencia a algunos aspectos del sector eléctrico con especial énfasis en proyectos termoeléctricos a gas natural (gas to power) y apuntes generales sobre energías renovables.

Finalmente, se incluyen comentarios sobre el uso de nuevas tecnologías en el sector energético. Si bien en el sector eléctrico las startups y los vehículos eléctricos son una tendencia en ascenso, las tecnologías disruptivas actúan de modo transversal en toda la industria energética. Efectivamente, tecnologías como la inteligencia artificial, el internet de las cosas y el blockchain ya vienen siendo aplicados en toda la industria energética.

Como puede verse, esta edición procura un enfoque más comprehensivo del sector hidrocarburos y su aporte a la matriz energética (principalmente gas natural), de modo que todos los

En junio del presente año, EY Perú tuvo el agrado de presentar la nueva edición de la Guía de Inversión en Hidrocarburos – Perú 2018/2019, la cual fue elaborada con el valioso apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Energía y Minas, Perupetro y ProInversion.

Esta es la quinta edición y se caracteriza por ser única en su género y contenido. Abarca aspectos que son de vital importancia para los inversionistas. La redacción se encuentra íntegramente en inglés.

Los temas más importantes que se incluyen son las variables macroeconó-

micas del país, las condiciones para la promoción de la inversión, los tratados internacionales y de libre comercio existentes. Asimismo, temas sobre cómo iniciar un negocio en el Perú, la importancia del sector hidrocarburos (aporte a la matriz energética, potencial de crecimiento, etc.), el régimen legal y tributario de dicho sector, así como temas laborales y los principales estándares contables a considerar.

En esta nueva edición, además de la “consulta previa” en el sector extractivo, se desarrollan las obligaciones ambientales que se deben cumplir en esta industria. En tal sentido, se incluye una sección sobre las regulaciones

interesados cuenten con información oportuna y de calidad ¡Los invitamos a disfrutar de su contenido!

(*) Socia líder de Energía de EY Perú

In June of this year, EY Peru (Ernst & Young Peru) presented the new edition of the Investment Guide in the Hydrocarbon sector - Peru 2018/2019, which was prepared with the valuable support of the Ministry of Foreign Relations, the Ministry of Energy and Mines, Perupetro and ProInversion.

This is the fifth edition and it is distinguished to be the unique in its nature and contents. It covers aspects that are of crucial importance for the investors. The edition is completely in English.

The most important subjects that include this Guide are the macroeconomic variables of the country, the conditions for the investment promotion, the international and free trade existing

treatments. Also it mentions subjects about how to start a business in Peru, the importance of the hydrocarbon sector (contribution to the country's energy matrix, growth potential, etc), the legal and tax legislation of said sector, as well as labor subjects and the main accounting standards to be considered.

In this new edition, besides the “prior consultation” in the extractive sector, the environmental obligations are developed the ones that must be met in this industry. In that sense, a section about regulations and instruments of environmental management is included, the one that must take into consideration for the hydrocarbon projects. Also it is referred to the anti-corruption instruments decreed in recent years in Peru.

As long as the commissioning of the Camisea Gas in Peru has experienced a significant change in its energy matrix, it refers to some aspects of the power sector with special emphasis in ther-

moelectric projects of natural gas (gas to power) and general notes about renewable energies.

Finally, some comments regarding the use of new technologies in the energy sector are included. Even though in the power sector the startups and the electric vehicles are the upward trend, disruptive technologies operate on a transverse mode in all energy industry. Indeed, new technologies such as artificial intelligence, the internet of things and the blockchain are being applied in all the energy industry.

As it appears, this edition secures a more comprehensive approach of the hydrocarbon sector and its contribution to the energy matrix (mainly natural gas), in such a way all the interested people have all the timely and high-quality information ¡We invite you to enjoy its contents!

(*) Leading Partner of Energy in EY Perú

Un acuario exportador

Desde hace cuatro años, Green Fish Aquarium envía peces exóticos al Asia, los Estados Unidos y la Unión Europea.

Según, Luis Tenazoa, gerente de Green Fish Aquarium, Loreto ocupa un lugar importante en lo respecta a captura, cuidado y selección de peces ornamentales, gracias a su ubicación geográfica y su variada fauna. “Estamos rodeados de tres ríos: el Itaya, el Nanay y el Amazonas (...). Todo esto hace que las empresas involucradas se mantengan vigentes. Además, la pesca es parte de la cultura de las comunidades que habitan la región, ya sea para el consumo humano o la tenencia de peces ornamentales”, explica el empresario.

Green Fish Aquarium cuenta con cuatro años en el cuidado, selección y exportación de especies amazónicas de esa región, como carachamas, tetras, pirañas y rayas de río, entre otros. Hasta el mo-



Luis Tenazoa y Víctor Freitas.

mento, han enviado ejemplares al Asia, los Estados Unidos y la Unión Europea.

Tenazoa es socio del negocio junto a

Víctor Freitas. “Nuestra política es mejorar nuestros procesos de producción y tener cada vez más clientes satisfechos”, cuenta el empresario.

Energías limpias y renovables

Clean and renewable energies

La conversión energética, la clave para el desarrollo del futuro.

Power conversion, the key for future development

En el año 2015 se llevaron a cabo acuerdos trascendentes, se firmó el Tratado de París, que marcó un hito dentro de la estrategia global para enfrentar el cambio climático y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Este acuerdo nos lleva, principalmente, a dos líneas de trabajo: frenar la deforestación y diversificar la matriz energética. Esta última es la llamada transición energética, que es una combinación de energías renovables con gas natural.

Poco antes del Tratado de París se había acordado una "Nueva Agenda para el Desarrollo Sostenible", objetivos globales para erradicar la pobreza, asegurar la prosperidad de todos y proteger el planeta a través de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS). Dentro de estos, el objetivo 7 se enfoca en la "Energía Asequible y No Contaminante". Las Naciones Unidas afirmaron su "apoyo a iniciativas que aseguren el acceso universal a los servicios de energía modernos y aumenten el uso de fuentes renovables".

El éxito de los ODS depende de disponer de energías limpias. Se trata de crecer con menores emisiones, ir hacia una economía baja en carbono. Las contribuciones nacionales son un compromiso falso sino no se toma cartas en el asunto. El país perderá competitividad y será más vulnerable. El mundo desarrollado va a exigir la huella de carbono en nuestros productos de exportación. El país puede perder acceso a mercados, no obstante los 22 Tratados de Libre Comercio.

Tenemos gran potencial energético para desarrollar energías renovables no



convencionales. Nuestro potencial eólico tiene un estimado de 22 000 MW de vientos estables (entre 8 y 11 m/s) y un promedio de energía solar de 5.5 kWh/m². Además, un importante potencial en geotermia y bioenergía; así como el equivalente a 2 500 millones de barriles de petróleo en gas natural.

En el país cada región pueda aprovechar diversas fuentes renovables. Las energías renovables no solo son fuentes de energía limpia, también son herramientas que contribuyen a reducir costos y fomentar un crecimiento descentralizado y equilibrado. Debe ser capaz de corregir las inequidades que hoy tenemos, con mejor calidad de servicio e infraestructura.

Gracias al Decreto Legislativo 1002 (2008), las licitaciones por tipo de tecnología renovable han sido el primer paso para empezar a trabajar con energías renovables no convencionales. Tenemos experiencia en generación solar y eólica, los cuales abaratan el costo de la electricidad en el mundo. Podríamos competir con el gas en el sector eléctrico, pero tiene que haber juego limpio. Hay barreras regulatorias que no existen en otros países. No se permite el despacho por bloque horario. La definición arbitraria de potencia restringe a los recursos energéticos renovables (RER). No pueden vender al mercado libre.



Por/By: Pedro Gamio Aita (*)

Además, ya no tiene sentido mantener el subsidio al precio del gas para uso eléctrico, a un precio menor que para otros usos. El gas debe ser usado más donde es más eficiente: uso directo en hogares, transporte e industrias como la petroquímica. Pero insistir en usar más gas para generación eléctrica, significa acelerar la pérdida de nuestras reservas de gas natural.

De otro lado, las licitaciones especiales son necesarias en el sector eléctrico. Existen diferencias con las otras tecnologías renovables, que operan 24 horas. Las pequeñas hidroeléctricas, la bioenergía y la geotermia no pueden salir adelante si no se convoca a subastas especiales por tecnología. Aprendamos de la primera experiencia chilena con Geotermia, la primera turbina significa un costo de 100 dólares MW/h, la segunda 66 dólares MW/h, la tercera estará cerca del costo de la generación con gas natural.

El transporte es la más brutal y cruda muestra de la contaminación, ineficiencia e inseguridad. Debemos masificar el gas natural en transporte, sobre todo en buses, camiones y red ferroviaria. Paradójicamente, está decreciendo su uso en ese mercado. La masificación del gas en el transporte debe ir de la mano, con los pasos iniciales para promover vehículos híbridos y eléctricos.

El Estado tiene el compromiso de incrementar el tope temporal del 5% de participación de las RER, meta fijada para el 2013. En Argentina van del actual 8% de energías renovables a un 20%. Chile, con casi 20%, busca llegar al 90% el 2040. Costa Rica en noviembre del 2017 celebró 300 días con 100% de energías renovables. Tomemos estos ejemplos. Si la operación de las centrales eólicas y solares no fuera confiable, países como Alemania no las tendrían como grandes fuentes de electricidad, dejando de lado la energía nuclear. Pasar del actual 3.8% de aporte en el mercado eléctrico con recursos energéticos no convencionales a por lo menos 20% al 2030 es el gran reto que tenemos como país.

(*) Ex Viceministro de Energía

In 2015 major agreements went into effect, the Paris Treaty was signed, which marked a milestone within the overall strategy to manage the climate change and to reduce the greenhouse gas emissions. This agreement mainly leads us to two lines of work: to restrain the deforestation and to diversify the energy matrix. This last one is called the energy transition that is a combination of renewable energies with natural gas.

Just before the Paris Treaty, a "New Agenda for the Sustainable Development" had been agreed, with global objectives to poverty eradication, to ensure the prosperity everywhere and to protect the planet through the 17 Objectives of the Sustainable Development (ODS). Within these objectives, the objective 7 is focused on the "Cleaner and Affordable Energy". United Nations restate "their support to initiatives that ensure the universal access to modern energy services and increase the use of renewable sources".

The success of the ODS will depend in having clean energies. It is all about growing with minor emissions, to go through a low-carbon economy. National contributions are a false commitment if it doesn't take action on this matter. The country will lose competitiveness and will be more susceptible. The developed world will demand the carbon footprints in our export products. The country can miss access to

markets, notwithstanding the 22 Free Trade Agreements.

We have a big energy potential to develop unconventional renewable energies. Our wind potential has an estimation of 22 000 MW of stable winds (between 8 and 11 m/s) and an average of solar energy of 5.5 kWh/m². Also an important potential in geothermal and bioenergy, as well as the equivalent of 2 500 million of oil barrels in natural gas.

In the country each region can benefit from different renewable sources. These are not only clean energy sources, but also tools that contribute to reduce costs and to promote a decentralized and balanced growth. It should be able to correct the inequities that we have, with major quality of services and infrastructure.

Due to the Legislative Decree 1002 (2008), tenders for type of renewable technology have been the first step to start working with renewable energies and not the standard ones. We have experience in solar and wind generation, which reduce the power energy worldwide. We could compete with gas in power sector, but there has to be a fair play. There are regulatory barriers that do not exist in other countries. The dispatch for hourly block is not permitted. The arbitrary definition of power is restricted to the renewable energy resources (RER). These can not be sold to free market.



Also, it has not sense to keep the subsidy to the gas Price for electric use, to a minor price than for other uses. The gas must be more used where it is more efficient: direct use in households, transportation and industries such as the petrochemical industry.

But to insist in using more gas for power generation, means the acceleration of the loss of our reserves of natural gas.

Moreover, special tenders are necessary in the power sector. There are differences with other renewable technologies that operate 24 hours. The small scale hydroelectric power stations, the bioenergy and the geothermal cannot move forward if no special tenders are called for technology. Let's learn from the first Chilean experience in Geothermal energy, the first turbine represents a cost of 100 dollars MW/h, the second 66 dollars MW/h, the third will be close to the cost of natural gas generation.

Transportation is the most brutal and crude simple of the pollution, inefficiency and insecurity. We must expand the natural gas for transportation, mainly in buses, trucks and railway networks. Paradoxically, its use has decreased in that market. The expansion of the gas in transportation must go hand in hand with the initial steps to promote hybrid and electric vehicles.

The State has the commitment to increase the temporary limit of 5% of participation of the RER, the fixed goal on 2013. In Argentina is going from the actual 8% of renewable energies to a 20%. Chile, with almost 20%, and expects to reach the 90% in 2040. On November 2017, Costa Rica celebrated 300 days with 100% of renewal energies. Let's take these examples. If the operations of solar and wind power plants were not reliable, countries such as Germany would not have great power sources, leaving aside the nuclear energy. Go through the actual 3.8% of contribution in the power market with standard energy resources to at least 20% in 2030 is the great challenge that we have as a country.

(*) Former Vice Ministry of Energy

Maynas, el gran reto

El alcalde de San Juan Bautista, Francisco Sanjurjo, espera llevar progreso a toda su provincia.



Francisco Sanjurjo

Para ser un distrito joven, San Juan Bautista se posiciona año tras año como una de las jurisdicciones más importantes de la provincia de Maynas, en la Región Loreto. Creada en 1999, la historia de esta localidad está cargada de tradición y progreso. Muestra una multiculturalidad que está presente en toda la selva peruana.

Por ese motivo, el trabajo de las autoridades locales ha sido fundamental para darle ese impulso que hoy mantiene movilizadas a toda la población de la zona. Esa es la idea que quiere llevar Francisco Sanjurjo Dávila a toda la provincia, que aspira liderar por los próximos cuatro años.

Su trabajo en el municipio sanjuanino lo llevó, en 2017, a ser nombrado el

quinto burgomaestre más productivo a nivel nacional, reconocido por Sierra y Selva Exportadora. Una importante distinción que, producto de obras que benefician a miles de personas, espera imitar en una futura gestión en Maynas.

Trabajo a largo plazo

Según datos del Ministerio de Economía y Finanzas, hacia el 2009, el distrito de San Juan Bautista presentaba graves problemas. Poco más del 40% de la población era pobre, y de ellos, el 14.7% vivía en pobreza extrema. La ausencia de servicios básicos en los hogares también era alarmante. El 56.2% carecía de servicios higiénicos. Mientras que más del 80% no contaba con agua potable.

Con la llegada de Francisco Sanjurjo al sillón municipal, se crearon múlti-

ples programas sociales que ayudaron a las familias a salir de las difíciles condiciones. Un estudio elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, señala que hacia el 2013 el distrito había reducido su índice de pobreza a 27.9%, convirtiéndose en la tercera localidad con menor índice en este problema, en toda la provincia de Maynas.

Ingeniero agrónomo de profesión, Sanjurjo inició una serie de proyectos para que esta cifra descendiera aún más. Es así como nace el programa "Mujeres Emprendedoras", que brinda trabajo e ingresos a más de 2 500 mujeres sanjuaninas.

También se creó la "Feria Agropecuaria San Juan emprendedor, San Juan competitivo", donde los ciudadanos ofrecen las diversas frutas y verduras que crecen en la zona, y que es una oportunidad para que los artesanos ofrezcan lo mejor de su arte a los turistas o visitantes locales que llegan al lugar.

Durante su gestión en San Juan Bautista, Sanjurjo realizó convenios con diferentes instituciones educativas, de

para motivar la educación en niños y jóvenes. Asimismo, la presencia de programas estatales como Pensión 65, Juntos y Beca 18 también aportaron para el desarrollo del lugar.

"Soy un hombre de trabajo, empresario desde los 16 años. He aprendido que no hay otra forma que producir para vivir. Y producir es trabajar. Eso significa economía. Y si hay economía no habrá problemas como desnutrición, anemia o pobreza extrema", asegura.

Pensando en grande

A sus 67 años, Francisco Sanjurjo Dávila busca un reto mayor: llevar prosperidad a los 11 distritos de la provincia de Maynas, algunos con pobreza extrema. Los casos más urgentes de atender son los de Las Amazonas y Torres Causana, donde más de la mitad de la población vive en esas condiciones.

De acuerdo con el Ministerio de Salud, en distritos de Maynas la desnutrición crónica en menores de 5 años supera el 30%. Entre ellos se encuentran Torres Causana (41%), Mazán (38.6%), Alto Nanay (36.3%), Napo (35.6%) y Las Amazonas (33.8%).

En algunas localidades, el índice de niños menores de 5 años que padecen anemia supera el 60%. Ante estas cifras, Sanjurjo Dávila promoverá la construcción de más postas médicas a lo largo de Maynas.

Una manera de fomentar la agroindustria en la región será capacitar a la población sobre la siembra de productos. El alcalde sanjuanino afirma que mucha gente ha dejado de trabajar en ello, razón por la cual se han incrementado algunos problemas económicos y de salud.

De acuerdo con el Mincetur, Loreto capta entre 1 000 y 1 500 turistas al día, siendo el Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada la principal puerta de ingreso. Por eso, Sanjurjo propone un "turismo multicultural", basado en las diferentes etnias amazónicas que se encuentran en el lugar.

"Acabamos de presentar el himno nacional en cocama-cocamilla. Y estamos motivando a otras comunidades a presentar la letra en sus lenguas", sostiene. Junto al Movimiento Esperanza Región Amazónica - MERA, "Pancho" Sanjurjo, como lo conocen en Maynas, promete dar lo mejor para impulsar más a su región.



Buenos aires de amistad

Friendly buenos aires

Perú y Argentina: acuerdos, compromisos de mucha cooperación. | Peru and Argentina: agreements and commitments of good cooperation

Uno de los principales ejes de la política exterior de los actuales gobiernos de Argentina y Perú ha sido dinamizar sus relaciones comerciales. Prueba de esto son los resultados del comercio bilateral entre ambas naciones. En el último año se registró un crecimiento del 27% de las exportaciones hacia Argentina y un incremento del 30% de las importaciones argentinas al Perú.

Para fortalecer estas relaciones, la Cancillería argentina busca un acercamiento con las regiones del interior del Perú. “Tenemos unos lazos muy fuertes de amistad y cooperación. Queremos demostrar que hay un acercamiento a trabajar con todas las regiones, que hay una presencia argentina en todo el país”, señala la embajadora de Argentina en Perú, Ana María Ramírez.

Este acercamiento comenzó en 2017 con las reuniones sostenidas por la embajada argentina con las Cámaras de Comercio de Arequipa, Ayacucho, Trujillo, Cusco y Lima, en las que se acordó, entre otros puntos, la difusión de información sobre las oportunidades comerciales que ofrece ese país a los peruanos.

La embajadora Ramírez menciona, además, la importancia de las misiones comerciales que en el segundo semestre de este año llegarán a Perú, procedentes de Argentina, con el fin de concretar nuevos negocios que beneficien a ambos países. En ese sentido, también resaltó la apertura de la oficina comercial de Perú en Buenos Aires. “Es una demostración clara del interés que el Perú asigna a su relación con Argentina en este ámbito”, enfatiza.



Ana María Ramírez

Turismo y cultura

El gobierno argentino también ha puesto su interés en las relaciones turísticas y culturales con Perú. Por esto es que uno de sus proyectos es la creación de un corredor que una las ciudades de Perú que el libertador José de San Martín recorrió con el objetivo de proclamar su independencia.

“Tenemos un proyecto de hacer un corredor sanmartiniano. Este unirá Pisco, Paracas, Huacho, Huaura y Ayacucho. La Cámara de Comercio de Ayacucho está entusiasmada con esto. Ellos quisieran que Argentina contribuya al desarrollo del turismo rural de esa región”, expresa la embajadora Ramírez.

Asimismo, las conexiones áreas establecidas por diferentes aerolíneas potenciarán aún más el turismo bilateral, sostiene la embajadora. “Perú y Argentina tienen una conexión aérea a través de seis ciudades. Uno puede viajar de Lima a Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Mendoza, Salta y Tucumán. Por eso, en los siguientes meses, realizaremos actividades de difusión turística que darán a conocer las posibilidades que ofrecen esas ciudades”, explica.

El frecuente intercambio académico es otra actividad que evidencia el fortalecimiento de las relaciones culturales. La embajadora destacó el intercambio de alumnos notables entre las universidades de Arequipa y Cusco con las de Córdoba y Tucumán. “Esperamos que estos encuentros, que sirven de puente a los países, sigan afianzando la relación fraternal entre Perú y Argentina”, finaliza la embajadora Ramírez.

One of the main backbones of the foreign policy of the actual governments of Argentina and Peru has been to boost their commercial relationships. A proof of this are the results of the bilateral commerce between both countries. In the last year a growth of 27% of the exports to Argentina and an increase of 30% of the Argentinean imports to Peru have been registered.

To strengthen these relations, the Chancellery of Argentina is searching

an approach with the inland regions of Peru. “We have a very strong relationship of friendship and cooperation. We want to demonstrate that there is an approach to work with all regions, that there is an Argentinean presence in all the country”, said the Ambassador of Argentina in Peru, Ana María Ramírez. This approach started in 2017 with meetings held by the embassy of Argentina with the Chambers of Commerce of Arequipa, Ayacucho, Trujillo, Cusco and Lima, in which the circulation of information about commercial opportunities that offer said country to the Peruvian citizens were agreed, among other points.

The ambassador Ramírez also mentions the importance of the commercial missions that in the second semester of this year will arrive to Peru from Argentina, with the purpose of concrete new businesses that benefit both countries. In this sense, it also mentioned the opening of a commercial office of Peru in Buenos Aires. “This is a clear demonstration of the interest this country has to its relation with Argentina in this subject”, said.

Tourism and culture

The government of Argentina is also interested in the tourist and cultural relations with Peru. For this reason, one of their projects is the creation of a corridor that joins the cities of Peru that the Liberator Jose de San

Martin travelled with the aim to proclaim its Independence.

“We have a project to build a San Martín’s corridor. This will link Pisco, Paracas, Huacho, Huaura and Ayacucho. The Chamber of Commerce of Ayacucho is very enthusiastic with this project. They would like that Argentina contributes in the development of rural tourism in that region”, said Ambassador Ramírez.

Also, the air connections established for different airlines will boost much more the bilateral tourism, mentioned the Ambassador. “Peru and Argentina have an air connection through six cities. One can travel from Lima to Buenos Aires, Rosario, Cordova, Mendoza, Salta and Tucuman. For this purpose, in the following months, we will make activities of tourism promotion to inform about the possibilities that those cities offer”, explained.

The frequent academic exchange is another activity that demonstrates the strengthening of their cultural relationships. The Ambassador highlighted the Exchange of remarkable students among the universities of Arequipa and Cusco with the ones from Cordova and Tucuman. “We hope that these exchanges, which provides a bridge between both countries, maintain reinforcing the fraternal relationship between Peru and Argentina”, concluded Ambassador Ramírez.



IX Sal6n de Cacao y Chocolate

Entre los d1as 19 y 23 de julio se realiz6 la novena versi6n del Sal6n del Cacao y Chocolate, evento en el cual B6lgica fue el primer pa1s invitado de honor.

Los cinco productores de cacao premiados en el XII Concurso Nacional del Cacao de Calidad fueron: La Cooperativa Agraria Norandino-Sector Charanal, la empresa Puma Real, la Cooperativa CEPROAA, Ucayali River Cacao S.A.C. y la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga.

Igualmente, fue escenario de la premiaci6n del IV Concurso Nacional de Chocolate Peruano, coorganizado con la International Chocolate Awards, donde los grandes ganadores, con la medalla de oro, en el apartado Barra sin sabor, categor1a Barra de chocolate de origen negro sin sabor, fueron Cacaosuyo, con su barra Chunchu-Cusco; y Tsinane 75%, elaborado con cacao producido por la Cooperativa Q'ori Warmi, conformado por mujeres ashaninkas del VRAEM.

Otros ganadores del concurso fueron:

- Barras de chocolate de origen negro sin, sabor – alto % (85% +): Oro para Tsinane 100% (* Global coop -Bakau)
- Barras lisas/originales de chocolate negro hechas con az1car alternativo natural: Oro Nutry Body (Peru)
- Barra de Chocolate 70% Cacao Org1nico
- Barras de chocolate de origen con leche, sin sabor (50% +) : Oro para Scrap & Chocolates (Peru)
- Barra de chocolate de leche 51% de La Quemaz6n.
- Barras de chocolate negro con inclusiones o piezas: Oro para Magia Piura (Peru) – Magia Piura 72 Cacao Juice.
- Barras de chocolate con leche con inclusiones o piezas: Oro para Cacaosuyo (Peru) – Banana Maras Salt; y para Magia Piura (Peru) – Magia Piura Milk 50% – L1cuma.
- Barras de chocolate blanco con inclusiones o piezas: Oro para Co-cama (Peru) – Chocolate Blanco con Inclusion de Caf6 Chabela de Neira Caf6 Lab.



Carlos Aquino de Unmuchay.



Caroline Degelin, asistente de Cooperaci6n de la Embajada de B6lgica en Lima.



Eder Alfaro de Chocolater1a Artesanal Amaz6nica.



Leonardo Melgarejo de la Cooperativa Agraria Cafetalera Divisoria Ltda.



Palmira Parihuman de la Cooperativa Ceproaa, Ruth Garc1a productora de Cacao del Ron, Gledis Mirano de Fundaci6n AvSi



Francis Aquino de Makao Peru.



Jonathan Reyna de Kuyay.



Susy Navarro de Helados Willy de Tocache.



J6sica Vilcapoma y Juan Reyna de Galix Tech.



Samir Giha de Cacaosuyo.



Elizabeth G6mez de Nativos Chocolates.



Julio Melgarejo, Claudia Vidaurrazaga, Jane Burns y Alberto Garc1a de La Iberica.



Marleny de Jorge; Dante Poggi de Sierra Exportadora; José Jorge de Chanchamayo Highland Coffee; Bob Gerner de Natural Grocery Company-San Francisco-USA.



César Aguirre de Cooperativa Ceproaa.



Pablo Morales y Ana María Pareja de Amaz.



Yolanda Arrieta, Jaime Noriega, Rusehel Quinteros y Patricia Ramos de Chocolates Orquidea.



Pablo García de Candela Perú.



Bertha Llanos y Martín Iglesias del Minagri.



Rosa María Martínez de Luperza.



Lisi Montoya de Shattell.



Magaly Hualpa de Kontiti.



Gilder Meza, Andrea Mejía y Mellissa Quintanilla del Centro de Innovación del Cacao.



Jesika Urbina de Piscos Claudine y Cecilia Becerra de Licores Piskao.



Iván Salas de Nutry Body, acompañado por sus colaboradores y productores cacaoteros.



Katia Cruz de Dulce Aleli.

Radiografía a los hidrocarburos

Un breve análisis del comportamiento de los hidrocarburos en los últimos años.

Caída en la inversión en hidrocarburos / Fase de exploración y explotación en millones de dólares.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
Exploración	96.40	136.30	251.00	539.10	539.10	747.06	476.90	785.080	438.04	501.70	299.40	46.95	17.07
Explotación	254.90	551.90	855.00	610.80	610.80	576.50	884.00	731.102	812.49	688.01	382.87	287.65	469.79
Total	351.30	688.20	1,106.00	1,149.90	1,149.90	1,323.90	1,360.90	1,516.18	1,250.53	1,189.77	682.28	334.60	486.86

Fuente: Guía de Inversión en Hidrocarburos 2018-2019, Perupetro.

Las inversiones en hidrocarburos en el Perú se han reducido drásticamente a partir del año 2013. El año pasado, la inversión representó apenas la tercera parte del registrado en 2012, año en que se había alcanzado el pico de inversiones.

Encuesta Global del Petróleo 2017 / Ranking de países según el alcance de las barreras de inversión (basado en el puntaje índice compuesto del Instituto Fraser)

	2013	2014	2015	2016	2017
Países					
Argentina - Mendoza	150	108	103	74	56
Argentina - Neuquen	142	99	91	59	45
Argentina - Santa Cruz	143	140	107	86	71
Bolivia	145	153	117	93	96
Brazil - Onshore CC	154	87	66	82	41
Brazil - Offshore CC	114	69	47	65	53
Brazil - Offshore presalt arena	113	102	68	81	65
Colombia	31	59	60	53	47
Ecuador	74	155	121	89	93
Mexico	87	126	82	68	77
Peru	115	79	89	64	58
Venezuela	157	156	125	96	97

Fuente: Guía de Inversión en Hidrocarburos 2018-2019, Instituto Fraser / CC: Contrato de Concesión.

De acuerdo al Encuesta Global del Petróleo 2017 el Perú ha ido mejorando en posiciones en el ranking mundial, por lo que somos atractivos a las inversiones.

Ingresos en hidrocarburos 2007-2017 / En miles de millones de dólares.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
License contracts	791.03	1,132.01	859.12	1,319.57	1,998.33	1,894.75	1,932.66	1,608.19	728.98	627.39	792.06
Service contracts	65.03	85.30	54.10	73.89	1.00	105.03	88.27	85.01	39.96	32.86	36.78
Total	856.03	1,217.31	913.22	1,393.46	1,999.33	1,999.78	2,020.93	1,693.21	768.94	660.25	828.84

Fuente: Guía de Inversión en Hidrocarburos 2018-2019, Perupetro.

*Estimado al 31 de diciembre de 2017

La industria del petróleo y el gas representa una de las principales fuentes de ingresos fiscales, y proviene no solo de las actividades llevadas a cabo en el Proyecto Camisea (Bloques 56 y 88), sino también de las actividades ejecutadas en otros bloques.

EXPO AMAZÓNICA

UCAYALI 2018

09 AL 12
AGOSTO
CAMPO FERIAL
DE YARINACOCHA

PUCALLPA, PERÚ

INTEGRACIÓN
AMAZÓNICA
PERUANA
PARA EL
MUNDO

[ExpoamazonicaPeru](https://www.expoamazonica.com) www.expoamazonica.com

Mayor información: expoamazonicaucayali@gmail.com / comercial@sdn.com.pe / 946574004

ORGANIZA:       

CO-ORGANIZA:         

PATROCINIO:       

COLABORADOR INSTITUCIONAL:      

From a quinoa grain to a superfood used by NASA.

How to achieve that great leap?

We help companies to drive their businesses in the peruvian market, an innovative approach in Assurance, Advisory, Tax and Transactions & Corporate Finance.



The better the question. The better the answer.
The better the world works.

EY

Building a better
working world