

EXPORTAR

ECONOMIA, NEGOCIOS & TURISMO

Año XXII - N° 121 - Edición Internacional
XXII - 121 - International Edition
www.exportar.com.pe



Ucayali generoso

Despensa de alimentos con valor agregado.

A generous Ucayali

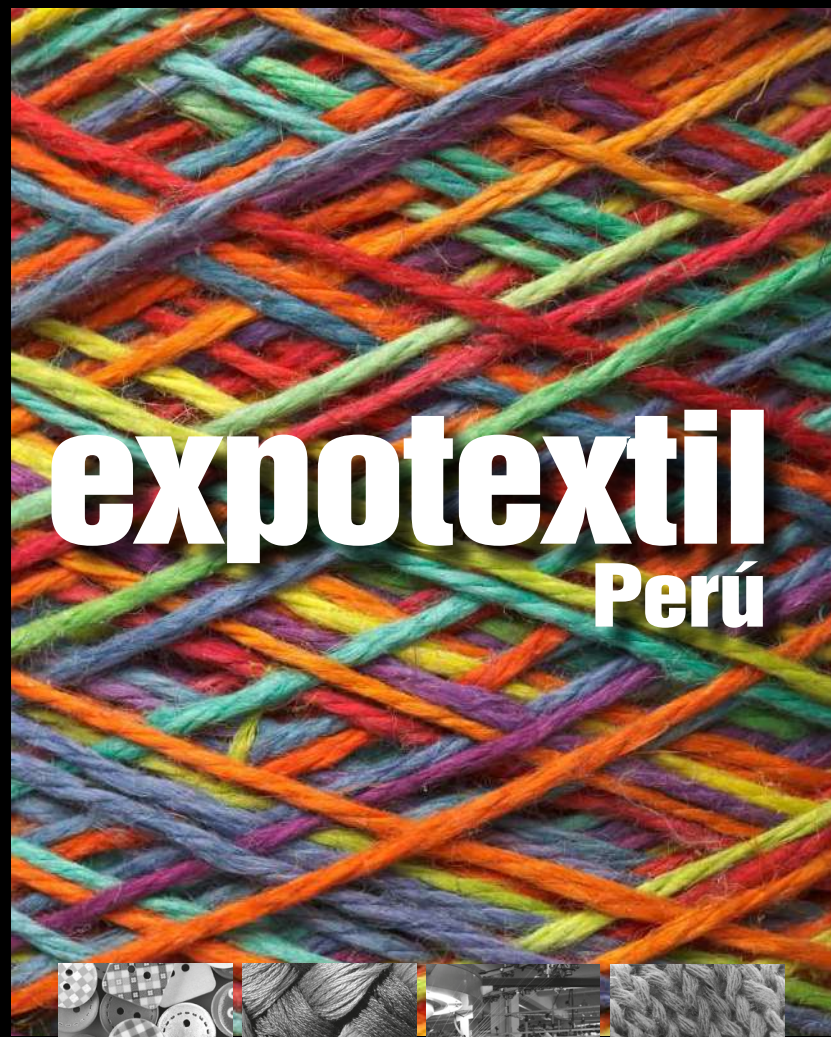
A food pantry with value added



Incluye: Guía Turística
Included: Touristic Guide

- Su majestad el Sacha Inchi
- Destino para invertir
- La alpaca de fiesta
- Your majesty, the Sacha Inchi
- A Destination for the investment
- Alpaca Feast

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



expotextil
Perú



Del 08 al 11, Noviembre 2018
Centro de Exposiciones Jockey

www.expotextilperu.com



La Colonial

FABRICA DE HILOS S.A.

Hilamos Calidad desde 1945





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**





Búscanos en:





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



Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos agrícolas transformados y empaquetados 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






Director / Director
Julio César Llaque Moreno

Editor Periodístico / Journalistic Editor
César Ochoa Chávez

Redactores / Editorial Staff
Diana Aguirre
Pedro Criollo
Harold Obando
Allison Valladolid

Diseño de Carátula / Title Page Design
Piero Pacheco

Diseño y Diagramación / Design and Diagramming
Piero Pacheco

Fotografía / Photography
Luis Cadillo
Florencia Moreno
Segundo Santa Cruz
PromPerú

Corrección / Editing
Estefanía Ayala

Traducción / Translation
Patricia Vallejos

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

Gerente Comercial / Commercial 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
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



6

Su majestad, el Sacha Inchi

Your majesty, the Sacha Inchi

Una semilla oleaginosa que revoluciona el mundo con sus bondades.

An oilseed that revolutionizes the world for its properties.



10



Destino para invertir

A Destination for the investment

Ucayali: el potencial económico de la región y los esfuerzos de sus autoridades por impulsar su desarrollo.

Ucayali: the economic potential of the region and authorities efforts to boost its development.



20

Pulpa de exportación

Export Pulp

Sanshin Amazon Herbal Science tiene una nutritiva oferta de camu-camu y otros alimentos de la Amazonía.

Sanshin Amazon Herbal Science has a nutritional offer of camu-camu and other food from the Amazon region.



22

A tocar madera

Knocking on wood

Alpi es una empresa que busca revalorar la madera de los bosques nativos del Perú.

Alpi is a company that aims to reassess the wood in Peruvian native forests



25



Servicios a la orden

Services to order

Revisamos los casos de éxito más destacados de la pasada edición del Perú Service Summit 2018.

We review the more relevant success cases of the last edition of Peru Service Summit 2018.



32

La alpaca de fiesta

Alpaca Feast

Alpaca Fiesta 2018 reunirá a la industria alpaquera con empresarios de Europa, Asia y América del Norte.

Alpaca Feast 2018 (Alpaca Fiesta 2018) will gather alpaca producers industry with businessmen of Europe, Asia and North America



34

Oportunidades a la vista

In Sight Opportunities

Las OCEX y su importante labor para identificar oportunidades de negocio en los mercados internacionales.

The OCEX (Peruvian Commercial Offices abroad) and their important role to identify business opportunities in international markets.



36

Nuevo tigre asiático

New Asian tiger

Perú y Malasia, por la ruta del comercio bilateral.

Peru and Malaysia on the way to bilateral trade.



Guía turística
Touristic guide

Hacer Click



Alpaca se luce en NYC



La reconocida tienda por departamentos Bergdorf Goodman de Nueva York, considerada como 'La Catedral de la Moda' del mundo, contará durante tres semanas con una selección de prendas elaboradas por cinco diseñadoras peruanas y confeccionadas con nuestra fina fibra de alpaca en un ambiente especialmente acondicionado llamado 'Passport to Peru'. El punto de partida fue la visita de los expertos de Bergdorf Goodman al Perú durante la última edición de Perú Moda, con el objetivo de conocer a nuestros diseñadores y sus propuestas. Tras este encuentro, las diseñadoras Meche Correa, Alessandra Petersen y las marcas Ayni, Escudo y Anntarah (Arequipa) fueron seleccionadas para ser parte de 'Passport To Peru', espacio en el que se venderán las colecciones a través de las diferentes plataformas de la firma neoyorkina. Este proyecto ha sido posible gracias al trabajo en conjunto entre PromPerú y la Oficina Comercial del Perú en el Exterior (OCEX) en Nueva York, en la que se priorizó la promoción de la fibra de alpaca a partir de la oferta de diseño que el país tiene para ofrecer al mundo.

Campeones en turismo



Exitosa fue la participación de Perú en los World Travel Awards Sudamérica, realizado en Guayaquil, uno de los eventos más prestigiosos de la industria de viajes y el turismo. El país recibió cuatro importantes reconocimientos. Perú fue premiado en las siguientes categorías: Mejor Destino Culinario de Sudamérica; Mejor Destino Cultural de Sudamérica; Mejor Atracción Turística de Sudamérica: Machu Picchu. Además, PromPerú obtuvo el galardón a la Mejor Oficina de Turismo de Sudamérica por tercer año consecutivo. "Estos triunfos son una alegría para nosotros, pues evidencian el trabajo articulado entre el sector público y privado, además de poner en valor a nuestro país ante los ojos del mundo", destacó Marisol Acosta, directora de Turismo de PromPerú. Los ganadores de la edición sudamericana competirán en la edición mundial, que se realizará el 1 de diciembre en Portugal y en la que nuestro país está nominado en tres categorías adicionales: Mejor Website de Turismo: Peru.travel, Mejor Destino Verde y Mejor Destino de Vacaciones Cortas 'City Break Destination: Lima'.

Record en exportaciones



El ministro de Comercio Exterior y Turismo, Rogers Valencia, destacó

que las exportaciones peruanas lograrán un récord histórico durante la gestión del presidente de la República, Martín Vizcarra. Esto gracias a la política de apertura de mercados y la promoción comercial que realiza el sector. Al hacer un balance por los primeros 180 días de gestión al mando del Mincetur, el ministro señaló que los envíos al mercado internacional superarían los US\$ 50 mil millones en el 2018, lo que establecería una cifra histórica para el Perú. "A julio del 2018, las exportaciones nacionales bordearon los US\$ 28 mil millones, 18% más que el mismo periodo del 2017. Esto fue impulsado en buena parte por el aumento de las exportaciones no tradicionales de productos como la pota (+65%), los fosfatos (+40%), pelo fino de alpaca (+40%), el mango (+35%) y la uva (34%). Esta cifra es importante y avizora que a fin de año lograremos un récord exportador", indicó.

Millonaria inversión del Minagri



Financiando un monto total de inversión de más de 89.1 millones de soles, el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) viene ejecutando en estos dos últimos años de gestión, 389 proyectos de innovación agropecuaria para potenciar la competitividad de 43 cadenas productivas con fines de exportación. Así lo informó el jefe del Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA), Miguel Barandiarán, durante la feria Expoalimentaria 2018. El funcionario indicó que con este monto total de inversión, el Minagri —a través de un acuerdo entre el INIA y el Banco Mundial— ejecuta

376 proyectos de investigaciones y transferencias de tecnología, beneficiando a 30 729 productores, de las cuales 8 850 son mujeres y 21 879 son varones agrupados en asociaciones, cooperativas y organizaciones agrarias. Los proyectos de inversión están enfocados en potenciar la presencia internacional del aguaymanto, alcachofa, arándano, banano fresco, banano orgánico, berries andinos, cacao, café, caña de azúcar, cerezo, chirimoya, entre otros.

Paiche en Piura



El Ministerio de la Producción (Produce) inició el repoblamiento del paiche en la región Piura, con la entrega de 1 000 alevines de dicho recurso en la reserva de San Lorenzo, ubicada el distrito Las Lomas. En la ceremonia de entrega, el viceministro de Pesca y Acuicultura, Javier Atkins, sostuvo que el objetivo de esta acción es el restablecimiento de la biomasa del paiche e incremento de la productividad pesquera, en beneficio de la seguridad alimentaria y bienestar de la población del entorno y toda la región piurana. "El paiche es una de las especies más valiosas en la acuicultura, tiene un rápido crecimiento, cada año puede incrementar su peso en 10 kilogramos. Tenemos la certeza que será un recurso importante para la economía de Las Lomas", aseguró. Atkins añadió que en los primeros meses del 2019 se proce-

derá a la entrega de 1 000 alevines más para continuar con el proyecto de repoblamiento. Se debe señalar que el costo del kilo del paiche en el mercado local bordea los S/ 40 y su etapa de madurez se alcanza aproximadamente en el cuarto año de vida.

Colombia invierte en Perú



Las compañías colombianas prevén invertir 2 000 millones de dólares en el Perú entre el 2018 y 2019, adelantó el director ejecutivo del Consejo Empresarial Colombiano en Perú, Luis Fernando Gómez. Refirió que el Perú se ha constituido en uno de los principales destinos para la inversión, y más empresas de su país exploran el mercado peruano para tomar decisiones. "Lo que para el Perú es un problema como el déficit de infraestructura, para nosotros es una oportunidad de inversión. Tenemos anuncios de inversión de 2 000 millones de dólares para este año y para el próximo", declaró a la Agencia Andina. Indicó que hay 300 empresas colombianas establecidas en el Perú, de las cuales unas 120 están afiliadas al gremio que representa. "Los 2 000 millones de dólares se vienen para los sectores de infraestructura, electricidad, transmisión, hotelería, transporte y cosméticos", precisó. El Perú necesita infraestructura vial mucho más desarrollada, y en eso Colombia es muy buena, también en vivienda social que esté al alcance de los peruanos, tenemos varias empresas colombianas que tienen proyectos", explicó.

ROS WAL
—BUSINESS HOTEL—

Hotel Business

Consultas y Reservas :
reservas@roswalhotel.com
Telf: 044- 423137
Cel: 924488259 / 949172275
RPM: #970060979
WhatsApp 970060979
Av. Victor Larco N° 924
TRUJILLO - PERÚ
www.roswalhotel.com

AMAK
IQUITOS

10% dscto.
para lectores
de EXPORTAR

iMagia en la Selva!
3D/2N \$250 +1 niño gratis

- * Tarifa por persona en base a cabaña doble, triple y cuadruple.
- * 1 niño hasta 5 años GRATIS, acompañado por 2 adultos.
- * Tarifa especial para niños de 6 a 12 años \$ 175 o S/ 578 (Mínimo 2 adultos).
- * Aplica para ingresos de setiembre a noviembre 2018.
- * No incluye bebidas, gastos extras y tickets aéreos.

954 716 511
reservas@amakperu.com / www.amak4rent.com



Su majestad, el Sacha Inchi

Your majesty, the Sacha Inchi

Una semilla oleaginosa que revoluciona el mundo con sus bondades. An oilseed that revolutionizes the world for its properties.



José Anaya Yabar



José Anaya Yabar es un empresario e investigador de alimentos funcionales de la Amazonía. Es pionero en las investigaciones sobre el sachá inchi (*Plukenetia volubilis* L), una semilla oleaginosa con múltiples propiedades. Anaya es fundador de la empresa Agroindustrias Amazónicas, productora del aceite extravirgen Inca Inchi, ganador de varias medallas de oro por su calidad. En esta entrevista nos relata el origen y los resultados exitosos que ha tenido la industria del aceite de esta semilla. Un éxito que proviene de las propiedades del producto, pero también del esfuerzo de quienes decidieron investigarla para promover su cultivo y procesamiento.

El aceite Inca Inchi ha obtenido los máximos reconocimientos internacionales en los certámenes en los que ha participado. ¿Cómo empezó todo?

El sachá inchi era usado hace miles de años en la Amazonía. Las comunidades nativas la consideraban fuente de energía. Con el paso de los siglos llegó a ser conocido por los incas como atestiguan las cerámicas precolombinas. Inchi significa semilla; y Sacha, monte. En 1978 el biólogo César Valles Panduro comenzó a estudiarla desde el punto de vista botánico. Continuó investigando y se convirtió en socio fundador de Agroindustrias Amazónicas.

Uno de los nutrientes fundamentales del sachá inchi es el Omega 3....

Al inicio no sabíamos si tenía, así que investigué con ayuda de dos universidades extranjeras. Tras ello se confirmó que el sachá inchi contenía altos índices de Omega 3. A esto se suma que era alto en antioxidantes y en proteínas.

Es un alimento superior, hablemos de su composición y ventajas.

La quinua de los Andes, el trigo de Europa, el arroz de Asia, por ejemplo, tienen 14% de proteína. El sachá inchi tiene 65%. Su proteína tiene altísima digestibilidad. La soya, la primera oleaginosa del mundo, solo alcanza el 42% una vez extraído el aceite. Algo muy importante: una de las ventajas

del sachá inchi es que empieza a producir a los ocho meses. No se tiene que esperar tres años, como el cacao. El sachá inchi se cosecha 2 o 3 veces al mes. Desde el punto de vista social, económico, tradicional y ecológico es muy superior.

Para lograr este avance, usted dice que tuvo que convencer a los agricultores para continuar...

Desde luego, fue difícil. A los agricultores muchas empresas y ONGs les habían decepcionado. Era un denominador común. Había poca gente interesada, resultó difícil convencerlos. Se trababa de un cultivo que nadie conocía. Les compramos toda su cosecha, había que cumplir la palabra. La cosecha se usó para experimentar. Con esa poca semilla se trabajó la parte industrial, para diseñar las máquinas. El 50% de las máquinas fue diseñado por nosotros mismos. El 2004 extraíamos el aceite. Al hacer pequeñas exportaciones logramos la primera medalla de oro con Inca Inchi. En 2005 el sachá inchi fue declarado Patrimonio Natural de la Nación.

¿Lo considera un éxito personal?

Este éxito no lo vinculo a mí porque no lo hago solo. Muchos se esfuerzan. Yo desperté el interés de muchas personas. Todos tenemos una habilidad, la mía fue convencer, buscar los elementos convincentes de este producto. El producto convence. El chef Gastón Acurio comenzó a utilizarlo, en el extranjero también. Están comenzado a consumir, ahora se ha logrado más.

¿Cómo ingresaron a Europa?

Tenemos el caso de la semilla tostada. Todo alimento que no se ha consumido hasta 1997 es alimento nuevo para la Unión Europea, así se haya producido allá. Como nunca nadie había llevado sachá inchi era un producto nuevo. Nos costó ocho años ingresar. Agroindustrias Amazónicas abrió el mercado europeo para el sachá inchi. Paralelamente el gobierno y la cooperación internacional también lo intentaban. Nosotros, como empresa privada, en alianza con una empresa francesa, lo logramos en diciembre de 2012. Final-

mente se borró de la lista de los alimentos nuevos. De otro lado, desde el 2004 vendemos aceite de sacha inchi para cosmética y alimentación.

¿Cómo han evolucionado los mercados y las empresas peruanas en el negocio?

Nuestra marca Inca Inchi se conoce bien, es prestigiosa, conocida en los mejores mercados debido a su calidad. Si bien hay muchas empresas en Perú y en el extranjero nosotros somos calidad y hacemos investigación permanente. Investigamos la semilla por dieciocho años, con antecedentes de más de veinte. Ahora bien, tenemos varios productos que vamos a lanzar. Hay que ser cuidadosos y prudentes. En los próximos 2 o 3 años vamos a tener una calidad que definitivamente será superior. En cuanto a ventas, hemos tenido en los 2 últimos años un impulso muy grande.

¿La producción y el consumo se han masificado?

Es cierto. Han surgido empresas en Perú. En 2013 Digesa había registrado 215, sin embargo, las productoras no llegaban a veinte. Las demás eran empresas comercializadoras. El producto tiene éxito, nosotros estamos satisfechos con el avance. El mercado mundial es grande. Los mejores mercados son la Unión Europea, Estados Unidos, Suiza, México, Canadá, China y Japón. El Perú no puede solo. En cuanto a productos, el sacha inchi tiene tres competidores, la linaza, la chía y la perilla. El sacha inchi es superior a todas. Tiene antioxidantes más duraderos.

¿Le parece bien dictar normas para proteger un producto oriundo?

Allí existe un concepto equivocado de agricultores, empresarios y funcionarios. Vivimos en un mundo globalizado, es difícil impedir la circulación de bienes, materiales y conocimiento. Es imposible. La mejor protección es hacer investigación y ser los mejores. Cuando hay eso nada impide que tengamos las mejores oportunidades. Debemos ver que el Perú tiene ventajas. Por ejemplo, Canadá no tiene tantos climas como el Perú, que es más privilegiado. Esa es la ventaja que tene-

mos que sacar. No promover una ley de restricción.

¿Qué ventajas competitivas debemos aprovechar?

En China producen maca pero su composición no es tan buena como el producto en su clima natural. Otro ejemplo. Algunas empresas producen quinua en la costa. Eso me parece ambición, optan por la cantidad, pero en cuanto a valor nutricional no destacan. En cambio, lo producido en la altura sí tiene valor. Ante el estrés de la altura, calor y demás la planta genera respuesta natural para defenderse. De allí provienen los nutrientes. Nuestros suelos y climas nos dan esa ventaja. No hagamos cultivos importados como la palma aceitera. Los productos de Brasil son inferiores porque la selva peruana es más alta. Hay que aprovechar los nevados, las quebradas, valles... Tenemos 84 climas y microclimas, ahí radica nuestra riqueza. Podemos competir con los chinos o con cualquier otro país. Concentrémonos en hacer bien lo que nos corresponde.

Jose Anaya Yabar is a businessman and functional food researcher of the Amazon region. He is a research leader of the sacha inchi (*Plukenetia volubilis* L) an oilseed with multiple properties. Anaya is also the founder of the company Agroindustrias Amazonicas, producer of the Inca Inchi refined oil, and winner of various gold medals for its quality. In this interview, he explains in detail about the origin and successful outcomes obtained from this seed oil industry. A success that comes from the properties of this product, but also the effort of the people who decided to investigate it to promote its cultivation and processing.

Inca Inchi oil has obtained the maximum international recognition in competitions in which it has participated. How it all began?

Sacha inchi was used thousand of years ago in the Amazon region. Native communities considered it an energy source. Over the cycles, it was used in the ceramic and it was known by the incas. Inchi means seed; and Sacha, mount. That is to say, it is a wild seed. In 1978

the biologist Cesar Valles Panduro started to study this seed from the botanic point of view. He continued investigating and became a founding partner of Agroindustrias Amazonicas.

One of the essential nutrients of the sacha inchi is the Omega 3.....

At the beginning we did not if it had, so we investigated with the support of two foreign universities. After that it was confirmed that the sacha inchi contains high levels of Omega 3. A further consideration is that it was high in antioxidants and proteins.

It is a superior food, let's talk about its composition and advantages.

For example, the quinoa of the Andes, the wheat of Europe, the rice of Asia have a 14% of protein. The sacha inchi has 48% with a protein of a high digestibility. The soy, the first oleaginous of the world, only reaches the 42%, once extracted the oil. Something very important: One of the advantages of the sacha inchi is that it starts to produce after 8 months. It does need to wait three years, as the cocoa. The sacha inchi reaps 2 or 3 times a month. It is very superior from the social, economic, traditional and ecological point of view.

To obtain this progress, you say that you had to convince the farmers to continue ...

Of course, it was difficult. Many companies and NGOs had disappointed them. This was a common denominator. There were few people interested, it was hard to convince them. It was a crop that nobody knew. We bought all their harvest, we had to fulfill the word. The harvest was used for experiment. With that little seed, we worked the industrial part to design the machines. The 50% of the machines were designed by ourselves. On 2004 we extracted the oil. When making little exports, we obtained the first gold medal with Inca Inchi. On 2005, the sacha inchi was declared Natural Heritage of the Nation.

Do you consider this a personal success?

I do not associate this success to myself because I do not work alone. Many people work hard. I awoke the interest

of many people. All have a skill, mine was to convince, find the convincing elements of this product. The product convinces. Chef Gaston Acurio started using it, also abroad. People are starting to use it, now much has been achieved.

How did you enter this product to Europe?

We have the case of the toasted seed. For European Union, every food not consumed until 1997 is considered a new food. As nobody had exported sacha inchi, it was a new product. It has taken eight years to enter. Agroindustrias Amazonias opened the European market to the sacha inchi. Meanwhile, the government and the international cooperation also tried to do it. We, as a private company, in alliance with a French company achieved it on December 2012. Finally, this product was struck off the list of new food. Furthermore, since 2004 we sold sacha inchi oil for cosmetics use. Since 2013 we export it for food.

How both markets and Peruvian companies have grown in the business?

Our trademark is well-known, it is prestigious, known in the best markets for its quality. Even though there are many companies in Peru and abroad, we are quality and we make a permanent research. We investigated the seed for eighteen years, with a background

of more than 20 years. Meanwhile we have various products that we are going to launch. We have to be careful and prudent. In the next 2 or 3 years we are going to have a quality that will be definitely superior. At what regards the sales, we have had a huge boost in the 2 last years.

Production and Consumption have massively increased?

It is true. Companies in Peru have emerged. The General Direction of Agricultural Services (Digesa) has registered 215, however, the number of producers do not reach 20. The rest are trading companies. The product has success, we are satisfied with the process. World market is big. The best markets are Europe Union, United States, Switzerland, Mexico, Canada, China and Japan. Peru cannot alone. Regarding the products, sacha inchi has three competitors: linseed, chia, and perilla. Sacha inchi is superior to all of them. It has more lasting antioxidants.

¿Do you agree to issue rules to protect a homegrown product?

It exists a wrong concept from the farmers, businessmen and officers there. We live in a global world, it is difficult to prevent the circulation of goods, materials and knowledge. It is impossible.

The best protection is to do research and to be the best. When that occurs, nothing will stop us to have the best opportunities. We have to see that Peru has advantages. For example, Canada does not have so many climates than Peru, it is most privileged. We have to take advantage of that. Do not promote a restraint act.

What advantages do we have to benefit?

Maca is produced in China but its composition is not good as the product in its natural climate. Another example. Some companies produce quinoa in the coast region. I consider this an ambition, they opt by the quantity, but they do not highlight its nutritional value. In contrast, it has value what is produced in the altitude regions. Face to the altitude stress, heat and the rest conditions, the plant generates a natural response to defend itself. Thereof nutrients come from. Our soils and climates give us that advantage. Do not do imported crops like the oil palm. Products that come from Brazil are inferior because the Peruvian jungle has more altitude. We have to take advantage of the snow peaks, streams, valleys... We have 84 climates and micro-climates, our wealth comes from that condition. We can compete with all Chinese countries or any other country. Let us focus in doing our part right.



Destino para invertir

A Destination for the investment

Ucayali: el potencial económico de la región y los esfuerzos de sus autoridades por impulsar su desarrollo.

Ucayali: the economic potential of the region and authorities efforts to boost its development.



Durante la Expo Amazónica 2018, que se desarrolló el pasado mes de agosto en la ciudad de Pucallpa, se presentó el nuevo plan exportador de la región Ucayali (PERX Ucayali), donde 10 productos fueron priorizados. “Productos como madera y derivados, cacao, café, ajíes, sachá inchi, camu camu y paiche, entre otros, tienen una gran oportunidad de éxito en mercados extranjeros”, sostuvo el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Roger Valencia.

Agregó que, a partir de esta priorización, se realizarían coordinaciones con los sectores público, privado y académico, tanto a nivel nacional como regional, para impulsar las exportaciones de Ucayali.

Productos maderables

Entre todos sus potenciales, Ucayali destaca por tener potencial para la extracción ordenada y sostenible de madera. A contraste de las zonas devastadas por la tala ilegal, bajo un nuevo concepto de trabajo, todas esas zonas podrían ser reforestadas y aprovechadas.

“Existen inversiones para plantaciones forestales con especies muy estudiadas y de rápido crecimiento, que en ocho o quince años pueden impulsar la industrialización de la madera para exportarla a otros países”, indica José Llontop, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ucayali.

Según el empresario, el actual gobier-

no está prestando una mayor atención a esta actividad, pues en años anteriores



José Llontop

se emitieron leyes y resoluciones que frenaron su desarrollo.

Acuicultura y agro

Debido al gran número de espejos de agua y terrenos, en Ucayali se puede invertir en piscigranjas destinadas a la crianza de especies oriundas, como el paiche, el paco, la gamitama y la chara. “La acuicultura genera productos nutritivos no solo para la Amazonía sino para el país y la exportación”, explica Llontop.

Otra actividad con potencial es la agricultura, que viene desarrollándose desde hace algunos años con la producción de cacao, arroz y, en menor escala, especies locales como el camu camu, el aguaje y las hierbas medicinales de los pueblos nativos.

Mayor infraestructura

En cuanto al turismo, gracias al apoyo de PromPerú, importantes cadenas hoteleras, como Costa del Sol y Casa Andina, instalaron sus sedes en Pucallpa. A esto se suman un gran número de atractivos como lagos, lagunas y áreas protegidas.

“Si invertimos en la reforestación de la ciudad y del campo, así como en mejorar la infraestructura hotelera y la seguridad ciudadana, podremos ofrecer un destino maravilloso de turismo tradicional, ecoturismo y turismo de aventura, con un clima cálido todo el año”, sostiene Samuel Dyer Ampudia, presidente del Grupo Pro Ucayali.

Según Dyer existe la necesidad de construir un puerto local y carreteras que unan a los pequeños distritos y caseríos para facilitar el transporte de los productos, ampliar el aeropuerto de Pucallpa y crear un parque industrial.

Ucayali cuenta con ciertas condiciones especiales para este tipo de proyectos, establecidas en la Ley de Promoción de Inversión en la Amazonía, así como algunas compensaciones tributarias, entre ellas, la exoneración del Impuesto Selectivo al Consumo y del Impuesto General a las Ventas aplicado al combustible. Una opción para Dyer y otros ejecutivos es establecer una mancomu-



Samuel Dyer

nidad con otras regiones amazónicas para ejecutar obras de envergadura.

“Un ejemplo sería la construcción de una vía férrea. Este podría acabar su recorrido en la costa de Áncash. Tendríamos un movimiento de personas y bienes para exportar. En mi opinión, Ucayali, Huánuco y Áncash constituyen un centro geopolítico importante”, destaca el empresario.

Esfuerzos locales

En setiembre se instaló la mesa de trabajo de la Comisión Multisectorial e Intergubernamental para el Desarrollo Sostenible de la Amazonía, con el fin de plantear propuestas de desarrollo para la región. El grupo está compuesto por representantes del Estado y del Consejo Interregional Amazónico (CIAM), conformado a su vez por los gobiernos regionales de Huánuco, Amazonas, Loreto, Madre de Dios, San Martín y Ucayali.

En la Expo Amazónica 2018 se lanzó el café Marca Perú y se realizó la degustación más grande de chocolate registrada en el Guinness World Records (797 personas). “Eso va a facilitar el desarrollo de actividades sostenibles y mejorar la calidad de vida de nuestros

pobladores”, explica el gobernador regional, Manuel Gambini.

Sobre el PERX Ucayali, Gambini dice que brindará asistencia técnica y orientación a los productores para acercarlos a los compradores internacionales y se asegurará de que el proceso de negociación tenga el efecto esperado.

During the Expo Amazonica 2018 (2018 Amazon Fair), that took place last august in Pucallpa city, the new export plan for Ucayali Region (PERX Ucayali) was presented where 10 products were prioritized. “Products such as wood and its derivatives, cocoa, coffee, chilis, sachá inchi, camu camu and paiche, among others, have a good success opportunity in international markets”, said the Foreign Trade and Tourism Minister, Roger Valencia.

He added that since this prioritization, coordination with public, private and academic sectors will take place, both at national and regional level, in order to boost Ucayali exports.

Timber Products

Among all its potentials, Ucayali highlights in having a potential for the orderly and sustainable wood extraction. In contrast to the devastating zo-



Manuel Gambini



join the little districts and farmhouses to facilitate the transportation of the products, to expand Pucallpa airport and to create an industrial park.

Ucayali has certain special conditions for this type of projects, established in the Law for the Investment Promotion Act in the Amazon region, as well as some tax compensations among them, the exemption of the Selective Consumption Tax and the General Sales Tax applied for the fuel. An option for Dyer and other executives is to establish an association with other Amazon regions to execute great scale projects.

“An example could be the construction of a railway. Its trip could finish in the coast of Ancash. We would have a movement of people and products for exportation. In my opinion, Ucayali, Huanuco and Ancash constitutes an important geopolitical center”, said the businessman.

Local efforts

A work table of the Multi-sectorial and Intergovernmental Commission for the Sustainable Development of the Amazon was established in September with the aim to present proposals for the development of the region. The group is composed of representatives from the State and Interregional Amazon Council (CIAM), and in turn it is formed by regional governments of Huanuco, Amazonas, Loreto, Madre de Dios, San Martin and Ucayali.

In the Expo Amazonica 2018 (2018 Amazon Expo Fair) the coffee Marca Peru (Trademark Peru) was launched and the greatest chocolate tasting registered in Guinness World Records (797 people) took place. “That will facilitate the development of sustainable activities and improve the life quality of our inhabitants”, explained the regional governor, Manuel Gambini.

Regarding the PERX Ucayali, Gambini said that technical assistance and guidance to the producers to approach to the international buyers and will ensure that the negotiation process has the expected result.

nes for the illegal logging, under a new work concept, all those zones could be reforested and exploited.

“There are investments for forest plantations with very studied and of fast-growth species, that in eight or fifteen years could boost wood industrialization to be exported to other countries”, said Jose Llontop, president of the Chamber of Commerce, Industry and Tourism of Ucayali.

According to the businessman, the actual government is paying more attention to this activity, because in past years, laws and resolutions that decelerate its development were issued.

Aquaculture and Agro

Due to a great number of water mirrors and grounds in Ucayali, it can invest in fish farms for the breeding of native species, such as paiche, paco, gamitama and chara. “The aquaculture generates nutritive products not only for the Amazon region but for the country and for exportation”, explained Llontop. Another activity with potential is the

agriculture, that is being developed since some years with the production of cocoa, rice and in minor scale, local species like the camu camu, aguaje and medicinal herbs from the native towns.

More facilities

At what regards the tourism, and thanks to the support of PromPeru, important hotel chains, such as Costa del Sol and Casa Andina, established their headquarters in Pucallpa. This is in addition to the great number of tourism attractions such as the lakes, lagoons and protected areas.

“If we invest in the reforestation of the city and the field, as well as to improve the hotel infrastructure and in city security, we can offer a wonderful traditional tourism destination, ecotourism and adventure tourism, with a warm climate throughout the year”, said Samuel Dyer Ampudia, Grupo Pro Ucayali president.

According to Dyer, there is the need to construct a local port and highways that

Desarrollamos productos de alta calidad con materia prima de la Región Ucayali

- Chocolate para taza
- Coberturas de chocolate
- Ají charapita
- Piña en rodajas en almibar
- Macerado de huito
- Néctar de mandarina
- Licor de mandarina
- Ron de caña de azúcar
- Aguardiente de caña de azúcar
- Maíz amarillo duro
- Alimentos balanceados para aves, porcinos, peces y camarones.





Carretera Federico Basadre Km. 50.5, Distrito Campo Verde,
Provincia Coronel Portillo, Región Ucayali - Perú
Teléfonos: (51-61) 632650 / 969 369 045 / 966 799 031
jmucayali@jmludafa.com.pe

9na FERIA INTERNACIONAL DE TECNOLOGÍAS PARA LA AGRICULTURA, AGROINDUSTRIA Y AGROEXPORTACIÓN

Trujillo - Perú

TECNOAGRO

TECNOLOGÍAS QUE EVOLUCIONAN EL FUTURO DEL AGRO PERUANO

25-27 OCTUBRE 2018

CAMPUS TECSUP NORTE / TRUJILLO - PERÚ

www.tecnoagroperu.com.pe

REGÍSTRESE EN WWW.TECNOAGROPERU.COM.PE
¡Agilice ahora su ingreso a la feria, es rápido, fácil y gratuito!

ORGANIZA:

ALIADO ESTRATÉGICO:

SEDE:

DIARIO OFICIAL:

HOTEL OFICIAL:

Con la marca Ucayali

La Expo Amazónica 2018 superó las expectativas.

Ucayali se llevó las palmas por la organización de la Expo Amazónica 2018. En su octava edición realizada en agosto último, se lanzó la marca “Cafés del Perú”, un sello que llevarán todos los cafés producidos en el país. Esta marca no solo pone en vitrina al café peruano, sino que muestra que el Perú es un país cafetalero.

En la Expo Amazónica 2018 se batió el Record Guinness a la mayor degustación de chocolate del mundo. Este reto fue promovido para posicionar al cacao ucayalino. A pesar de que fue un día lluvioso, los ciudadanos salieron a las calles, quedando en evidencia el afán de colaborar y la unión que existe entre los pobladores.

También se batieron records de inversión y visitas, las cuales superaron las expectativas. “Pensamos que llegaríamos a los 85 millones de soles pero alcanzamos los 90 millones de dólares”, cuenta Manuel Gambini, gobernador regional de Ucayali. “Esta alza también se ha visto en la participación del público. Se contaba con la presencia de 40 mil asistentes pero se llegó a 70 mil”.

La Expo Amazónica, que se lleva a cabo una vez al año de manera itinerante, es una iniciativa del Consejo Interregional Amazónico (CIAM). “Lo que se busca es posicionar a la región. Contamos con un sinnúmero de recursos. El mercado internacional ha empezado a poner los ojos en la Amazonia y esto va a facilitar enormemente el desarrollo de las actividades sostenibles”.

En la feria se promovió el uso de utensilios biodegradables elaborados con resinas de plantas amazónicas. Esta iniciativa reflejó el compromiso de los organizadores con el medio ambiente.

“Se busca, de algún modo, resarcir el daño ambiental. Las comunidades na-



Manuel Gambini

tivas cuidan mucho sus bosques. Esta es una forma de colaborar”, sostiene el gobernador regional.

Cuenta además que se ha trabajado en un plan estratégico con funcionarios del gobierno regional y con la ayuda



del Ministerio del Comercio Exterior y Turismo. En este plan brinda a los productores asistencia técnica, orientación y ayuda para contactarse con compradores del exterior.

Ucayali espera que los gobiernos locales y regionales se articulen con el sector privado para obtener mejores resultados.

Con el plan se quiere evitar que los intermediarios sean los que tengan el control sobre los precios del producto.

Con el servicio agregado de asistencia técnica que se brindará, quedará garantizado el negocio de la exportación. “Primero vender el grano de cacao y luego el chocolate, esa es la estrategia”, dice Gambini.

“Queremos convertirnos en grandes exportadores de cacao. Suiza es el primer vendedor de chocolate en el mundo y no cuentan con ni una sola planta de cacao. Nosotros no podremos ser los grandes vendedores de chocolate, pero sí podemos ser los grandes vendedores de cacao”.

Después de 4 años de experiencia exitosa, el gobernador regional de



La Nueva Lima será una moderna ciudad de 700 hectáreas, con lotes de 500 m², rodeado de extensas áreas verdes y cerca de lagunas artificiales. Se ubicará en el kilómetro 120 de la Panamericana Sur. La ciudad tendrá tecnologías de smart houses y smart cities.

Con su construcción se busca introducir un nuevo concepto de ciudad, al complementar los desarrollos inmobiliarios con oferta comercial, industrial, empresarial y educativa, pero todo de manera ecológica.

“Hace dos años iniciamos este sueño. Una ciudad planificada, inteligente, ecológica, segura, limpia, moderna, tecnológica, donde los ciudadanos realmente se sientan identificados”, dice Claudio Zolla Suárez, Presidente y Fundador de Corporación Zolla, empresa a cargo del proyecto.

Todas las prestaciones que tendrá La Nueva Lima han sido planificadas al detalle: cerca de las casas habrán cafeterías, panaderías, heladerías, venta de frutas y hortalizas, zona gourmet, farmacia, tienda de modas, sastrería, ferretería, lavandería y lugares de comida.

Ciudad de película

La Nueva Lima, la primera ciudad tecnocológica del Perú.



Claudio Zolla

No necesitará salir de la ciudad para disfrutar de una vida plena, tanto en el aspecto familiar como laboral.

Tendrá un moderno boulevard comercial que brindará seguridad, buen ambiente, comodidad, excelente servicio, restaurantes, patio de comidas, juegos para niños, cines, teatros y una variada gama de tiendas reconocidas. Además, se construirá un flamante centro financiero y empresarial, además de universidades.

En La Nueva Lima se construirá la primera “Rest Area” del Perú, que consistirá en una moderna estación de servicio para automóviles y buses, con restaurantes, tiendas, juegos para niños. Será un lugar seguro para salir de la carretera, descansar o realizar otras tareas, contará con espacios modernos e inteligentes de relax y descanso.

El proyecto avanza

En el primer trimestre del 2019 se iniciarán las obras de habilitación urbana en la primera etapa del proyecto. Precisamente, el 40% de La Nueva Lima serán áreas verdes y cada lote tendrá 50% de estos espacios. Las casas contarán con un doble suministro de agua. De una saldrá agua potable y de la otra

agua reciclada, para baños y jardines. Los diseños de las casas serán de variados modelos estándares.

“Acabamos de hacernos miembros de la Green Building Council, una asociación internacional que certifica que las edificaciones cumplan con los estándares ecológicos”, subraya Jorge Babarczy Barrera, Gerente de Operaciones y Tecnología de Corporación Zolla.

Por su parte, Zolla Suárez asegura que se invitarán a las principales empresas en tecnología del mundo para instalar una planta de innovación tecnológica. “El empresario local podrá mostrar su startup y la ciudad será el Silicon Valley para América Latina”, indica el empresario.

Recientemente los promotores de La Nueva Lima firmaron un acuerdo con Shapoorji Pallonji, uno de los grupos económicos más grandes del mundo, con más

de 150 años de trayectoria a nivel mundial. Esta empresa construyó muchos de los principales edificios en América del Norte, Europa, Asia, África y Australia.

Esta empresa liderará la elaboración del Master Plan, el cual se desarrollará de manera conjunta con Callison RTKL, uno de los mejores y más prestigiosos estudios arquitectónicos en diseño de ciudades del mundo. “Estamos trayendo lo mejor del mundo a La Nueva Lima”, dice Babarczy.

Recientemente, en La Nueva Lima se inauguró la Alameda del Primer Árbol, un espacio para disfrutar del paisaje, una puesta del sol, caminata o paseo en bicicleta. Al evento asistieron unas 4 000 personas, entre clientes y potenciales compradores.

Como si fuera poco, un equipo técnico pronto partirá a Europa para conocer de cerca algunas grandes innovaciones tecnológicas, como el tren de SkyWay,

con tecnología que permite realizar tendidos de rieles en tiempo récord y a bajos costos.

“En diciembre de 2018 visitaremos el centro de innovación tecnológica más grande de Siemens, en Abu Dhabi. Será una gran oportunidad para apreciar la aplicación de smart cities y smart houses, con todo lo que implica, como internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) y conexiones de internet de alta velocidad”, dice Babarczy.

En enero de 2019, los promotores visitarán el CES en Las Vegas, la feria de tecnología más importante en el mundo, donde buscarán tecnologías de innovación que podrían aplicar en la ciudad.

Más de 1 000 clientes ya han confiado en La Nueva Lima, el proyecto inmobiliario más grande en la historia del Perú, el cual avanza a paso seguro.



Jorge Babarczy



Ya comenzamos a construir esta nueva ciudad

El café de calidad y con rostro social es posible gracias a la Cooperativa Agroindustrial Villa Rica Golden Coffee, una organización de pequeños y medianos cafetaleros que se fundó en octubre del 2012 en el distrito de Villa Rica, provincia de Oxapampa, región Pasco, zona asentada en la ceja de selva y declarada Reserva de Biosfera por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

La cooperativa es un claro ejemplo de trabajo organizado, comercio justo y producción ecoamigable capaz de producir las más exquisitas variedades de café. Agrupa a familias cafetaleras multiculturales, como yaneshas, migrantes andinos y austroalemanes, los cuales pertenecen a las cuencas del Entaz, Eneñas, Paucartambo, Cacazu y Bocaz.

Gracias a esta unión se producen granos en fincas bajo sombra ubicadas entre 1 000 y 1 800 msnm, con personal permanentemente capacitado, quienes se desenvuelven en base a principios cooperativos y democráticos, con responsabilidad social y ambiental.

Villa Rica Golden Coffee cuenta con 457 socios y posee un área de producción de 1 473 hectáreas con un estimado de cosecha de 33 910.47 quintales de café pergamino para la campaña cafetalera 2018. Desde el año 2015 la Cooperativa viene liderando el ranking de exportaciones de café en la Región Pasco, en el año 2017 cerró sus ventas de café con 26 698.20 quintales de café verde, de las cuales 14 349.57 quintales fueron exportados a Alemania y EE.UU. Resultados alcanzados gracias a una gama de servicios prestados al asociado, al desarrollo de una gestión empresarial de formación



Golden Coffee, café de calidad. Golden Coffee, quality coffee

Café para el desarrollo

Coffee for development

Cooperativa Agroindustrial Villa Rica Golden Coffee, una organización social con visión empresarial y productos de alta gama.

Villa Rica Golden Coffee Agro-industrial Cooperative, a social organization with entrepreneurial vision and high quality products.



Paul Quezada, Gerente General
Paúl Quezada, General Manager

de redes que agrupan a productores bajo la denominación de asociación civil o comité, cuyos miembros participan directamente en la empresa cooperativa y al apoyo activo de las instituciones (PNIA, INOVATE, DyA, DRA Villa Rica y Gobierno Regional).

La promoción de sus variedades de café abarca la participación en eventos importantes a nivel nacional e internacional, como Expocafé y Expoalimentaria (Perú), SCAA (Seattle), y Biofach (Alemania). En estas vitrinas se busca nuevos nichos de mercado e identificar más oportunidades y mercados, como el asiático y el resto del mundo.

Productos y visión social

Todas las variedades de café pasan por un exhaustivo control de calidad, por lo que tienen buen rendimiento físico, granos grandes y de buen color. El Origen café Villa Rica es el enamoramiento secreto entre el café y la

fruta silvestre denominada Naranjilla, el resultado de esta unión es un balance perfecto de sus cualidades de buena acidez, excelente aroma y cuerpo medio. El origen Café Pozuzo con plantaciones de café privilegiadas por la Altura (1 600 -1 800 msnm) secados 100% a sol, son dulce, floral con sabor a durazno, posee acidez cítrica, cuerpo medio y post gusto duradero. El origen café Yanasha, un producto especial de la Cooperativa, un café étnico producido por comunidades nativas con fragancias a chocolate y un balance entre acidez y dulzura, con cuerpo cremoso y post gusto agradable. Asimismo, la cooperativa comercializa el café tostado entero y molido.

Los productos cuentan con certificaciones orgánicas y de comercio justo. En esa línea, la cooperativa es líder en la producción de café con un enfoque de prevención y erradicación del trabajo infantil. En diciembre del 2017, obtuvo el primer puesto a la me-

jor práctica laboral, concurso organizado por el Ministerio de Trabajo.

Con todos estos atributos, Villa Rica Golden Coffee se presenta al mundo como un ejemplo de desarrollo sostenible y justo, llevando las mejores muestras del café peruano a los paladares más exigentes del mundo.

Mayor información:

Paúl Quezada, Gerente General
(51-63) 281741 / (51) 995 030 103
Calle Entaz 499, Barrio Industrial, Villa Rica
pquezada@coopvillarica.com
coopvillarica@coopvillarica.com
www.coopvillarica.com

Quality coffee with a social face is possible thanks to Agro-industrial Cooperative Villa Rica Golden Coffee, an organization of small and middle coffee growers that was founded in October 2012 in Villa Rica district, province of Oxapampa, Pasco region, a zone settled in the rainforest and declared Biosphere Reserve by the United Nations Organization for Education, Science, and Culture (UNESCO).

This Cooperative is a clear example of organized work, fair trade, and eco-friendly production capable of producing the most delicious varieties of coffee. It gathers multicultural coffee growers families like the Yaneshas, Andean migrants, and Austro-Germans who belong to the basins of Entaz, Eneñas, Paucartambo, Cacazu, and Bocaz rivers.

Thanks to these joining together fine grains from farms under shadow between one thousand and one thousand eight hundred meters above sea level are produced by permanently trained personnel who work based on cooperative and democratic principles with social and environmental responsibility.

Villa Rica Golden Coffee has four hundred fifty seven partners and has a production area of one thousand four hundred seventy three hectares with a estimated harvest of thirty three thousand nine hundred ten point forty seven quintals of parchment coffee for the 2018 coffee campaign. Since 2015 the Cooperative is leading the coffee exports ranking in Pasco region; in 2017 coffee sales reached twenty six thousand



Paul Gallo, Presidente
Paul Gallo, President

six hundred ninety eight point twenty quintals of green coffee, fourteen thousand three hundred forty nine point fifty seven quintals were exported to Germany and the United States. These results were achieved thanks to a variety of services provided to associates, to associated management to form networks that gather producers under the name of civilian association or committee whose members directly participate in the Cooperative, and to active support of institutions (PNIA, INOVATE, DyA, DRA Villa Rica and Regional Government.)

The promotion of the different kinds of coffee includes participating in important local and international events like Expocafé and Expoalimentaria (Perú), SCAA (Seattle), and Biofach (Germany). In these display cases new market niches are searched, and new opportunities and markets are identified like the Asian one and the rest of the world.

Products and social vision

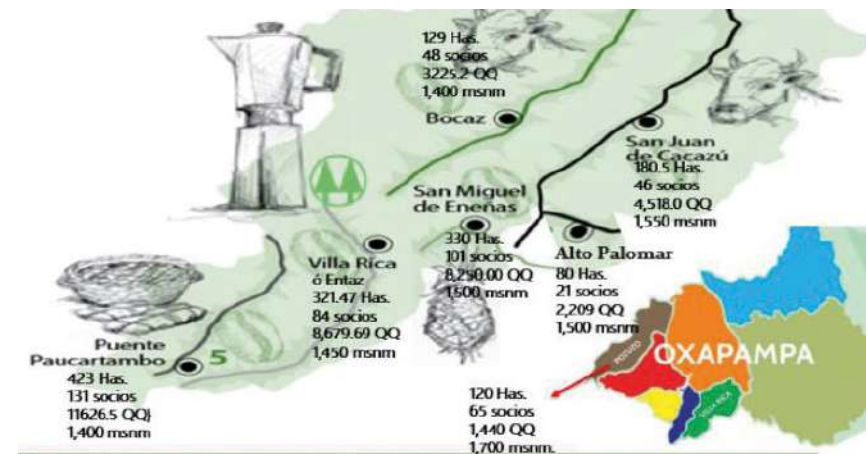
All coffee varieties pass through an exhausting quality control and that is why they have good physical performance, big

grains, and good color. The Origin coffee Villa Rica is the secret falling in love between coffee and a wild fruit called Naranjilla, the result of this mating is a perfect balance of the qualities of good acidity, excellent smell, and medium body. The origin Coffee Pozuzo with privileged coffee plantations by altitude (one thousand six hundred – one thousand eight hundred meters above sea level) dried a hundred percent by the sun, is sweet, floral with peach taste, and has citric acidity, medium body, and long lasting post taste. The origin Coffee Yanasha, a special product of the Cooperative, an ethnic coffee produced by native communities with chocolate fragrances, and a balance between acidity and sweetness, with a creamy body, and agreeable post taste. Likewise, the Cooperative trades whole and ground toasted coffee. The products have organic and fair trade certifications. In that sense, the Cooperative is leader producing coffee with a prevention and eradication of child labor focus. In December 2017, it gained first place to the best labor practice, a contest organized by the Ministry of Labor.

With all these attributes, Villa Rica Golden Coffee introduces itself as an example of sustainable and fair development taking the best samples of Peruvian coffee to the most demanding tastes in the world.

More information

Paúl Quezada, General Manager
(51-63)281741/(51)995030103
490 Entaz Street, Industrial district, Villa Rica
pquezada@coopvillarica.com
coopvillarica@coopvillarica.com
www.coopvillarica.com



Asentada en zona declarada Reserva de Biosfera por la UNESCO. Placed in a zone declared Biosphere Reserve by UNESCO



Fernando Jun

Pulpa de exportación

Export Pulp

Sanshin Amazon Herbal Science tiene una nutritiva oferta de camu-camu y otros alimentos de la Amazonía.

Sanshin Amazon Herbal Science has a nutritional offer of camu-camu and other food from the Amazon region.

Myrcearia dubia, llamado comúnmente camu-camu, es un arbusto nativo de la Amazonía peruana. Se encuentra principalmente a lo largo de los ríos Putumayo, Ucayali y Amazonas y sus afluentes. Los frutos de esta planta contienen una excepcional concentración de vitamina C, además de alto valor nutritivo y medicinal.

Sanshin Amazon Herbal Science es una empresa especializada en el procesamiento natural de productos nativos. Especialmente, en el procesamiento primario (despulpado, envasado y congelado) de camu-camu para el mercado nacional y extranjero. Se fundó en Pucallpa en el 2012 y, tras dos años de preparación, la planta inició operaciones.

“En nuestro proceso de secado retenemos la mayor cantidad de nutrientes y compo-

ponentes, tanto como en su estado natural”, dice Fernando Jun, gerente general de Sanshin Amazon Herbal Science.

Para ello utilizan un proceso de secado por liofilización, que consiste en inyectar frío al producto para sublimar el agua.

Cabe indicar que este proceso se diferencia de otras empresas porque no emplea el secado convencional que inyecta calor para evaporar el agua. “Por ello obtenemos un producto final con altas características nutricionales y sensoriales, como sabor, aroma, color”, resalta Jun.

Inicialmente la planta solo trabajaba con camu-camu, pero como el volumen de producción no cubría la demanda del mercado asiático, se decidió variar y replantear la estrategia e incorporar nuevos productos de la región. Hoy trabajan con

papaya, piña y plátano en sus diferentes variedades, alimentos altamente nutritivos que la región produce en grandes cantidades. “Le damos el valor agregado manteniendo sus características”, acota.

Hoy Sanshin Amazon Herbal Science exporta al mercado asiático, a Japón, Corea del Sur, Singapur, Indonesia, Taiwán, Hong Kong. En la última Expo Amazónica, realizada en Pucallpa en agosto pasado, han tenido reuniones con empresarios de Colombia, Chile, Corea del Sur, Holanda y Sudáfrica. Se sabe que estos países demandan camu-camu liofilizado, un producto que ellos no encuentran con facilidad.

El camu-camu se aplica en la nutraceutica y como suplemento multivitamínico a nivel mundial. En la industria farmacéutica se vende en capsulas y pastillas, como fuente de vitamina C, la cual posee

muchas propiedades benéficas para la salud. De hecho, recientemente investigadores de las universidades de Laval y Quebec de Canadá publicaron un estudio en la revista médica Gut donde dieron a conocer que el camu-camu es efectivo para prevenir la obesidad.

“El camu-camu es una súper fruta de la región, con muchas propiedades. Me gustaría que empecemos consolidando este producto a nivel nacional para después exportar. Actualmente no cumplimos las condiciones para que pueda ser competitivo en el mercado internacional”, indica Jun. Por ello, desde su empresa amazónica, trabaja para revertir esa situación y consolidar una industria del camu-camu capaz de satisfacer la demanda mundial.

Myrcearia dubia, commonly called camu-camu, is a native shrub from the Peruvian Amazon. It is mainly found through the Putumayo, Ucayali and Amazonas rivers and their affluents. The fruits of this plant contain an exceptional concentration of C vitamin, and also a high nutritional and medicinal value.

Sanshin Amazon Herbal Science is an specialized company in the natural processing of native products; mainly in the primary camu-camu processing (pulping, packaging and freezing) for local and international market. This company was founded in Pucallpa on 2012 and the plant started its operation after two years of preparation.

“In our drying process, we retain the greater number of nutrients and components, as much as in its natural state”, said Fernando Jun, general manager of Sanshin Amazon Herbal Science.

To this effect, a drying process by lyophilization, consisting on injecting cold to the product to sublimate the water. However this process is different from other companies because the conventional drying of injecting heat to evaporate water is not used “Thus, we obtain a final product with high nutritional and sensorial features, such as taste, flavor, color” said Jun.



Originally the plant only worked with camu-camu, but as the production volume did not cover the Asian market demand, it was decided to vary and reconsider the strategy and incorporate new products of the region. Actually they work with papaya, pineapple and banana in their different variations, food highly nutritious that the region produce in large quantities. “We give the value added keeping their features”, he added.

Nowadays, Sanshin Amazon Herbal Science exports to the Asian market, to Japan, South Korea, Singapur, Indonesia, Taiwan, Hong Kong. In the last Expo Amazónica (Amazon Fair), that took place in Pucallpa last august, we have had meetings with businessmen of Colombia, Chile, South Korea, Holland and South Africa. It is known that in these countries there is a demand of lyophilized camu-camu, a product they cannot easily find.





Roberto Saveri

A tocar madera

Knocking on wood

Alpi es una empresa que busca revalorar la madera de los bosques nativos del Perú.

Alpi is a company that aims to reassess the wood in Peruvian native forests

Roberto Saveri es gerente general de Alpi Industrias, empresa dedicada al sector forestal.

Tiene 27 años viviendo en nuestro país. Desde su llegada ha recorrido toda la amazonia peruana, empezando por Yurimaguas, Iquitos y Puerto Maldonado, para finalmente instalarse en Pucallpa, donde fundó su compañía.

Alpi trabaja con todas las líneas de producción. Desde la extracción de la madera, pasando por el transporte, has-

ta la transformación y exportación de la misma. Exportan frisas para piso a China, piso machihembrado a Estados Unidos y madera aserrada a México, República Dominicana y Europa.

“Por cada millón de dólares que exportamos generamos 800 puestos de trabajo. Hay que considerar el peso y empuje que tiene esta industria”, señala Saveri. La empresa cuenta con una gran masa laboral, una técnica y otra de mano de obra. En esta última no se exige especialización a los trabajadores. Esto ha

generado numerosos puestos de trabajo para las personas de la región.

“Los que hacen actividades como el monocultivo, ya sea de palma, cacao o café, es distorsionar una zona natural”, agrega. Se ha demostrado que la mejor opción es la conservación productiva. De esta forma, el concesionario no compra el área en cuestión, sino que sigue siendo parte del Estado. Se produce un retorno de bienes. Se trata de un círculo virtuoso en donde se generan puestos de trabajo y movimientos de capital provechosos para el país.

La principal misión de Alpi es impulsar la compra de madera nacional. “Desde hace más de tres años, el Estado está adquiriendo madera importada”, comenta el empresario. “Gran parte de la madera que se distribuye en Villa El Salvador es importada desde Chile, ¿como podemos considerarnos un país productor de madera si le compramos al vecino?”, agrega.

El problema radica en el precio. “El Estado necesita entender que está bien abaratar costos pero existen otras formas de reducir el presupuesto”, explica. Las maderas tropicales superan en calidad a las maderas que provienen de la deforestación por características técnicas. Las primeras poseen mayor durabilidad y una estructura mucho más firme y fuerte. Al contar con madera de mejor nivel, se pueden reducir las dimensiones del material que se requiere para una obra. Mientras más consistente sea, se va a requerir en menor cantidad.

Saveri es también el presidente del Consorcio Exportador de Maderas de Ucayali (CEMU), el cual involucra a empresarios de la región en temas de exportación. Junto a miembros de la Comisión Nacional Forestal (Conafor), que reúne a todas las agrupaciones de la Amazonía, están intentando comprobar que el negocio de la madera puede funcionar de manera responsable y, a su vez, tratar de revertir la mala reputación con la que cuenta el sector forestal en nuestro país.

Roberto Saveri is the general manager of Alpi Industrias, a company dedicated to the forestry sector. He has 27 years living in our country. Since his arrival, he has travelled through all the Peruvian Amazon, starting with Yurimaguas, Iquitos and Puerto Maldonado, and finally settled in Pucallpa where he founded his company.

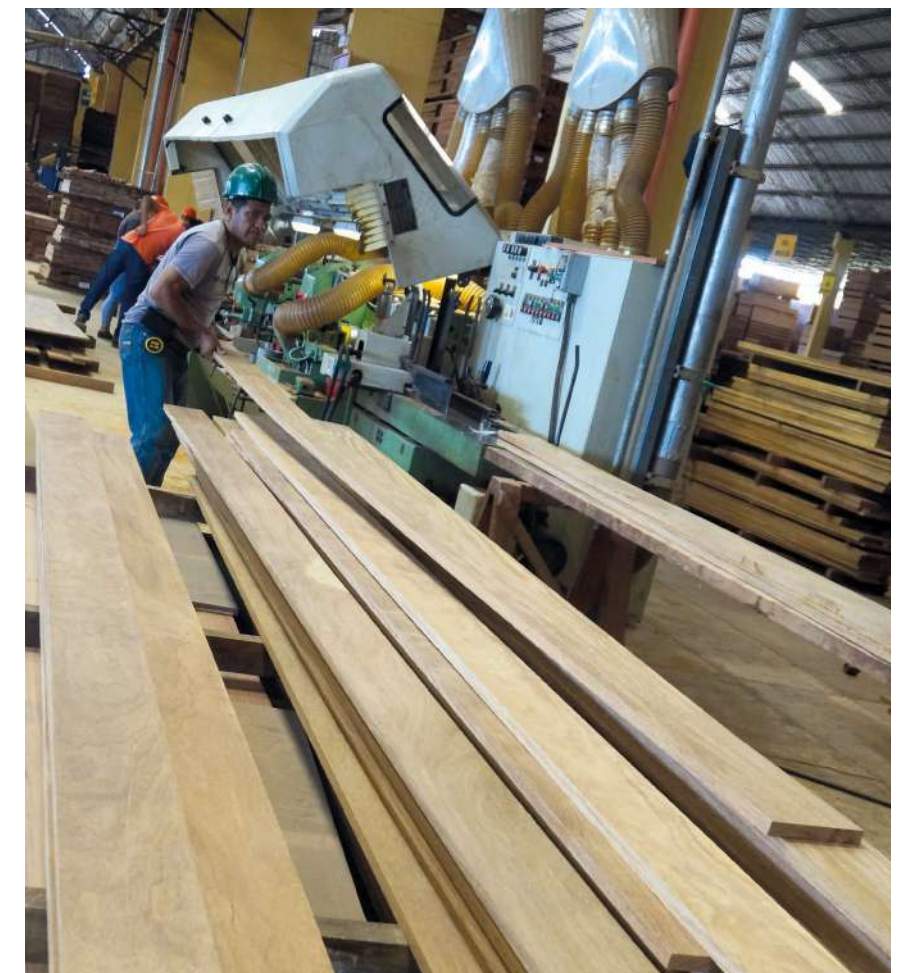
Alpi works with all the production lines. Since wood extraction, passing through transport, until processing and its exportation. They export friezes for floors to China, tongue-and-groove floors to United States and sawn wood to Mexico, Dominican Republic and Europe.

“For each 1 million dollars turnover that we export we generate 800 jobs. It is important to consider the importance and thrust of this industry”, says Saveri. The company has a large labor force, both technical and manpower. In this last one no specialization is

demanding to the employees. This has generated a number of jobs for the people in the region.

“People dedicated to mono-crop activities, such as palm, cocoa or coffee, are distorting a natural zone” he said. It is demonstrated that the best option is the productive conservation. Thus, the dealer doesn’t buy that specific area, but it remains part of the State. A return of the goods is produced. It is about a virtuous circle in which jobs and movement of capital are generated that benefit the country.

The main Alpi mission is to boost the purchasing of national wood. “For more than three years now, the State is acquiring imported wood” comments the businessman. “Great part of the wood that it is distributed in Villa El Salvador is imported from Chile, how can we consider us a wood producing country if we buy it to the neighbor?”, he said.



The problem lies with the price. “The State needs to understand that it is fine to low costs, but there are other ways to reduce the budget”, he explained. Tropical woods exceed in quality those that come from the deforestation for their technical features. The first has a longer durability and a more stable and strong structure. When we have a better wood level, the dimensions of the material that require for the job can be reduced. The more tough, in lesser extent will be required.

Saveri is also president of the Export Consortium of Woods in Ucayali (CEMU), which involves businessmen of the region related to export issues. Together with members of the National Forestry Commission that gather all groupings of the Amazon region, they are trying to prove that the wood business can work in a responsible way, and also trying to reverse the bad reputation the forestry sector has in our country.



De Junín para el mundo

From Junín to the world

La Cooperativa ACPC Pichanaki exporta el mejor café de la selva central. Cooperative ACPC Pichanaki exports the best coffee in the central jungle.

Desde la exuberante selva central del Perú, la Cooperativa ACPC Pichanaki produce exquisitas variedades de café que hoy degustan paladares de todo el mundo. Fundada hace 18 años, la cooperativa trabaja bajo el principio del bienestar social y empresarial de sus socios. No solo apuesta por una caficultura diversificada, rentable y responsable, sino que además cuenta con un equipo idóneo y muestra una preocupación especial por el medio ambiente.

Se trata de una organización sólida, autosostenible y competitiva, cuya producción, industrialización y comercialización de cafés especiales se realiza con una mística especial basada en la calidad. Cuenta con 294 socios que trabajan en más de 2 678 hectáreas en las que se producen las variedades Caturra, Catimor, Buorbon, Typica y Pache.

Gracias a su trabajo estratégico cuenta con las certificaciones Orgánica NOP-UE, Comercio Justo, Rainforest Alliance, café Practices y SPP. Como resultado, exporta sus cafés hacia mercados tan exigentes como Estados Unidos, Inglaterra, Bélgica, Japón, Alemania y Holanda.

Los granos de café de la Cooperativa ACPC Pichanaki, tienen un sabor agradable fresco a toronja, con una acidez cítrica, de cuerpo ligero achocolatado, fragancia a frutas delicadas a cítricos, que se complementan con las características de uniformidad, limpieza y dulzura. De Junín para el mundo...el mejor café.



From the exuberant Perú's central jungle, the Cooperative ACPC Pichanaki produces delicious varieties of coffee that are at present tasted all over the world. Founded eighteen years ago, the Cooperative works under the principle of social and entrepreneurial welfare among their partners. They do not just bet on a diversified, profitable, and responsible coffee growing but they also have an ideal equipment showing special preoccupation about the environment.

It is a solid, auto sustainable, and competitive organization which production, industrialization, and trading of special coffees is done under a particular mystic based on quality. It has two hundred ninety four partners who work two thousand six hundred seventy eight

hectares where the varieties Caturra, Catimos, Buorbon, Typica, and Pache are produced.

Thanks to its strategic work it has organic certifications like NOP-UE, Fair Trade, Rainforest Alliance, coffee Practices and SSP. As a result, they export their coffees to demanding markets like the United States, England, Belgium, Japan, Germany, and the Netherlands.

The coffee grains of the Cooperative ACPC Pichanaki have an agreeable fresh taste like grapefruit with a citric acidity of light chocolate-like body, fragrance of delicate citric fruits that complement the uniformity, cleanliness, and sweetness characteristics. From Junín to the world...the best coffee.

Servicios a la orden

Services to order

Revisamos los casos de éxito más destacados de la pasada edición del Perú Service Summit 2018. We review the more relevant success cases of the last edition of Peru Service Summit 2018.

La reciente edición del Perú Service Summit 2018 reunió lo mejor de la oferta de contenidos y soluciones empresariales del sector de servicios. La última edición se llevó a cabo en agosto y superó las expectativas. “Alcanzamos los US\$ 107.5 millones, pero podría ser mayor pues solo corresponde al 70%”, comenta con entusiasmo David Ederly, Coordinador de Exportación de Servicios de PromPerú.

La sorpresa del evento, que convocó a empresas de 12 países, fue Bolivia. El país del Altiplano ha encontrado en la oferta peruana una afinidad complementaria, a diferencia de otros países de la región.

La mayoría de las empresas que participaron en el Perú Service Summit 2018 se dedican al rubro del software, la minería y la gráfica. No solo están bien capacitadas, sino que también cuentan con todas las licencias internacionales que se requieren.

Dentro de las novedades de este año destaca la participación de empresas que brindan servicios de seguridad ocupacional, lo que resultó atractivo para los visitantes y ha despertado interés del mercado internacional.

Tras el evento Perú Service Summit 2018 se prepara para su edición en México. “Nos motiva mucho llegar con este grupo de empresas debido a que tenemos más de 40 mil peruanos que residen allá, los cuales actuarán como un canal para el desarrollo de compañías nacionales”, agrega el representante de PromPerú.

“El Perú tiene que apuntar a convertirse en un país de servicios. Por



David Ederly

ejemplo, nuestro país es productor de café, pero del 100% de las ganancias que obtiene una tienda estadounidense por la venta de una taza de café, el productor solo recibe un 3%. No podemos ser un país productor y dejar a los campesinos sin oportunidades de crecimiento”, comenta Ederly.

Las empresas más exitosas del sector servicios fueron reconocidas durante el evento. Por ejemplo, se premió el smart watch para niños, desarrollado por una empresa peruana y que pronto entrará al mercado estadounidense.

“Este caso resume todo lo que he venido contando. Como país, tenemos la capacidad de crear”, explica Ederly.

“Hoy el mundo demanda soluciones más que productos o servicios. Este producto es significativo porque resume la capacidad que tenemos de proponer soluciones que sean aceptadas de acuerdo a las necesidades del mercado”, agrega.

Las premiadas

Durante el evento también se realizó un reconocimiento a cinco empresas peruanas que han instalado sucursales en el exterior en el último año. Fue premia-



da La Lucha, representando al sector gastronómico. Esta sanguchería cuenta con 9 años en el mercado, ofreciendo al consumidor productos hechos de modo artesanal.

La Lucha cuenta con locales en Perú (12 en Lima, 3 en Trujillo y 2 en Arequipa) y en el extranjero (Colombia, Bogotá y Chile). César Taboada, gerente general de La Lucha, dice que su pasión por la gastronomía lo ha llevado a expandir su sazón con el restaurante Siete Sopas, la cual ofrece siete sopas emblemáticas del país; Hermanas Ambulantes, especializada en guisos; y República, dedicada a la comida criolla.

Otra empresa premiada fue Visualsoft, orientada al desarrollo de software para telecomunicaciones. “Para nosotros es un orgullo ya que el esfuerzo que hemos realizado ha sido grande.

Actualmente nos encontramos cerrando negocios con Petróleos Mexicanos, una de las petroleras más importantes

del mundo”, comenta Rafael Obregón, gerente comercial de la empresa.

Visualsoft ha sido invitada a participar en el Perú Service Summit que se



César Taboada

realizará en Ciudad de México, donde la empresa ha venido desarrollando importantes y exitosas gestiones para posicionarse.

La también premiada HDC BPO Services, empresa dedicada a brindar servicios de BPO & Contact Center tiene 15 años de trayectoria. “Hemos logrado ir a Ecuador, Chile, Colombia, Argentina y España.

“Nos tomó más de año y medio hacer una investigación de mercado en España. Estamos orgullosos porque pronto inauguraremos nuestra plataforma en dicho país”, comenta José Nuñez, gerente general de HDC.

“Este plan se trabaja con PromPerú. También hemos tenido bastante apoyo por parte de la Embajada de Perú en España”, finaliza.

The recent edition of Peru Service Summit 2018 joined the best of the content and business solutions of the services sector. The last

edition took place in August and exceeded the expectations. “We reached the 107.5 US\$ million, but it could be even greater because it only represents the 70%”, remarked with enthusiasm David Ederly, Service Exports Coordinator of PromPeru.

Bolivia was the surprise of the event that called companies of 12 countries. The country of the Highlands has found in the Peruvian offer a complementary similarity, in contrast with other countries of the region.

Most of the companies that participated in the Peru Service Summit 2018 are dedicated to the software, mining and graphic sector. Not only they are well trained, but also they have all the required international licenses.

Among the new features of this year, participation of companies providing occupational safety highlighted, resulting very attractive for the visitors, awakening the interest of the international market.

After the Peru Service Summit 2018 event, it is prepared for its Mexico edition. “We are motivated to arrive with this group of companies because we have more than 40 thousand Pe-

ruvian citizens that reside there, the ones that will act as a channel for the development of national companies”, mentioned the representative of PromPeru.

“Peru should aim to become a country of services. For example, our country is coffee producer, but the 100% of the profits that an American obtains for the sale of a cup of coffee, the producer only receives a 3%. We cannot be a producing country leaving the farmers without growing opportunities” mentioned Ederly.

The most successful companies of services sector were recognized during the event. For example, the smart watch for kids developed by a Peruvian company was awarded, and it will soon enter to the American market.

“This case summarizes everything that I have been telling about the event. As a country, we have the capacity to create” explained Ederly.

“Actually the world demands solutions more than products or services. This is a significant product because it summarizes the capacity that we have to propose solutions that are accepted according to market needs”, he added.

The awarded companies

During the event, a recognition to five Peruvian companies was also done, the ones that have opened branches abroad in the last year. “La Lucha” was awarded, representing the gastronomic sector. This restaurant offering a variety of sandwiches has 9 years in the market, offering to the consumer products that are made in an artisanal way.

“La Lucha” with establishments in Peru (12 in Lima, 3 in Trujillo and 2 in Arequipa) and abroad (Colombia, Bogotá and Chile). Cesar Taboada, general manager of “La Lucha”, says that his passion for the gastronomy made that he expands his seasoning with “Siete Sopas” restaurant, that offers seven emblematic soups of the country; “Hermanas Ambulantes”, specialized in stews; and “Republica”, offering homemade cuisine.



José Nuñez

Visualsoft was another awarded company, focused on the development of software for telecommunications. “We are proud because it has been a great effort that we have made. Actually we are closing businesses with Petróleos Mexicanos, one of the most important oil companies of the world”, said Rafael Obregon, commercial manager of the company.

Visualsoft has been invited to participate in Peru Service Summit to take place in Mexico City, where the company has been developing important and successful negotiations to be positioned.

HDC BPO Services was also awarded, this company with 15 years of experience is dedicated to provide BPO & Contact Center services “We have obtained to be in Ecuador, Chile, Colombia, Argentina and Spain.

“It took us a year and a half to make a market research in Spain. We are proud because we will soon open our platform in this country”, says Jose Nuñez, general manager of HDC. “This plan has been worked together with PromPeru. We have also had a great support of the Peruvian Embassy in Spain” ended.



Rafael Obregón

Las delicias de Ucayali

Ucayali Delights

JM Ludafa presenta una variada oferta de productos de la selva peruana. JM Ludafa presents a varied offer of Peruvian jungle products.



Juan Montes

En la Amazonía la agricultura intensiva se desarrolla desde hace pocas décadas. Al inicio solo era una actividad de subsistencia. Recientemente, animados por las favorables condiciones climáticas y el fácil acceso al agua, un grupo de empresarios decidió invertir en esta exuberante zona del país.

Uno de ellos es Juan Montes, gerente general de JM Ludafa, empresa poseedora de 1 000 hectáreas destinadas a la siembra y cosecha, además de una planta de procesamiento de alimentos en Pucallpa, región Ucayali, donde trabajan unas trescientas personas.

Montes se instaló hace trece años en esta zona del país. “Hoy los ingenieros agrónomos que trabajan conmigo están convencidos de que la agricultura aquí es muy viable. Hemos sembrado camote, zanahoria, culantro, mandarina, ají charapita, además de un gran número de hortalizas y tomate”, cuenta el ejecutivo.

Productos de calidad

Gracias a su excelente cosecha la empresa también produce néctares combinados de maracuyá y mandarina totalmente naturales. “Tenemos mayor calidad y producción que los cultivos de la costa. Por ellos vamos a apostar

por exprimir maracuyás y mandarinas. Tenemos cien hectáreas de cítricos, el 90% está compuesto por cultivos de mandarina”, cuenta el empresario. A este producto se suma una variedad de café colombiano que JM Ludafa comenzó a sembrar en Pucallpa.

Por otro lado, gracias a su buena y rápida cosecha de tomate, Montes y su equipo pronto lanzarán la marca Tres Montes con una oferta de ketchup, pasta y mermelada. La empresa ya inició las pruebas de algunos de estos productos y compró maquinaria moderna de procesos eficientes, para evi-

tar que el tomate pierda sabor, aroma y coloración.

Además de las especies mencionadas, JM Ludafa produce maíz a gran escala, el cual es procesado y convertido en alimento balanceado. Gracias a un trabajo con el Instituto Veterinario de Investigaciones Tropicales y de Altura de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, abastecen a los ganaderos y acuicultores locales e incluso emplean el alimento procesado en sus propias granjas.

“Con dos kilos de alimento balanceado se produce un kilo de camarón. Con cinco kilos se produce un kilo de pollo. Es un buen negocio porque en Lima el kilo de camarón cuesta cincuenta soles”, explica Montes.

Hace poco JM Ludafa envió a un grupo de trabajadores a Brasil y China para que se nutran de los procesos de plantas de alimentos balanceados con miras a construir una planta en Pucallpa. La empresa también capacita en Perú a parte de su personal de sus sucursales de Bolivia, Ecuador y Colombia, donde además producen leche condensada.

Montes está enfocado en posicionar sus nuevos productos en el mercado de Ucayali, después llegará a las regiones de influencia hasta llegar a Lima, donde espera repotenciar sus ventas gracias a su variada oferta.

For only some decades, intensive agriculture was developed in the Amazon region. At the beginning, it was only a subsistence activity. Recently and encouraged by the favorable weather conditions and the easy access to water, a group of businessmen decided to invest in this incredible zone of the country.

One of those men was Juan Montes, general manager of JM Ludafa, a company owned of 1 000 hectares assigned to the crop and harvest, apart from a feed processing plant in Pucallpa, Ucayali region, where three hundred people work.

Three years ago, Montes was moved in this zone of the country. “Actually the agricultural engineers that work with me are convinced that the agriculture is more viable here. We have sowed sweet potato, carrot, cilantro, tangerine, charapita chili, apart from a great number of vegetables and tomato”, said the businessman.

Quality Products

Thanks to the excellent sow, the company also produces combined fully natural passion fruit and tangerine nectar. “We have higher quality and production than the coast crops. Consequently we are going to opt for squeezing passion fruits and tangerines. We have a hundred hectares of citric, the 90% is composed of tangerine crops”, said the businessman. To this product a variety of Colombian coffee that JM Ludafa started to sow in Pucallpa is joined.

On the other hand, due to its good and fast tomato crop, Montes and his team will launch the trademark Tres Montes soon, with a ketchup, tomato paste and jam offer. The company already started its tests with some of these products and bought modern machinery of efficient processes, in order to avoid that the tomato loses its taste, flavor and coloring.

Besides the above mentioned species, JM Ludafa produces corn on a large scale, the one that is processed and transformed into a balanced feed. Thanks to a joint work with the Veterinary Institute of Tropical and High Altitude Research of the National University of San Marcos, they provide to the local livestock and aquaculture producers and also use the processed feed in their own farms.

“With two kilos of balanced feed, one kilo of shrimp is produced. With five kilos, one kilo of chicken is produced. It is a good business because in Lima one kilo of shrimp costs fifty soles”, said Montes.

Recently JM Ludafa sent a group of workers to Brazil and China to learn about the processes of the balanced feed plants with the aim of building a plant in Pucallpa. The company is also training in Peru a part of its staff from its branches of Bolivia, Ecuador and Colombia, where also condensed milk is produced.

Montes is focused in positioning their new products in Ucayali market, later he will extend to regions of influence until arriving to Lima, where it is expected to boost his sales thanks to his varied offer.





Palmas para un gran aceite

La empresa Olamsa produce aceite de palma de calidad empleando procesos responsables con el medio ambiente.

Oleaginosas Amazónicas S.A. - Olamsa es la empresa pionera de la industria de la palma en el Perú. Está constituida por pequeños productores de la región Ucayali, bajo un modelo asociativo, y se preocupa por el cuidado del medio ambiente, usando materias primas con responsabilidad. Gracias a esta estrategia, Olamsa se ha convertido en la principal productora de aceite de palma a nivel nacional. Sus dos plantas extractoras, ubicadas en Neshuya y Campo Verde, son el pilar de este crecimiento.

“Fueron 300 pequeños productores los que iniciaron el proyecto hace 20 años. Hoy somos 870. Estamos orgullosos de ello”, comenta Nilo Maguiña Vásquez, gerente general de Olamsa.

La empresa funciona como un modelo asociativo de empresa. Del total de productores que la conforman, 700 de ellos se han

convertido en accionistas. Todos participan conjuntamente en la toma de decisiones a través de la Junta General de Accionistas y, además, están asociados al Comité Sindical de Agricultores de Ucayali.

“Hay muchas empresas que están viniendo a Pucallpa y están instalándose en la zona con plantas extractoras. Requerimos de constante preparación para poder competir con ellos”, explica Maguiña Vásquez.

“La industria del aceite de palma es un rubro en crecimiento. Es una alternativa rentable para todas las partes involucradas, por tanto buscamos fortalecer la cadena”, explica Maguiña.

Hoy existen 1 300 productores de palma que dependen de Olamsa. Aunque esta cifra es positiva, la empresa se encuentra en la búsqueda de un mercado donde puedan abrirse camino y posicionar más el palmiste. Este producto, más conoci-

do como aceite de almendra, es un aceite más refinado, orientado hacia el mercado de los cosméticos.

En la construcción de la segunda planta de Olamsa, recientemente inaugurada, se ha invertido cerca de 4 millones de dólares. Hoy su capacidad de producción se amplió de 12 a 30 toneladas de RFF por hora de proceso. Estos equipos son de alta tecnología de proveedores provenientes de Malasia como RAJAWALI SEROJA y MECHMAR BOILERS y RECASINTER de Honduras, ambos países considerados competencia directa en el rubro, ya que se ubican como los primeros productores de aceite de palma en el mundo.

Retos y perspectivas

Es importante señalar que el precio de venta del producto sube y baja constantemente. “En el Perú, la mesa de la Sociedad Nacional de Industrias es la que determina el precio cada mes en función a los

medios internacionales de Malasia e Indonesia”, explica Maguiña. Esta situación impide trabajar en base a un precio fijo.

Para contrarrestar esta inestabilidad se debe duplicar la productividad en los próximos 2 ó 3 años. “Se está dando prioridad a estrategias de motivación al pequeño productor para que puedan aumentar su productividad. Luego de eso, podemos proceder con la propuesta de incremento de áreas de producción”, señala.

Olamsa ha logrado exportar al extranjero entre el 2015 y el 2017 a países como Colombia, Brasil, Chile y Ecuador. Sin embargo, exportar requiere volúmenes que superen las 500 toneladas, pues el traslado es en barco.

Responsables con el ambiente

Es sabido que el aumento de cultivo de palma aceitera se ha convertido en los últimos años en una gran amenaza para la Amazonía peruana. Sin embargo, Olamsa es una empresa responsable que vela por la protección del medio ambiente.

Todos los desechos que produce la empresa son reutilizados, así se contribuye a la disminución de la contaminación. Los residuos son transformados en energía eléctrica y compost. Además, la harina que se produce se dirige a los ganaderos. Esto hace que Olamsa sea una empresa eficiente.

“El negocio de la palma en la actualidad tiene una connotación negativa, tratamos de ser responsables con nuestros procesos de elaboración”, comenta Maguiña. “Hace unas semanas hemos inaugurado dos plantas de tratamiento de residuos líquidos de tal manera que, a través de biodigestores, se genera metano”, agrega.

Esto es beneficioso para la empresa, ya que se genera una reducción de costos y, más importante aún, no habrá vertimiento de aguas residuales industriales que van a parar a las quebradas.

En adición a ello, se han inaugurado dos plantas de compostaje, las cuales están destinadas al reciclaje de los residuos orgánicos mediante un tratamiento biológico que da como resultado un compost o abono orgánico.

“Los residuos sólidos y los lodos que salen de la planta de líquidos son mezcla-



dos con fibra y el compost que se genera retorna a las plantaciones de los socios y de proveedores. Esto se traduce en precios cómodos. Es más accesible para el agricultor, ya que le permite aumentar su productividad”, explica Maguiña.

En ambas plantas laboran jóvenes profesionales de la región, los cuales aportan al desarrollo de la industria en Ucayali. Entre ellos están Iván Tello Reátegui, ingeniero en industrias alimentarias; y Lenin Rafael López, ingeniero mecánico y jefe de planta de Neshuya.

El primero se encarga de asegurar la pro-

ductividad y el correcto funcionamiento de la maquinaria. El segundo, de mantener y verificar los estándares de calidad de los resultados. El mercado es cada vez más exigente y la calidad de los productos es una prioridad.

Cada uno de los productos que de Olamsa cuenta con certificaciones de aceite de materia prima, es decir, libre de contaminantes e impurezas. Esto es posible gracias a que cuentan con un laboratorio moderno, equipos de alta tecnología y un equipo de trabajo altamente capacitado. De esta manera la calidad del producto queda siempre garantizado.



La alpaca de fiesta

Alpaca Feast

Alpaca Fiesta 2018 reunirá a la industria alpaca con empresarios de Europa, Asia y América del Norte.

Alpaca Feast 2018 (Alpaca Fiesta 2018) will gather alpaca producers industry with businessmen of Europe, Asia and North America



El Perú es el principal productor y exportador de fibra de alpaca ya que cuenta con el 85% de la población mundial de esta especie. Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en el primer semestre del 2018 las exportaciones se incrementaron en 48% con respecto al año pasado, alcanzando los US\$ 103 millones.

Este sector no solo se ha beneficiado por la mayor demanda, principalmente de China y Europa; sino por el precio de sus productos, los tratados de libre comercio y la diversificación del uso de la fibra de alpaca.

“Hace diez años, los principales productos del mercado eran tops, hilados, prendas en tejido de punto y tejido plano. Ahora la fibra se usa en tejidos de casa, como alfombras,

mantas, cortinas y cojines”, explica Raúl Rivera, gerente de marketing de Michell & Cía, empresa con 86 años en esta actividad.

Demanda extranjera

A Estados Unidos, Alemania, Reino



Unido y Francia se exportan principalmente productos derivados; mientras que a China, Italia y países escandinavos, como Dinamarca y Noruega; fibra e hilados de alpaca.

“Sabemos que los chinos están comprando tops de alpaca para hacer sus hilados y exportar prendas que contienen de entre 10% y 80% de fibra. Incluso están enviando muestras a confeccionistas peruanos”, cuenta Silvia Crosato, directora comercial de ITESSA, empresa con más de cincuenta años de experiencia en la fabricación de hilados.

Producción peruana

Según Rivera, el país produce unos siete millones de kilos grasientos de fibra de alpaca. Casi toda esta producción se concentra en Arequipa. “El problema que tenemos es la micro-

crianza no especializada. Una familia puede tener, como máximo, entre 20 a 150 alpacas, una cantidad poco viable para hacer negocios. Por ello estamos tratando de promocionar la asociatividad y las buenas prácticas”, cuenta el ejecutivo.

Crosato propone mayores controles en la venta de la fibra de alpaca. “Se está permitiendo que chinos y bolivianos compren este insumo y se lo lleven para desabastecer el mercado local hasta la siguiente esquila. También deberían controlar la salida de estos animales por la frontera con Bolivia para el contrabando”, añade la empresaria.

La fiesta de la alpaca

Con el propósito de promover las buenas prácticas y reunir a toda la industria, desde la década de los noventa se realiza en Arequipa la feria de exposiciones y conferencias Alpaca Fiesta.

Su sexta edición, a celebrarse entre el 22 y 27 de octubre, incluirá concursos para criadores y productores, talleres y conferencias especializadas, además de desfiles de moda y una rueda de negocios donde participarán 60 empresas extranjeras.

“Esta iniciativa está orientada a apoyar a las pequeñas y medianas empresas de Puno, Cusco, Arequipa, Huancayo y Lima, que son los principales centros de transformación de la fibra de alpaca en el Perú”, indica Rivera, quien también es presidente del Alpaca Fiesta 2018.

Peru is the main producer and exporter of alpaca fiber, as it has the 85% of the world population of this species. According to the Ministry of Foreign Trade and Tourism, in the first semester of 2018 exports were increased in 48% compared to the last year, reaching the US\$ 103 million.

This sector has not only benefited from the increased demand, mainly from China and Europe, but also for the price of their products, the free trade and the diversified use of the alpaca fiber.

“About ten years, the main market pro-



Raúl Rivera

ducts were tops, yarns, garments knitted and flat-knit fabric. Actually, the fiber is used in indoor fabrics such as carpets, blankets, curtains and cushions”, explains Raul Rivera, marketing manager of Michell & Cia, a company with 86 years in this activity.

Foreign demand

Derivative products are mainly exported to United States, Germany, Great Britain and France; while alpaca fiber and yarns are exported to China, Italy and Scandinavian countries, such as Denmark and Norway.

“We know that Chinese importers are buying alpaca tops to make their yarns and export garments that contain between 10% and 80% of fiber. Even, they are sending samples to Peruvian manufacturers” says Silvia Crosato, commercial director of ITESSA, a company with more than fifty years of experience in the manufacturing of yarns.

Peruvian production

According to Rivera, the country produces around seven million of greasy kilos of alpaca fiber. Almost all this production is concentrated in Arequipa. “The problem that we have is the unskilled micro-breeding. One family has maximum among 20 to 150 alpacas, a

hardly feasible amount for doing businesses. For this reason, we are trying to promote the association and good practices”, says the executive.

Crosato proposes increased sale controls of the alpaca fiber. “It is being allowed that the China and Bolivia importers buy this input and taken away, limiting the local market until the next shearing season. Also the exit of these animals by the border with Bolivia for their smuggling should also be controlled” added the entrepreneur.

The Alpaca feast

Since the beginning of the nineties, the Alpaca Feast fair of exhibitions and conferences takes place in Arequipa, to promote the good practices and to gather all the alpaca industry.

In this sixth edition, to be celebrated between October 22nd and 27th, will include competitions for breeders and producers, workshops and specialized conferences, in addition to fashion shows and one business tournament where 60 foreign companies will participate.

“All this initiative is aimed to support small and mid-sized companies in Puno, Cusco, Arequipa, Huancayo and Lima, that are the main processing centers of alpaca fiber in Peru”, says Rivera, who is also the Alpaca Feast 2018 president.



Silvia Crosato

Oportunidades a la vista

In Sight Opportunities

Las OCEX y su importante labor para identificar oportunidades de negocio en los mercados internacionales. | *The OCEX (Peruvian Commercial Offices abroad) and their important role to identify business opportunities in international markets.*

La Red de Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) promocionan la oferta exportable, turística y las oportunidades de inversión en el Perú. Además promueven la apertura y consolidación de mercados, especialmente de productos no tradicionales y servicios. Hace un año se realizaron una serie de cambios con miras a mejores resultados.

Se cambiaron consejeros en las OCEX de Quito, Bogotá, México, La Paz y Santiago. Se cerraron siete (Accra, Caracas, Ginebra, Lisboa, Pretoria, Tel Aviv, Washington) y se abrieron seis: Bangkok, Buenos Aires, Hong Kong, Houston, Santo Domingo y Sidney.

Teresa Mera Gómez, Directora de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, asegura que se tomaron las decisiones adecuadas en el momento oportuno. “Algunos mercados ya no respondían como lo hicieron inicialmente. En otros casos variaron las condiciones políticas y económicas, como en Venezuela”, señala.

De otro lado, afirma que en otros mercados se presentaban grandes oportunidades, como en el caso de Australia y Hong Kong. “Este año se realizarán más de cien acciones de promoción en los nuevos mercados donde están las OCEX”.

Para la funcionaria es importante que los empresarios estén debidamente informados en dos niveles. La primera es a través de los entes técnicos especializados establecidos en Perú, desde donde provienen los productos de ex-



Teresa Mera Gómez

portación. La segunda es a través de las alertas que se generaran en los mercados donde están las OCEX.

Acerca de los sectores que estarían obteniendo los mejores resultados, la funcionaria indicó que el objetivo es promocionar la imagen del Perú en su conjunto, en particular las exportaciones, turismo e inversiones, tanto individualmente como en actividades de promoción a 360°.

Los resultados

El primer semestre del presente año, las empresas que han participado en las actividades realizadas por las OCEX concretaron operaciones comerciales por US\$ 179 millones en exportaciones de distintos sectores. Se logró que 142 empresas ingresaran por primera

vez a diversos mercados OCEX y que 81 empresas vuelvan a exportar.

En el mismo lapso se identificó 293 oportunidades de negocios. Del mismo modo, se realizaron 591 agendas de negocios, lo que permitió la realización de 3 158 citas; y se concretó más de 1 630 participaciones de empresas peruanas. Además se logró 2 119 participaciones de empresas extranjeras en las actividades organizadas.

En cuanto al turismo, se realizan diversas acciones de promoción con los operadores y medios especializados. Se organizaron talleres y viajes de familiarización. Entre ellos se puede destacar las 35 misiones de operadores, 54 capacitaciones en temas turísticos y promoción del Perú como destino

RICE (Turismo de reuniones, incentivos, congresos y eventos).

En la promoción de inversiones se concretaron 22 misiones, aunque el trabajo en este rubro es de largo plazo. “Implica el acercamiento al inversionista, lograr su interés, evaluar las opciones existentes, hasta que se deciden a realizar las inversiones. En todos estos aspectos, las OCEX se encuentran al lado de ellos para que los proyectos se concreten”, finaliza Mera.

Peruvian Commercial Offices Abroad (OCEX) promote exportable and tourism supply and investments opportunities in Peru. Also they promote the opening and market consolidation, specially non-traditional and services products. A year ago a series of changes were made to obtain better results.

Commercial advisors were changed in Quito, Bogota, Mexico, La Paz and Santiago OCEX. Seven offices were closed (Accra, Caracas, Geneva, Lisbon, Pretoria, Tel Aviv, Washington) and six were opened: Bangkok, Buenos Aires, Hong Kong, Houston, Santo Domingo and Sydney.

Teresa Mera Gómez, Chief Monitoring and Evaluation of Peruvian Commercial Offices Abroad, ensures that right

decisions were taken at the appropriate time. “Some markets did not answer as they did at the beginning. In another cases, they varied the political and economic condition, as in Venezuela”, she mentioned.

Moreover, she says that in other markets there are great opportunities as is the case of Australia and Hong Kong. “This year more than a hundred of promotional activities will be done in the new markets where OCEX are presented”.

For the official, it is important that businessmen were duly informed in two levels. The first is through the specialized technical entities established in Peru, where the exportation products come from. The second is through the alerts that will generate in the markets where OCEX are located.

Regarding the sectors that would be obtaining better results, the official said that the purpose is to promote Peru image as a whole, particularly in exports, tourism and investments, both individually and in comprehensive promotion activities.

The Outcomes

The first half of this year the companies that have participated in activities organized by the OCEX made commer-

cial transactions for 179 US\$ million in exports of different sectors. It was achieved that 142 companies enter for the first time in different OCEX markets and that 81 companies return to export activity.

In the same period of time, 293 business opportunities were identified. Similarly, 591 negotiating agendas were taken place, enabling that 3 158 appointments were done; and more than 1 630 attendances of Peruvian companies were concretized. Also 2 119 attendances of foreign companies were obtained in the organized activities.

Regarding tourism activity, different promotion activities were done with operators and specialized media. Workshops and fam trips were organized. Among them it highlights the 35 operators missions, 54 trainings regarding Peru tourism and promotion as RICE (Tourism for meetings, incentives, congresses and events).

In investment promotion, 22 missions were concretized, but it is a long term job in this sector. “It implies the approach to the investor, obtain his/her interest, evaluate existing options until he/she decides to make investments. In all these aspects, OCEX is next to them in order that the projects were concretized”, ended Mera.





Nuevo tigre asiático

New Asian tiger

Perú y Malasia, por la ruta del comercio bilateral. | *Peru and Malaysia on the way to bilateral trade.*

Malasia es una de las economías emergentes más importantes del sudeste asiático. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, el PBI nominal del país supera los 350 mil millones de dólares y se ubica en la posición 36 de dicho listado.

Según el informe “El Mundo en 2050: cómo cambiará el orden económico mundial”, elaborado por la prestigiosa consultora PwC, Malasia será una de las 32 economías más poderosas en ese entonces. Ocupará la casilla 24, superando a economías como Tailandia, España, Australia y a los Países Bajos.

Perú mantiene relaciones de alto nivel con Malasia desde hace más de 30 años. Ambas economías pretenden fortalecer su agenda bilateral con alianzas estratégicas. Malasia es un mercado que supera los 30 millones de consumidores, con gran potencial de ingreso de los mejores productos peruanos de exportación.

Por esta razón la Embajada del Perú en Kuala Lumpur, encabezada por el embajador Guido Loayza, realiza un fuerte trabajo para abrir nuevas oportunidades de negocio para los empresarios y agricultores peruanos. Estas reuniones van más allá de los foros en los que ambos países participan, como APEC, PEC, PBEC y FOCALAE.

Agricultura: sector clave

A finales del año 2016, Malasia emitió una alerta sanitaria para los productos provenientes del Perú. El motivo fue un gusano capaz de afectar la industria del caucho en el país asiático. Este problema motivó una serie de coordinaciones entre la sección consular peruana y el Departamento de Agricultura



Ahmad Kamil Bin Mohd Yunus

de Malasia – DOA para buscar una solución conjunta.

Aprovechando esa circunstancia, nuestra delegación diplomática en ese país y el Servicio Nacional de Sanidad Agraria – Senasa invitaron a tres funcionarios de la DOA para que conozcan los procesos de agroindustria. El objetivo era el reingreso de frutas y verduras desde Lima hasta Kuala Lumpur.

Visita de trabajo

Ahmad Kamil Bin Mohd Yunus, Director de la División de Bioseguridad de Plantas del Departamento de Agricultura de Malasia, visitó el Perú y destacó a EXPORTAR que las áreas

clave como salud, ciencia, comercio y, sobretodo, agricultura, crecerán con el futuro desarrollo de las relaciones bilaterales.

“Me impresionó cómo el gobierno peruano trabaja mano a mano con sus agricultores y exportadores en el desarrollo de áreas de plantación en el desierto”, resaltó Bin Mohd Yunus. Agregó que el método eficiente de riego podría ser emulado por muchos países que enfrentan escasez de recursos hídricos y problemas con suelos secos y no fertilizados.

Durante su estadía en nuestro país, el funcionario malayo visitó huertos de cítricos y empacadoras en Chincha, vió el proceso de exportación de palta

en Cañete y de los huertos de arándanos, paltas y empacadoras en Trujillo.

Aseguró que este organismo brindará plena cooperación al Senasa para avanzar en la exportación de estos productos que, según expectativas, podrían tener gran demanda en Malasia.

“Mi país desea explorar la posibilidad de exportar nuestros productos hortícolas a Perú, siempre que existan demandas o solicitudes de exportadores de vuestro lado”, finaliza Bin Mohd Yunus.

Malaysia is one of the most important emerging economies of the Southeast Asia. According to the International Monetary Fund, the nominal GNP of the country exceeds the 350 billion dollars and it is ranked in the 36 position of said list.

According to the report “The World in 2050: how the world economic order will change”, prepared by the prestigious consulting PwC, Malaysia will be one of the most 32 powerful economies in that year. It will rank box 24, overcoming economies such as Thailand, Spain, Australia and the Netherlands.

Peru keeps high level relationships with Malaysia since more than 30 years. Both economies pretend to strengthen their bilateral agenda with strategic alliances. Malaysia is a market that exceeds the 30 million consumers, with a great potential of income of the best Peruvian export products.

For this reason, the Peruvian Embassy in Kuala Lumpur, headed by the ambassador Mr. Guido Loayza, is making a hard work to open new business opportunities for Peruvian businessmen and farmers. These meetings go far from the forums in which both companies participate, such as APEC, SGP, PBEC and FEALAC.

Agriculture: A key sector

At the end of 2016, Malaysia issued a sanitary alert for products coming from Peru. The reason for this measure was a worm capable to affect the rubber industry in the Asian country. This

problem motivated a series of coordinations between the Peruvian consular section and the Department of Agriculture of Malaysia – DOA in order to find a jointly solution.

Taking advantage of this circumstance, our diplomatic delegation in that country and the National Agricultural Safety Service (SENASA) invited three DOA officials to know the agribusiness processes. The purpose of this meeting was to re-enter the fruits and vegetables from Lima to Kuala Lumpur.

Work visit

Ahmad Kamil Bin Mohd Yunus, Director of Plants Biosecurity Division of the Department of Agriculture of Malaysia, visited Peru and highlighted to EXPORTAR Magazine that the key areas such as health, science, commerce, and mostly agriculture will grow with the future development of the bilateral relationships.

“I was impressed how the Peruvian government works hand in hand with

their farmers and exporters in the development of planting areas in the desert”, mentioned Bin Mohd Yunus. He added that the efficient irrigation method could be emulated by many countries to face the shortage water hydric resources and dry and non-fertilized soils problems.

During his stay in our country, the Malaysian official visited citrus orchards and packers in Chincha, he observed the process of abocado exportation in Cañete and the blackberries orchards, avocados and packers in Trujillo.

He assured that this entity will provide a full cooperation to Senasa in order to move forward in the exportation of these products that, according to the expectations, could be of great demand in Malaysia.

“My country wishes to explore the possibility to export the horticultural products to Peru, provided that there were demands and requests from your exporters”, ended Bin Mohd Yunus.



Mohd Ridzuan Bin Ismail, Guido Loayza y Ahmad Kamil Bin Mohd Yunus



Jessica Nava

Ucayali en el corazón

Jessica Nava, ex directora del Dircetur Ucayali, destaca el potencial turístico de Ucayali.

Jessica Nava fue Directora Regional de Comercio Exterior y Turismo (Dircetur) de Ucayali y actualmente postula al cargo de Consejera Regional en las próximas elecciones. Al frente del Dircetur Ucayali promovió las potencialidades de su región: turismo, gastronomía y exportaciones, pero desde una visión sostenida y de largo plazo.

Nava recuerda que se trabajó intensamente en la promoción del camu-camu y del paiche. Para estos productos institucionalizó su propio festival y sus rutas específicas. Además, concretó el establecimiento de Día del Chocolate Ucayalino.

En la provincia de Purus, durante su gestión, se realizaron reportajes para

mostrar el potencial turístico de la zona. En las provincias de Padre Abad y Atalaya se promocionaron los diversos destinos, como las piscinas naturales. Y lo más resaltante: se comenzó a trabajar la marca Ucayali.

Sobre el futuro de la región, Nava subraya que se tiene que invertir en turismo a través de proyectos de inversión pública. “Es lo único que nos dará un desarrollo sostenible. Nos falta más proyectos, los gobiernos regional y local deben invertir en turismo”. Indica que solo uniendo fuerzas la región se convertirá un destino de alcance nacional.

“El gobierno local debe hacer bien su trabajo, mantener la ciudad limpia, or-

denada y segura, lo que va a contribuir con el turismo. La Dircetur debe elaborar proyectos de inversión pública, capacitando a todos los que prestan servicios turísticos y también actualizando la información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo acerca de las empresas hoteleras”.

Para Nava se debe lograr la construcción del teleférico de la Cordillera Azul (Padre Abad), que va a traer grandes inversiones y beneficios a la región Ucayali. “En el sector turismo hay más inversión, hay nuevos hoteles cinco estrellas o cuatro estrellas. Por ejemplo, tenemos el Eco Lodge en Yarinacocha”.

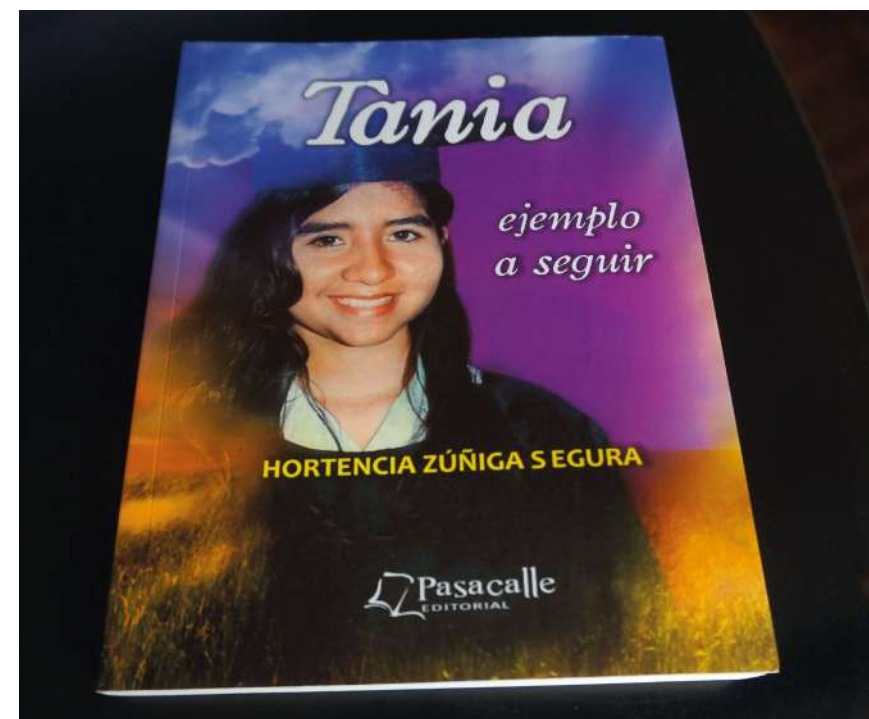
De llegar a ser elegida Consejera Regional buscará que se logre el incremento del presupuesto de la Dircetur. “Quiero contribuir con mi experiencia. Fui regidora en el distrito de Yarinacocha, del 2011 al 2014. Tengo ganas de trabajar para el desarrollo de mi región. Mi gestión ha diversificado la oferta turística, sobre todo en Padre Abad y en la provincia de Atalaya”.

La ex directora de la Dircetur Ucayali sostiene que existen proyectos pequeños cuya inversión no sobrepasa el millón de soles, pero que tienen mucho potencial, como los de artesanía y textilera de los pueblos originarios. Nava sostiene que se debe lograr la competitividad de los artesanos para que mejoren su productividad y puedan conseguir mercados grandes a los que puedan abastecer.

En cuanto a proyectos que no sobrepasan los tres millones de soles, Nava destaca la promoción del turismo vivencial. “Frente al Dircetur dejé un proyecto en la comunidad Nativa Yamino para promover el turismo rural comunitario. Hay que continuar”, subraya. Y finaliza: “Es muy interesante todo lo que se está desarrollando con los productos emblemáticos, como se ha podido apreciar en la feria ExpoAmazónica. Deseo ser un aliado estratégico para que más gente conozca la región Ucayali y disfrute de sus bondades”.

Un libro para vivir

Hortencia Zúñiga Segura ha publicado el libro “Tania, ejemplo a seguir”.



El libro “Tania, ejemplo a seguir” (Editorial Pasacalle) ha sido escrito por Hortencia Zúñiga Segura (Pampas, Huancavelica), y muestra un testimonio en detalle de cómo una madre luchó por la vida de su hija, quien padeció una difícil enfermedad.

El libro ha conmovido a los lectores por sus muestras de amor maternal. “Lo escribí para agradecer a las personas que han contribuido en su formación y que han hecho feliz a Tania. Ella fue una niña, adolescente y joven íntegra con valores bien cimentados”.

Con el libro Hortencia Zúñiga Segura quiere perennizar el nombre de su hija. “Quise mostrar también la solidaridad de la población pucallpina, quienes se unieron para colaborar y mejorar la vida de Tania.

Hortencia quiere llegar al público en general, pero fundamentalmente a la ju-

ventud, a quienes pretende sensibilizar porque son los próximos protagonistas de la sociedad. “Deseo mayor difusión porque representa la vida de mi hija, quien por encima de todas las virtudes y con todo a su favor para triunfar en la vida supo enfrentar momentos difíciles”.

De parte del público lector el libro ha recibido múltiples opiniones. Por ejemplo, que hay una huella de coraje y valor que ha quedado grabada para siempre. La autora desea que todos conozcan y aprendan a enfrentar las adversidades que se presentan la vida.

Un lector dijo: “quiero compartir las palabras de nostalgia y tristeza, pero también de júbilo porque tenemos el libro, el cual se reproduce, nos acompaña, es la huella palpable de que Tania sigue con nosotros”. Los lectores también han afirmado que ambas, la autora y Tania, son unas guerreras. Incluso han sugerido que la obra sea llevada al cine.

Ante la pregunta, ¿qué harías si tuvieras a Tania frente a ti?, Hortencia responde: con lágrimas en los ojos, le abrazaría fuertemente, le cubriría de besos y le diría “te amo, no me dejes”.

Reseñas:

“La pérdida de su hija es el móvil que ha llevado a Hortencia Zúñiga a componer este texto, hermoso y duro a la vez. El libro nos cuenta la historia de vida de Tania. Primero, recreada bajo la forma de un diario personal y, luego, recordada a través del testimonio de su madre. La autora ha logrado plasmar con valentía y honestidad una historia que remece por su ternura y dolor. Y ha perfilado la figura de su hija desde el amor y la emoción más pura para brindarnos un personaje de gran humanidad. La historia de Tania trasciende las páginas y nos conecta con lo más humano de nosotros mismos. Un libro para ser sentido. Para leerse con el corazón”. / Tomás Gómez Moreno

“Es un libro hermoso y conmovedor. De sus páginas brotan los mejores recuerdos inspirados en la pérdida de la hija amada y el cariño que se agiganta con el tiempo. No son solo ejercicios de memoria: es la realización de sentimientos encontrados poblados de ternura. Difícil salir indemnes de la lectura de este testimonio o ficción testimonial, donde se juntan voces desde la intimidad de la memoria. Un itinerario de amor que no tiene parangón en las letras de Ucayali”. / Ricardo Viréis.



Hortencia Zúñiga

Brillenbar en Pucallpa

Andy Cuillar oxapampino de nacimiento ha abierto un singular bar en Pucallpa, se llama OXABAR, donde se puede disfrutar de buena música, excelente gastronomía y la deliciosa cerveza artesanal oxapampina. En las fotos el anfitrión de OXABAR con Augusto Villanueva Llaque, asesor legal de EXPORTAR.



Manuel Centeno Gerente General de Staff de Negocios, organizador de Expoamazónica y otros importantes eventos.

20 Aniversario

El pasado mes de setiembre Amazon World Travel Service conmemoró dos décadas como tour operador líder en la Región Ucayali. “En el corazón de la Amazonía peruana hay un mundo mágico que aún vive en armonía con la naturaleza”, que Amazon World Travel Service los invita a conocer. En la foto: Rolly Reátegui con sus colaboradores.



Súper alimento para el mundo

Julia y Tito de El Maquerito, son productores de la mejor maca cultivada a orillas del Lago Chinchaycocha a 4 100 msnm en la Región Junín, con denominación de origen. Presentes en el Apas Show de Brasil y la feria Biofach Brasil. Actualmente exportan al país de la Samba, con perspectivas de hacerlo a España, Canadá.



Aprendizaje OpenPUCP

La PUCP inauguró un nuevo ecosistema de aprendizaje para la formación continua ubicado en Plaza San Miguel. “OpenPUCP es un modelo pionero en el mercado peruano que responde a las tendencias de educación en el mundo, un espacio flexible que cuenta con las últimas tecnologías que ponemos a disposición de nuestra sociedad”, dijo Efraín Gonzáles de Olarte.



Nueva Línea Batería

Husqvarna lanzó al mercado peruano la primera línea de productos a batería para el sector agroindustrial. En la foto Luis Echavez, director general de Husqvarna a nivel Hispanoamérica.

Reconocimiento a APAVIT

En la presentación de “Destino turístico Taiwán” realizada por la Oficina Económica y Cultural de Taipéi, su representante Embajador Miguel Li-Ley Tsao, hizo entrega de un reconocimiento a Ricardo Acosta, presidente de la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo, por sus dedicados esfuerzos por fomentar el turismo y estrechar los lazos de amistad entre Perú y Taiwán.





25 años de MULTIDENT

El pasado 25 de agosto en el Centro de Convenciones del María Angola Hotel, se conmemoró el 25 aniversario de Multident. El Dr. Jesús Ochoa, CEO de Multident, rodeado de las candidatas al Concurso de Belleza Miss Perú, de su esposa y sus hijos, de sus amigos y sus colaboradores en Multident.

Un hotel, un paraíso

Qallwa presenta su renovada oferta de hoteles.



Fresia Mejía

Pucallpa

Qallwa se asentó en Pucallpa por el potencial económico de la ciudad, para ser el complemento perfecto para los negocios y el relax. “No solo nos preocupamos por las habitaciones. También tenemos spa, gimnasio, casino, piscina y, lo más importante, vista panorámica y un lodgebar donde las personas pueden subir, bailar, tomar un trago, conversar, escuchar música”, dice Mejía.

Sobre los proyectos futuros, Mejía subraya que tienen previsto invertir en Lima en un centro empresarial. Además, pronto tendrán un barco parrandero que se llamará El Pirata. Este navegará por la laguna Yarina-cocha.

Qallwa es una empresa hotelera con hermosas instalaciones en Chincha, Asia, Casma y Pucallpa. Antes bajo el nombre Las Palmeras, hoy sus hoteles lucen totalmente renovados para un mejor servicio y confort.

El nombre Qallwa proviene de un ave golondrina que migra de acuerdo a la estación. En verano está en Asia y en Chincha, cuando baja la temperatura migra hacia el norte (Casma) y luego al oriente, donde hace calor. De ahí el nombre. Fresia Mejía, gerente general de la cadena, dice que el cambio implicó también una renovación total.

La cadena de hotelera Qallwa cuenta con el restaurante Maywa, que significa Violeta. “Buscábamos un nombre que guardara relación fonética con Qallwa. También hace honor a mi madre, quien se llama Violeta”, dice Mejía.

Luis Noriega Jara S.A.

Fábrica y Tienda Principal:
Jr. Zela N° 496 Telf.: 044-224456

Tienda Fátima:
Av. Fátima N° 836 Telf.: 044-788455

Tienda Pizarro:
Jr. Pizarro N° 758 Telf.: 044-232251

www.alfajoreslalibertad.com

ALFAJORES TRUJILLANOS ESPECIALES

La Libertad

más de 70 años
endulzando su paladar...!

En nuestros acogedores ambientes puede disfrutar la tranquilidad que usted merece.

HOTEL CONTINENTAL

- Personal altamente calificado.
- Elegantes ambientes.
- Room service las 24 horas.
- Oficina de negocios.
- Sala de conferencias.

Jr. Gamarra 663, Trujillo-Perú
Tlf.: (51-44) 241607 / Fax: 249881 / E-mail: h.continental.t@gmail.com
juanjulio.lau@gmail.com

Principales indicadores económicos en la Alianza del Pacífico

La AdP se ha posicionado como un jugador relevante en el contexto del comercio internacional.

Como una unidad económica, la Alianza del Pacífico (AdP) representa la octava economía del mundo, con un PBI per cápita promedio superior a los US\$ 18 000 en el 2017, lo que representa el 38% del PBI de la región. La AdP es receptora del 41% de la inversión extranjera directa destinada a América Latina. Los cuatro países miembros tienen tratados de libre comercio con las principales economías del mundo y una importante red de convenios para evitar la doble imposición.

	Chile	Colombia	México	Perú
Producto Bruto interno (corriente o nominal)	US\$ 277 mil millones (2017)	US\$ 309 mil millones (2017)	US\$ 1 149 mil millones (2017)	US\$ 215 mil millones (2017)
Producto Bruto interno (PPP)	US\$ 451 mil millones (2017)	US\$ 714 mil millones (2017)	US\$ 2 458 mil millones (2017)	US\$ 424 mil millones (2017)
PBI Per Cápita (corriente o nominal)	US\$ 15 070 (2017)	US\$ 6 273 (2017)	US\$ 9 304 (2017)	US\$ 6 762 (2017)
PBI Per Cápita (PPP)	US\$ 24 537 (2017)	US\$ 14 485 (2017)	US\$ 19 903 (2017)	US\$ 13 334 (2017)
Reservas internacionales	US\$ 39 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)	US\$ 45 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)	US\$ 173 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)	US\$ 64 mil millones (al 31 de diciembre de 2017)
Deuda externa	US\$ 13 mil millones (2017) 4.7% del PBI (2017)	US\$ 72 mil millones (2017) 23.2% del PBI (2017)	US\$ 182 mil millones (2017) 15.8% del PIB (2017)	US\$ 23 mil millones (2017) 10.7% del PBI (2017)
Deuda pública total	US\$ 65 mil millones (2017) 23.6% del PBI (2017)	US\$ 167 mil millones (2017) 54.2% del PBI (2017)	US\$ 542 mil millones (2017) 47.2% del PIB (2017)	US\$ 53 mil millones (2017) 24.7% del PBI (2017)
Inversión bruta fija	22.1% del PBI (2017)	25.5% del PBI (2016)	20.0% del PBI (2017)	21.6% del PBI (2017)
Tasa de desempleo	6.8% (2017)	9.7% (2017)	3.5% (2017)	4.5% (2017)
Población por debajo de la línea de la pobreza	22.2% (2011) 14.4% (2013) 11.7% (2015)	28.5% (2014) 27.8% (2015) 28.0% (2016) 26.9% (2017)	45.5% (2012) 46.2% (2014) 43.6% (2016)	22.7% (2014) 21.8% (2015) 20.7% (2016) 21.7% (2017)
Remuneración Mínima Vital	CLP 276 000 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 431)	COP\$ 781 242 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 266)	MX\$ 2 686 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 135)	S/ 930 (a junio de 2018, aproximadamente US\$ 284)

Fuente: Guía de Negocios e Inversión de la Alianza del Pacífico 2018/2019

500 M2
PRECIO AL CRÉDITO
\$43,750
12 MESES
SIN INTERESES

NUEVA LIMA
La primera ciudad tecnocológica del Perú

BONO DE \$500 DE DESCUENTO
Recorta y presenta este cupón para obtener tu descuento

SOLO \$35,000 AL CONTADO

Kilómetro 119-120 de la Panamericana Sur - a 10 minutos del Boulevard de Asia

Oficina: Victor Andrés Belaunde 280, piso 7, San Isidro

Horario de Atención: 10am - 8pm

www.nuevalima.com

¡¡¡COMUNIQUESE YA!!!

950 482 691 / 942 017 325
942 020 847 / 942 016 966

Más producción, mejor cosecha



El uso de **Carbonatita*** lo garantiza

Fertilizante y mejorador de suelos

Cincuenta macro y micro elementos, tierras raras y arcillas reactivas, con más minerales volcánicos; para enriquecer y remineralizar sus suelos.

Obtendrá grandes beneficios:

- Incremento de producción.
- Mejora de la calidad de los frutos, dándoles más sabor, más color, más aroma y más nutrientes minerales.
- Neutraliza los suelos ácidos o alcalinos.
- Encapsula los metales pesados, como el CADMIO y otros, protegiendo sus cosechas.
- Certificado para agricultura orgánica.
- Fertilizante 100% natural.

(*) SPANISH RIVER CARBONATITE SRC (Carbonatita), producto único y novedoso en nuestro medio.



AgroBoreal

INSUMOS ORGÁNICOS

AgroBoreal tiene el respaldo internacional de la empresa Boreal Agrominerals Inc., de Ontario, Canadá y es representante exclusivo para América del Sur de Spanish River Carbonatite SRC (Carbonatita).